

报道如何

关于深度报道的精英访谈
及经典案例

深入

调查性报道是奢侈品、易碎品

——中央电视台《新闻调查》制片人 张洁
看惯了黑暗，更喜欢光明

——中央人民广播电台“新闻纵横”负责人 侯永生
报道读者应该看的东西

——《财经》杂志常务副主编 王烁
好报道就要把故事讲好

——中国《新闻周刊》执行主编 靳丽萍
让政治关心你的生活

——《瞭望东方周刊》副总编 孙凯
重新打量每个生命

——《南方人物周刊》主编 徐列

“不求空前但求绝后”的追求

——《北京青年报》国内版组原执行主编 郑立
资深新闻人 宋燕

最大可能去接近真相

——《中国青年报》资深记者 李平
我不写孙志刚，迟早会有人写

——《新京报》时事新闻部主编 陈峰
调查报道推动社会进步

——《中国经济时报》首席记者 王克勤
悲悯和焦虑成为职业的一部分

——《南方周末》原知名记者 杨海鹏
在绝望中婉转腾挪

——《南方人物周刊》主笔 李玉雷
一定要把人物写得淋漓尽致

——《南方都市报》知名记者 袁英爽

张志安 著

最前沿的深度报道精英访谈

最经典的深度报道案例分析

最实用的深度报道操作手册



张志安 著

图序目录 (910)

报道如何
关于深度报道的精英访谈
及经典案例

深入

G219.2
zhz

南方日报出版社
NANFANG DAILY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

报道如何深入：关于深度报道的精英访谈及经典案例 / 张志安著.
—广州：南方日报出版社，2006

ISBN 7-80652-514-9

I. 报... II. 张... III. 新闻报道—经验—中国 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 040096 号

报道如何深入——关于深度报道的精英访谈及经典案例

著 者：张志安

出版发行：南方日报出版社

地 址：广州市广州大道中 289 号

电 话：(020) 87373998-8502

经 销：全国新华书店

印 刷：广东信源彩色印务有限公司

开 本：787mm×1092mm 1/16

印 张：19

印 数：1-5000 册

字 数：311 千字

版 次：2006 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

定 价：35.00 元

投稿热线：(020) 87373998-8503 读者热线：(020) 87373998-8502

网址：<http://www.nanfangdaily.com.cn/press> <http://www.southcn.com/ebook>

发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

序

深度报道的力与痛

陆 晔

身处中国社会转型的特定语境中，新闻生产的实践主要在三个场域内展开：宣传管理部门的权力约束、媒介组织的编辑机制、与消息来源的关系。总体上，在多重压力作用下，新闻专业主义只能局域和碎片地呈现。然而，以调查性报道为主体的深度报道栏目及其从业者则最集中体现出新闻专业主义的诉求与实践。关注中国的深度报道，必然要关注在这样的权力架构中其所经受的社会控制和实践策略。

参照英美国家深度报道和调查性报道发端发展的历史轨迹，不难发现，深度报道与新闻业作为独立社会力量的存在息息相关，也与大众媒介的商业化和市场化密不可分。20世纪初，在美国揭黑幕运动中发挥巨大作用的调查性报道，被视作美国社会转型与大众传播媒介互动的重要个案。如果我们将作为独立社会力量的新闻业和新闻专业主义理念作为调查性新闻报道最基本的出发点，那么，市场则是一把双刃剑——在新闻专业主义和市场的商业逻辑的张力中，调查报道可能成为社会制衡的力量，也可能异化成销售技巧包装下的消费产品。

