

现代传媒文丛

新闻采访技巧： 理论与实践

Xinwen Caifang Jiqiao
Lilun yu Shijian

王春泉◎著

作为探险的新闻采访
从人际交往开始
采访行动：具体沟通
提问的艺术

... ..



安徽人民出版社

现代传媒文丛

新闻采访技巧： 理论与实践

王春泉◎著

安徽人民出版社

责任编辑:周子瑞

装帧设计:钱志刚

图书在版编目(CIP)数据

新闻采访技巧:理论与实践 /王春泉著.

—合肥:安徽人民出版社,2008.1

ISBN 978-7-212-03172-5

I. 新… II. 王… III. 新闻采访 IV. G212.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 191048 号

新闻采访技巧:理论与实践

王春泉 著

出版发行:安徽人民出版社

地 址:合肥市政务文化新区圣泉路 1118 号出版传媒广场

邮 编:230071

发 行 部:0551-3533258 0551-3533292(传真)

编 辑 室:青年读物编辑室

经 销:新华书店

制 版:合肥市中旭制版有限责任公司

印 刷:合肥创新印务有限公司

开 本:880×1230 1/32 印张:13.5 字数:300 千

版 次:2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

标准书号:ISBN 978-7-212-03172-5

定 价:23.00 元

本版图书凡印刷、装订错误可及时向承印厂调换

现代传媒文丛 新闻采访技巧：理论与实践

王春泉◎著

返身到人类传播的“阿莱夫” 并使之更充实而光辉

——写在“现代传媒文丛”前面的话

《货币哲学》是德国现代哲学家齐美尔最完整的一部著作，在那里，他曾严肃地告诫他的人类同胞：“金钱只是通向最终价值的桥梁，而人无法栖居在桥上。”其中最基本的意思被“接着”理解且表述为：“人最终无法栖居在纯粹的手段上。”^①

不幸的是，包括新闻、广告、视觉图形在内的人类传播业偏偏却长期生息于工具的语境里，最终，成为“做什么”的手段或工具。更加要注意的是：这种工具性的实践与工具性的思想结伴而行，制造了相当的气候，不但在客观上固化了自身的地位，而且成了思想活动中常识性的构成，任人们随意地使用并再生产。

这不是人类的缺点！相反，它们倒真实地显示了真理的“身外性”特点，证明了甚至异化也是用来证明真理的途径并由此成为真理一部分的“真理”。因为“遮蔽”与“启明”、“澄亮”紧紧相连，努力地转身——像苏格拉底说的那样“正确完成了灵魂转向的工作”^②——便是那“充实而光辉”的新世界。

不愿意被软化的人类传播学需要从繁复的肉身状态返身回到它的品质的世界，找寻到它充满神奇魅力的“阿莱夫”——小说

① 刘小枫：《金钱、性别、生活感觉》，载氏著《捡尽寒枝》，华夏出版社，2007年1月版，第61页。

② 引自张志扬：《古今之争与诸神之争》，载中国人民大学基督教文化研究所主编《基督教文化学刊》14辑，中国人民大学出版社，2006年6月版，第290页。

家豪尔·路易斯·博尔赫斯在小说《阿莱夫》中替我们找到了一个理想的空问范式。他的意思是：这是一个“一切地方都在”的地方，“是空间中的一个包罗万象的点”，“在阿莱夫，你会发现，全部空间宇宙都在一个细小的、闪光的球里，直径仅一英寸多”。但是，“这是地球上唯一一个地方，从各种角度都能看到所有的地方，每一个地方都很清楚，丝毫不混杂”。在那里，人们甚至可以看到自己的脸、内脏、心灵，看到一切关于秘密的信息，“它就是无法想象的宇宙”。^①进一步来看，“这是一切地方都在其中的空间，可以从任何一个角度去看它，每一个事物都清清楚楚；但它又是一个秘密的、猜想的事物，充满幻想与暗示，对于它我们家喻户晓，但从来没有人彻底地看清它、理解它。这是一个‘无法想象的宇宙’，或如列斐伏尔所说，是‘最一般的产品’”。它们充满了复数的、感觉的、纯粹的、认识论的、有机的、乌托邦的、历史的、零碎的、意识形态的特性。在这里，边界需要辩证地理解，森严的壁垒在静寂中被开放、互动、渗透、灵动所替代。^②

现实的问题是：何以找到“阿莱夫”的门径并有效进入！因为我们的努力很可能重蹈《城堡》（卡夫卡著）主人公的覆辙——拥有合法的身份却无力寻到进城的门径。世俗社会的习惯日益地加强了“人们”的力量，同时逐渐地削弱了“人类”的气息。连带的，新闻业失去了“新闻性”、广告业失去了“广告性”、摄影业失去了“摄影性”……那些曾经在精神的感召下替人类开拓并一再延展健全性力量的路径，甚至连最基本的图景也显得刺人心魂的虚糊。

^① Edward W. Soja：《第三空间》，上海教育出版社，2005年8月版，第67—71页。

^② Edward W. Soja：《第三空间》，上海教育出版社，2005年8月版，第72页。

上帝说：“你们注定要进窄门！因为引到死亡，那门是宽的、路是大的，进去的人也多；引到永生，那门是窄的、路是小的，寻着的人也少。”（《圣经》）这给了我们艰难地寻找一种合理的愿景，但是，这还只是一种使命的描述，在我们承认了“窄门”的深远意义并准备全力迈进的时候，我们还需要实际的引领者及其结实有力的提示。或许，我们需要的就是荷尔德林、海德格尔提示的那只能“为我们看路的眼晴”——在俄狄浦斯刺瞎了自己的眼睛之后，荷尔德林在他的《闪耀于迷人的蓝天》里巧妙地说：“俄狄浦斯也许多了一只眼睛。”智慧的海德格尔接着解释并引领我们进入更加充实的境地：“这多的一只眼睛乃是一切伟大的问知的基本条件又是其唯一的形而上学依据。希腊人的知与学就是这种热情。”^① 在海德格尔看来，这眼睛拥有的最宝贵的品质就是现实的人们极度缺少的“原始的知”的“形而上学的深度”，而偏偏正是这种质素可以促使“人们”变成“人类”。一旦我们拥有了这样阔大的胸怀，再加上对人类自身负责任的意识以及对专门传播门类各自品质看护的自觉性，甚至那些最沉默的构成都要热情地向我们展开诉说了。这很容易让人想到希腊神话中吕狄亚国王的哑儿子因惊恐而说话的故事，“它蕴涵有这样的寓意：沉默的资料甚至也没有失去它的生命，在知音者面前它会因惊喜而吐言”。^②

传播不简单！传播是一种让人类充分享受自由的工作，因而，传播具有自天的崇高性。替人类盗取火种的普罗米修斯受到了可怕的惩罚，通告人类信息的坦塔罗斯每天受着站在齐脖子深的水中却永远喝不到水的惩罚……它们从反面验证了传播的敌人们对于传播所携带的民主与自由的仇视与恐惧。但是，只有在传

① （德）海德格尔：《形而上学导论》，商务印书馆，1996年9月版，第108页。

② 范景中：《图像与观念》，岭南美术出版社，1993年5月版，第177页。

播以传播的品性出现的时候，人类才能享受到它们最伟大的恩惠。否则，我们还得承受着“真理”与“真理的陈述”之间恼人的紧张甚至冲突。如此，新闻与一切传播文化的思考就当置放于“品牌”的剧场里展开，不但看见它细部的光芒，更应在责任心的支配下用心去勘探它们做为整体的存在意义。我们不赞赏一切的体系崇拜，但是，我们却主张在传播文化核心品质的引领下发展我们人类最灵活的新闻、广告、摄影传播文化的剧场思考的意识，并由此生成基本的行走路径。包括新闻在内的一切传播的构结都应当成为品牌从而被人所借用，这样一来，新闻文化就不再以个体的行动呈现，广告文化也不以某一种作业来显现，摄影文化用不着焦虑哪一幅光影的交错里少了什么样的元素。一句话，当我们将即使再微小的构成都看做关于它的文化样态精神最基本的建设行动的时候，一切主观的分离与误会，都将烟消云散。哪里还见得到“我”与“他”的分离，哪里还寻得着物性的与灵性的差异，甚至连从前的地位与能量级差都悄然退隐到了一边，赫然立于我们之前的将是一个完整的、有机的、复杂的、朗然的整体的剧场与戏剧姿态，我们嗅到的和我们触到的都是挥之不去的某种气息的成员。