改革开放以来，中国的深度报道于上世纪80年代中后期勃兴。当时，无论《人民日报》的《中国改革的历史方位》（1987年10月6日）、《经济日报》的《关广梅现象》（1987年6月13日）这样的新闻评论或经济报道的体裁，还是《中国青年报》有关大兴安岭大火的系列报道（1987年6月24日、7月4日），无不与社会变革的前沿问题相互观照。这些深度报道的佳作，也大都符合业界对深度报道的操作性定义，“以今日之事态，核对昨日之背景，揭示明日之意义”。作为一般意义上深度报道的延伸，调查报道虽初显端倪，但无论报道内涵或文体风格，触及到的边界更多来自中国改革开放有关“姓社姓资”的争议；而其中的舆论监督或口批评报道，则更多被视为党和政府自我监督的有效手段。

90年代初中期，媒介的市场化程度不断提高，新的社会问题也日益凸

现，调查报道在这种情势中，以和前述将“核对背景、揭示意义”作为主要诉求的深度报道不尽相同的面貌出现。1994年4月1日，中央电视台一套《焦点访谈》开播，将内容定位为“时事追踪报道，新闻背景分析，社会热点透视，大众话题评说”。这个“收视率稳定在30%左右”的名牌栏目^①，开播8年3000多期节目中，涉及舆论监督的共600多期，占20%，曾被公众视为“舆论监督的代名词”。^②这个栏目获得的宣传管理、市场逻辑的双重认可，体现出一定程度上调查报道所可能具有的特质，即：既被视为党和政府的批评治理手段，又可以在市场驱动下获得高额利润，其“领导重视、群众关心、普遍存在”的选题原则，基本上体现出新闻媒介对“边界”的操作性和技巧性认知。

然而，同是这个阶段，《南方周末》和央视二套等诸多媒介开始介入和推动的消费者权益运动，则更多地呈现出比较自觉的有关现代社会公众启蒙的思想萌芽。这类报道的基本样式依然是深度报道，其中，不乏调查报道的力作。1996年央视开播的《新闻调查》，在实践中逐步呈现对电视调查报道自觉意识，与首期节目《宏志班》同时拍摄但未能播出的《西古县村纪事》，已经具备了以揭丑为中心、以腐败现象和权力人士试图极力隐瞒的错误行为为目标、以记者的深入采访和独立调查为基础的调查性新闻报道的核心内涵。

与此同时，市场逻辑催生了以都市报和生活服务类报纸等为代表的软性媒介，娱乐、消费和生活服务性内容在媒介版面上的比例开始增加。此类媒介所刊发的大量偏软性的新闻报道，由于其市场的受欢迎程度，也并不触及宣传管理的边界，往往“叫好又叫座”。包括调查性新闻报道在内的硬新闻“软化”现象，无疑是市场逻辑和宣传管理双重作用的结果。这主要体现在，以消费者维权为主要诉求目标的各类报道中，若从内容取向或者文体风格上看，相当数量的报道在故事性、细节性、服务性和实用性方面，进行了柔性处理，对受众的影响力很大，“3·15晚会”就可以被看成是一个典型例子。但究其理念，依然有相当一部分比较尖锐地指向制度安排。同样，《新闻调查》在其众多的主题性、事件性调查当中逐步形成的“探寻事实真相”的调查报道理念，在触及“边界”的时候，其制作精良和叙事中对故事、情节、过程的刻意追求，无疑也是试图在市场逻辑和宣传管理之间寻求到有效结合点的做法。

2003年前后，中国的深度报道进入更广阔的公众视野。新华社“龙胆泄

① 焦点访谈栏目介绍，<http://www.cctv.com/news/focus/lanmu.html>。

② 梁建增，焦点访谈红皮书，文化艺术出版社2002年版，p6。



肝丸引发尿毒症”的报道，《中国青年报》对山西繁峙矿难瞒报的报道，《中国经济时报》对北京出租车行业垄断黑幕的报道等，均在不同程度上关涉公共利益的真相揭露；《华商报》“黄碟事件”的报道将一则普通的社会新闻，引向有关国家公权和公民私权界限的深度讨论；央视《新闻调查》栏目也明确提出“做真正的调查性报道”的目标定位，《死亡名单》、《无罪的代价》、《村官的价格》、《派出所里的坠楼事件》、《阿文的恶梦》、《命运的琴弦》等，都体现出新闻媒介在中国社会变动的历史格局中逼近真相的努力，也包含了新闻媒介培育现代社会公民意识的思想启蒙功能。该栏目制片人张洁曾说过这么一段话：

“人有各种权利，什么样的权利是第一位的？是生存权。其次，才是权利，才是尊严。这是社会的焦点，任何一个法治国家都不会允许公民的生存权受到侵害。我们的调查性报道就要把维护那些普通老百姓的生命权作为第一要义。”^③

这可以清晰概括出以调查报道为主体的深度报道，在中国社会转型中所担负的社会功能和新闻专业主义诉求目标。之后的“西安宝马彩票案”、“孙志刚案”、“阜阳奶粉事件”等报道，也均体现出不同程度公民意识的自觉启蒙。

然而，也正是这个阶段，市场力量以更加明确的方式体现出来，收视率的末位淘汰成为《新闻调查》的一道紧箍咒；而对舆论监督的栏目，宣传管理所划定的边界也对其进一步拓展带来很大压力。对《新闻调查》这样的电视调查栏目而言，多个两难的选择始终存在：首先，社会转型时期的断裂特征，多种时代成分并存和多重利益分化，使其面对大量题材时，既担负沉重的道义责任又时常因容易突破“边界”而力不从心。其次，有时候，强大的市场驱动成为道义责任和新闻专业主义理念的共谋，这种共谋往往被表述为“满足受众的需要”，或者“在受众中引起强烈反响”，进而取得其存在和发展的合法性；还有时候，市场又以其低格调的柔软可口和主动谄媚于貌似主流的社会价值，不仅温婉地扼杀了调查报道中充满道德理想的批判性，也消磨掉新闻专业主义诉求的高品质标准。再次，宣传管理将舆论监督视为内部的批评治理技术时，会让相当一些调查报道顺风顺水，以至于产生“边界”已被消解的错觉，而社会安定的需求由于种种原因大幅提升时，原本以为早被突破的“边界”，又会再度坚如磐石般地不容置疑。于是，软性题材软化处理成为在微妙时期的当然选择——《新闻调查》2005~2006年度的一些报道，如《以生命的名义》、《农民看病现状调查》、《长大未成人》、《医保

^③ 张志安，《目标：做真正的调查性报道》，《传媒观察》，2005年1月号。

疑团》等，都在题材上或叙事上呈现软化特征。

上述对中国深度报道的简略梳理，主要以调查报道为脉络。总体上看，深度报道的发展与中国社会的发展息息相关，在不同的阶段呈现出不同的理念和操作方式。以调查报道为主体的深度报道，其理念和实践策略与中国社会发展的互动，既包含了新闻从业者在社会变动的历史格局中逼近真相的努力，也包含了新闻媒介培育现代社会公民意识的思想启蒙功能。

如果置于媒介/权力的结构关系中去，近年来深度报道的发展，呈现出宣传管理、市场需求和新闻媒介自身专业诉求之间的微妙平衡关系。其中任何力量对比改变时，深度报道的整体取向、力度和深度就会改变。媒介的新闻生产始终在宣传管理和市场逻辑的夹缝中成长，时进时退、有力有痛，而转型社会的断裂特征则为深度报道从业者的新闻专业主义实践，提供了一种荆棘丛生但前路光明的可能性。

(作者为复旦大学新闻学院教授、复旦大学媒介素质研究中心主任)