在传播业享有充分现代声誉的达彼斯公司贡献了经典的工具——“品牌轮盘”，它是对生态观念的一次灵活的传播学应用，无论人类如何去描述和组织它，事实上，这个特别的拒斥“空心化”取向的主张从一开始就将我们的思维与意识带入了关于事物的整体、整合的思考中去。通常情况下，“品牌轮盘”主张对品牌做由表及里的、层次的划分与归纳：

最外圈——品牌属性：品牌是什么，品牌的物理性/功能性特征；

往里——品牌利益：品牌做什么用，使用品牌的结果；

再往里——品牌价值：品牌如何让我感觉自我，以及让他人

感觉我；

再往里——品牌个性：如果品牌是一个人，谁会是他？

圆心——品牌精髓：品牌的核心，这个轮盘中各特征的总括。

用不着细说，“品牌精髓”是最玄妙的力量，决定着整个品牌的走向与品质，甚至于品牌的面相。但这并不意味着我们就要埋没了品牌建设中最具体的那些构成兄弟们的意义与建构价值，因为它们作为承载物的作用，品牌内在的脾性才有散布的可能，何况它们同时付出技巧与修辞。它们共同的主人其实是对人类存在的那种“关切”，它们承担着展示积极的人类态度迷人的具体性的责任，我们可以称它们为“关切的身处”。

当代法国现象学家、天主教哲学家让-吕克·马里昂（Jean-Luc Marion）称之为“被给予的现象”，并希望通过它们将思想的疆界开拓到“在场的形而上学”之外的领域。因为“被给予性被描述为一个不可预知地降临的，因而本质上是偶然的事件，被给予这一完成的事实不依赖我们的概念”。^①从意指和直观的关系出发，马里昂将现象的构成做了细密的分解，我们于是拥有了依赖于概念的直觉贫乏现象、常识现象和现象给予的直观远远超过了概念的意指范围的“饱和现象”。^②这或许正是我们要向现象学等学科学习的地方，它们给予我们的将不仅仅是分类的方式、方法与经验，简约地说，是一种范式。分析家提醒我们注意“饱和现象”范式所能带给我们的突破，从此，现象不再拘泥于

① 李丙权：《马里昂的“被给予性的现象学”：一种谈论上帝的可能性》，中国人民大学基督教文化研究所主编《基督教文化学刊》14辑，中国人民大学出版社，2006年6月版，第82页。

② 李丙权：《马里昂的“被给予性的现象学”：一种谈论上帝的可能性》，中国人民大学基督教文化研究所主编《基督教文化学刊》14辑，中国人民大学出版社，2006年6月版，第84页。

理性的认识能力之内，那样的现象只能是贫乏的现象和常识现象。可以说，现象的界限就是认识主体本身。按照理解，饱和现象不能够被意指，因为直观给予的量远远超出了概念所能把握的范围，人类很难像对待一般事物那样从其构成部分的综合来认识和把握其整体。就质的角度说，饱和现象给予的强度是无法承受的，因为它超越了概念的范围并使概念的测度失灵。这样一来，饱和现象的给予就不受因果律以及任何先验理性关系的限制，因而它的给予具有自发性和绝对性。这并不意味着饱和现象可以自由地脱离联系，相反，它只是从狭小的领域里走了出来并展开了它的“离心的定位”，因此，饱和现象需要的联系比谁都多。饱和现象拒绝成为一个客体，它要成为现象的真实含义的呈现体——“在自身中，并仅通过自身显现自身”。^①由此，接受者也不再像从前那样先于对象而存在，接受者是以被给予的现象为基础定义自己的。接受者的作用是通过给予现象让现象显现自身，他更像是一个现象显现的场所。更进一步，马里昂说现象其实就是用来纯粹召唤的礼物，而礼物是不思回报的自由地给予，礼物构成了启示的方式和内容本身。