上篇 著名深度报道栏目/媒体主编访谈

调查性报道是奢侈品、易碎品

——中央电视台《新闻调查》制片人张洁访谈 003

我们努力的方向就是调查性报道/用简单的结构来传递复杂的東西/对人和节目的管理都是动态的/愿意在《新闻调查》做到退休

看惯了黑暗，更喜欢光明

——中央人民广播电台《新闻纵横》负责人侯永生访谈

..... 020

基本模式，就是“事件+背景+评论”/解决问题，不单单是新闻媒体的事情/最大特点，就是用音响来表现/过分强调利益，会伤害媒体的公信力/试探前进，走到别人没有的高度

报道读者应该看的东西

——《财经》杂志常务副主编王烁访谈 033

“以我为主”地做杂志/独立、独家、独到/经济报道更加强调可靠性/做自己觉得重要的报道/从立场和态度上来吸引人/报道最重要，其他的不重要/她的影响是全面的，透彻的

好报道就要把故事讲好

——《中国新闻周刊》执行主编靳丽萍访谈 043

要报道那些反映中国社会变迁的主流题材/事实和问题之间必须有逻辑关系/没有好的故事，就没有好的传播效果

让政治关心你的生活

——《瞭望东方周刊》副总编孙凯访谈 050

为主流人群打造的时政杂志/纯粹用记者的目光观察、思考和解读/好看故事 独家思考/杂志内部形成有力支持/时政类周刊发展空间巨大

重新打量每个生命

——《南方人物周刊》副主编徐列访谈 060

理念传承：一个“人物”的诞生/定位考验：期待成为主流大刊/运营体验：迈过了一道坎/核心功能：感动、感慨、感悟/报道策略：把人物的内心彻底刨出来

下篇 优秀深度报道记者访谈及经典案例

“不求空前但求绝后”的追求

——《北京青年报》国内版组原执行主编郑直、资深新闻人宋燕访谈 075

任何新闻都追求接近和探求真相/深度报道成败在于理念而不在技巧/要让文章有很强的逻辑/在轰动性和认可度之间的抉择

【代表作品】证明哈佛博士

【报道手记】对个体负责

【代表作品】我要做个名女人

【报道手记】把人物写活

最大可能去接近真相

——《中国青年报》资深记者蔡平访谈 102

记者是天生的，不是后天的/好奇心比技巧更重要/调查性报道就

好像智力游戏/细节与逻辑同样重要/我老是以傻大姐的形象去采访

【代表作品】世纪末的弥天大谎

【编辑手记】《世纪末的弥天大谎》的幕后故事

我不写孙志刚，迟早会有人写

——《新京报》时事新闻部主编陈峰访谈 122

收容制度废除和我们的报道并无必然联系/绝不能否认孙志刚的报道有偶然性/调查性报道要充分利用书证/我不愿意去参与报道之外的事情/记者的工作，一半是科学一半是艺术

【代表作品】被收容者孙志刚之死

【报道手记】孙志刚事件采访过程及报道分析

以调查报告推动社会进步

——《中国经济时报》首席记者王克勤访谈 146

调查性报道最能彰显新闻价值/中国的调查性报道需要各方面保障/署真名是一种自我保护和职业精神/开放的社会是调查记者的天堂/我的期望是活到80岁干到80岁

【代表作品】的哥的姐怨声载道——揭开北京出租车业垄断黑幕（节选）

【报道手记】为平民鼓与呼

当悲悯和焦虑成为职业的一部分

——《南方周末》原著名记者杨海鹏访谈 174

这个行当的性格也许是“习惯性焦虑”/忠于职守甚至坚守底线，就不简单了/够不着“事实真相”时，写一个字都会怕/说出事实远不够，还要防备“后遗症”/做一线调查越久，越不敢轻易发言/摆脱阻挠、还原真相，是最基本的技术/去一个地方总先去研究县志/名记转