一旦沿着这样的路线看去，那么，这些替人类执行传播与沟通使命的分子——新闻、摄影——就是一种典型的“道成肉身”的证明，它们最深入的功用是显示真理的启示，并以一种专门系统的结构艺术显示真理性的无所不在与普世凡俗。那么，人类首先发问的就将只能是：新闻的新闻性何在？广告的广告性何在？摄影的摄影性何在？于是，向真理开放从而达成与社会人生最妥帖地对话一辩证性认识的状态就是最基本的目标。我们坚持传播的人生采访的精神并愿意它们成为典型的“思想游牧”的代表。

^① 李丙权：《马里昂的“被给予性的现象学”：一种谈论上帝的可能性》，中国人民大学基督教文化研究所主编《基督教文化学刊》14辑，中国人民大学出版社，2006年6月版，第86页。

我们拒绝将传播做成任何对象的注脚。所以，我们的使命就包含着通过努力在现象的牢笼之外撑起一片天地从而承担看护意义的责任。

我们承认新闻及各种传播形态的人类性，但顺着这样的思考，它们的精神就要乞求着肉身形态的支撑了。所以，我们还需要具体的工具，例如问题、文体与纹体——结构与脉络的痕迹。同时，我们又需要语言的帮助了，因为神圣的帷幕要靠语言及其活动撩开。于是，我们等待着一个围绕新闻、摄影及其他传播形态的适宜的知识体系的建构，在那里，我们的思想与意识才能得到最基本的支持与发展。顺便地，我们还期盼着养殖与人类精神匹配、与专业品位一律的原型结构力、有张力的经验和适应性变形的自觉性。但是，我们还是主张，这种最伟大的传播生产力不是来自于人为的构结，而是出自于相遇或者碰撞。就像德里达说的那样：不是编造或编制，而是找到、遇到。德勒兹的建议是：在混茫的感知觉中获取感知觉的聚块，把世界攥到手心里，让世界沿着一条艺术的和延续的路线外逃。卡夫卡的方案是：“我只有散步一事可做，据说这应该足够了；反过来说，世界上没有任何地方我不能散步。”^①

“现代传媒文丛”的主张就是如此！亦可以将该“文丛”称为“现代传播：精神与生产丛书”。它没有庞大的身躯，有的只是坚定的信念与意志——通过努力，让传播的精神在最广阔的视野里与人类相遇并自在地呈现。在那里，相邻关系的聚块一旦遇着传播性这道闪电的照亮，就将成为建设和谐的人类社会关系的力量。为了避免陷入混沌，人类有必要花大力气展开充分的开掘与命名。正如德勒兹所说的那样，“要向混沌抛出各种平面”，甚

^①（法）吉尔·德勒兹：《什么是哲学？》，湖南文艺出版社，2007年7月版，第158页。

至“撕破天穹，钻进混沌里去。这是战胜混沌所必须付出的代价”。^① 因为，“不跟敌人结成亲缘关系就无法对抗混沌”。^②

该套丛书充分期望在传播现实中传播精神的出场与在场，因而，框架建构及其生产性功用，显得十分重要。特别的是，我们看重具体制作背后存在的原型力量，希望在每一个感动人类的行动后面看到人性的复杂以及对于存在“关切”的深度投入。在我们看来，每一个成功或失败，都不应该被简单地视作技术的荣辱，相反，它们应该在复杂却又单纯的语境下被称为“伦理事件”的样本，因此，它们具有启示性的价值。

丛书期望在充分理解和掌握现代专业行为特性的基础上，建构一种关于新闻传播书写的基本蓝图与“地方性知识”系统，完整地勾勒专业传播的人类愿景与现代图式。

天荒地老，传播无错！错在现实语境里的那些现实的考量及其势力的启动者的用心与手段败坏了传播的品质。而今迈步从头越！但是，任何积极的用心都不可僭越地期待了真实的状态，人类社会的灾难所重点依托的其实就是时间的延续，如果没有了折磨人的时间的周延，人类便不会被“人们”的折磨所触动，因为，历史的规律是：真理永远是一个延迟的胜利者！

但是，人类的意志让坚守成为了一种品质！从此出发，甚至探索，也成为了一种伦理的行动。佛书里有这样一个神话：有一只鹦鹉，飞过雪山，遇见雪山大火，便飞到水上，垂下翅膀，沾了两翅的水，飞回去滴在火焰上。滴完了，它又飞去取了水回来救火。雪山的大神看它往来滴水救火，对它说道：“你那翅膀上的几滴水怎么救得了这一山的大火呢？你歇歇吧！”鹦鹉回答道：

^① （法）吉尔·德勒兹：《什么是哲学？》，湖南文艺出版社，2007年7月版，第496—497页。

^② （法）吉尔·德勒兹：《什么是哲学？》，湖南文艺出版社，2007年7月版，第499页。

“我曾住过这山，现在见火烧山，心里有点不忍，所以尽一点力。”山神听了，感它的诚意，便用神力灭了烧山的大火。我们的用心，虽然没有这样的玄虚，但是，却朝向同样的目标。或许下面一段更加直白的表述来得格外恰当：

我想把我所学到的一点点东西公之于众，为的是使某位比我高明的人能猜测真理，证明我现在工作中的错误并加以纠正。为此我将高兴不已，因为甚至我也是用以显示真理的一个因素。（阿尔伯特·丢勒）

虽然我们反复地证明了洞见在本质上的不可能，但是我们仍然衷心地期盼着一种胸怀天下、俯瞰万有从而穿透一切表象的神的力量。布赖斯谈到历史学家阿克顿的伟大与智慧穿透力的情形，仿佛对应着我们今天的话题似的：

他不过谈了六七分钟，但他那谈话确实像一个受了灵感的人的谈话；他仿佛是从高空的某个山巅之上望尽了脚下人类进步的辽远曲折的道路，从史前混沌的息米立亚人岸边的朦胧阴影一直到光焰较强但仍然闪烁不定的近代。他那滔滔的雄辩是壮丽的，但比这雄辩更为奇伟的则是他那洞悉一切的惊人想象；它通过一切事件并且就在一切时代之中窥见了那些道德力量的作用；这些力量时成时毁，但却始终不停地转化；它们曾经形成着人类的制度，并曾经将其瞬息万变的能量转化形式赋予了人类的精神。这情形恰似是人类历史的全部图景在一道阳光的照射之下骤然闪烁起来……^①

要实现这样的目标却非易事。但儒学的代表冯从吾的告诫值得反复吟咏并铭记于心：

人人能克去“私己”二字，便是青天白日心肠，便是海

^① 乔治·皮博迪·古奇：《十九世纪历史学与历史学家》下，商务印书馆，1989年10月版，第611页。

阔天空肚量，便是光风霁月襟怀，便是天清地宁世界。（《冯少墟集·善利图说附录》）

当然，我们清楚地知道，要使中国现代传播成为一门充分现代性的煌煌伟业，绝非一朝一夕所可完成。这项宏伟的集体事业的功成名就，全赖着人类是否自觉地走出“人们”的壁垒建构共同的想象，并且通工易事、分工合作，在共同的人类意志的感召下默默奉献、辛勤耕耘。

但愿人类的魂灵在我们些微的枝头颤抖、奔蹦！
是为序！

王春泉

2007年10月写于“四方城”

自序

将新闻传播纳入社会学知识框架思考，导致了许多疑难，也出现了一些有趣味的尝试。例如，在笔者看来，同于一切人类创造活动，新闻传播也是由“框架”与“表达”所决定的。“框架”考验的是传播者的人类认知、生命体验、社会期待，“表达”则关系到能否纯熟运用语言组织语境的问题。正是由此出发，本书反对单纯的技术论思想——仅以“新闻是新近发生事实的报道”来规范、引领新闻传播。在许多情况中，正是它助成“小消息”的泛滥，并在实存中抑制着“统计新闻”、“开拓新闻”、“新新闻主义”等“深度报道”的沛然活力，限制着采访者不断开发新闻空间的可能性。名记者本多胜一以他的社会学敏感努力地提出、校正了这一点，他的《小消息有感》、《小消息质疑》负载着尖锐性的意向：

“住所不定，无职业”、“自行车小偷”、“被撞受伤休息两周”等等，用速报方式报道这类情况意义何在？更有趣的是，有时偷一辆自行车，偷一千元的小偷，会被报纸登出来，而偷盗50万元的大盗却被压下没报。想到这一些情况，使人感到，这些小消息，与其说因其重要才见报，不如说由于版面安排上的需要才使用的。它们的唯一的用途，似乎是闲谈时的助兴材料。从社会问题这个角度来看，每天公布一下交通事故的数字，也许比这个更

有意义。^①

本多胜一努力从事于文化人类学的新闻传播工作，他提出了“小消息”有害论的观点，正是目前中国传播界所要省思的问题。

本多胜一打破偏见的论说给了我们一种刺激，提示我们打破偏见，以深入的社会学态度最大限度地介入实际的运作。媒体中国的运行状态则是更为猛烈的挑战，弹指十年间，类型骤增，色彩歧异，信息空间中挤揉着不同的媒介形态，有“都市报”中泛滥充斥的“小消息”的广受宠爱，有《南方周末》、《中国青年报》等媒体的大气度与恢弘眼光。但是，问题并没有这么简单，一篇谈论广州媒体的文章触及了整个中国新闻业的痛处：

十多年来，广州媒体始终停留在肤浅而芜杂的新闻时代。当然新闻是媒体的灵魂，新而不闻，闻而不新，是媒体的天敌。但是“追新至上；闻过则已”的伪新闻始终充斥版面，尤其是厂商“推”过来的新闻稿，其撞车之严重成为对扩张后的广州媒体的最大污染。

……这些专业媒体始终与大众隔绝。其中一个原因是专业媒体总摆脱不了圈子作坊模式，其内容和界面缺乏人性化和亲和力。^②

究其实际，新闻传播界尚未对新闻业应当拥有的“定位”有一个清晰的认定，随波逐流，放纵私欲，迎合庸俗，失却了持久的穿透力！

在历史长时段上观察新闻传播业界的运作兴废，也可以见出一种可贵的姿态。19世纪30年代以后，小报的泛滥校正了过去既有报纸的不足，却也污了新闻业界的清誉。因此，在20世纪20年代完成的“专业主义”建构，就可以视为一种历史性的调

① 引自刘明华：《本多胜一》，人民日报出版社1996年1月版，第69页。

② 札西达瓦：《广州媒体扫描》，引自刘勇：《媒体中国》，四川人民出版社2000年5月版，第215—216页。

适，它使一切重归于卡尔·比切的路线：“新闻是交通心灵的工具。”在此后的发展中，虽偶有波动，但是，这种扎根于社会改造的认知却从未遁去，而是写在历史大幕上，刻入生命体的灵魂里，成了一种“秀才教”——报人禀怀社会责任感之后的一种神圣的、非功利性的选择。那些具博学宏识造詣、抱匡时济世襟怀的知识者，以“强勉”之态度，做有为主义之示范，铁肩担道义，辣手著文章，不敢于国计民生问题有丝毫懈怠。“士不可不弘毅，任重而道远。仁以为己任，不亦重乎？死而后已，不亦远乎？”这份仁心济世的使命感，成了共同的追寻。宋朝范仲淹“忧以天下，乐以天下”的志怀，成了基本的心怀与境界；梁启超所谓“虽蚊虻之力，无取负山，而精禽之心，未忘填海……顾亭林所谓天下兴亡，匹夫之贱，与有责焉已耳”已成了不言的“教条”。历史的透彻，向我们呈示了一个万古不移的道理——新闻的视线首先应当是深入的、人生的与社会的，它的调适始终围绕着一个健全性的目标，这是它的底线，也是我们走出为庸俗所纷扰的怪阵的“阿利阿德涅彩线”。

基于此，在这一次的专题讨论中，本书做出了相应的调整，在“人生采访”论的基础上，选择社会学空间作为谈论新闻采访与传播的平台，期望这种调整能有益于我们的历史性行动。

必须说明的是，这本“采访论”是配合着“写作论”（《现代新闻写作》）、“文体论”（《武装的眼睛——新闻报道形式及其写作》）而做的，它们一致地围拱着我的一些认识，体现着将新闻传播导入社会学框架的一些努力。

本书的目的不是在已经大量出现的相关著述之中再加一本，而是寄望于由此行动对新闻传播业做出实际性的贡献。在具体的运作中，最大限度地展示了一些谈论的可能性空间，因为，提出一些问题比回答这些问题具有更为深远的价值。这里的表现是以我所承担的西北大学科研项目“名记者研究”为基础展开的，参