型或许也是被动的选择

【代表作品】三位诺贝尔奖科学家指斥中国核酸营养品

【报道手记】关于核酸的断章

在绝望中婉转腾挪

——《南方人物周刊》主笔李玉霄访谈 214

只要能吃苦，就能做出好报道/做灾难报道，不是我的主观选择/
国内的深度报道文本太单调/不能进1米，就进50厘米/记者就是理想
主义者做的事情

【代表作品】我听见沙漠蚕食良田的声音

【报道手记】山沟里的老人王永瑞

一定要把人物写得淋漓尽致

——《南方都市报》深度记者姜英爽访谈 235

让人物的性格和想法跃然纸上/捕获采访对象话里任何有用的信
息/我们的“对话”，普通人的比例更大些/南都有追求独家新闻的传
统/南都做新闻有敢“闯”的主动意识

【代表作品】忽然不当犯人，我倒觉得不习惯了

【报道手记】跟余祥林静静聊次天

附录 有关国内外深度报道的常识/栏目

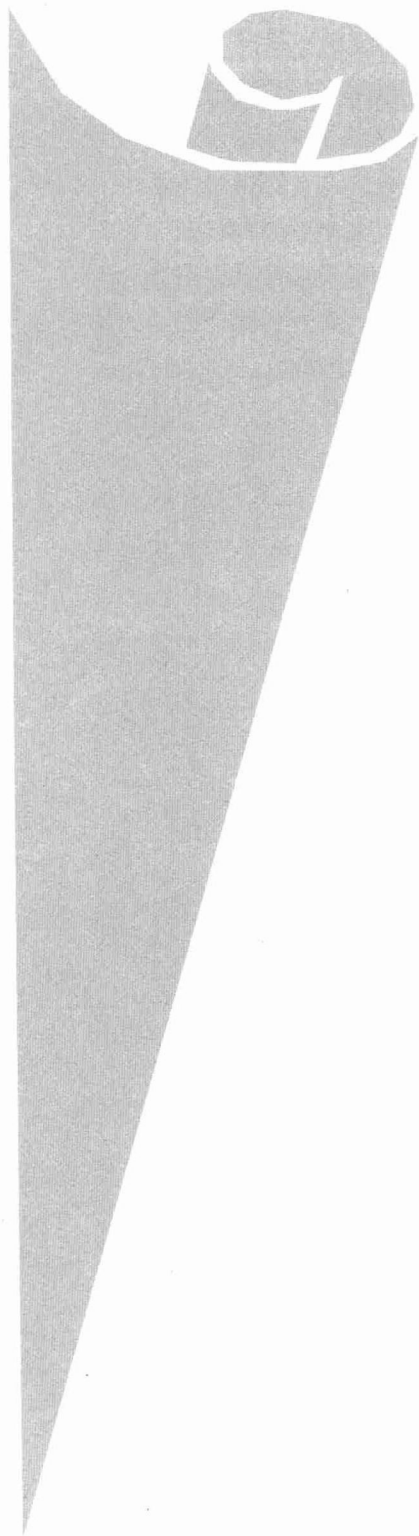
- 附录1：中美深度报道发展大事记 257
- 附录2：中美深度报道的差异比较 260
- 附录3：国外著名新闻报道网站推荐 265
- 附录4：中外媒体新闻报道守则 276



附录5：美国调查性报道技巧、记者素质和操作 要领.....	286
后记	290

上篇

著名深度报道栏目／媒体主编访谈



著名采煤班组长材料主脑市效



调查性报道是奢侈品、易碎品

——中央电视台《新闻调查》制片人张洁访谈

个人简介

姓名：张洁 性别：男 血型：A 籍贯：云南 学历：大本 工种：
制片人

主要作品：

1996年：《西古县村纪事》（未播）、《公交是否优先》

1997年：《公开选拔副局》、《嘉化改制录》（未播）、《香港百年大事记》、
《祝福香港》（合作）

1998年：《真理标准大讨论》（未播）

1999年：《第二次生命》（合作）、《眼球丢失的背后》、《硝烟中霸权》（合
作）、《战火中的中国记者》（合作）、《营救“盛鲁号”》（合作）

2000年：《目击UFO》（合作）、《鱼死之谜》、《羊泉村记忆》（合作）

2001年：《厦门远华特大走私案》

制片人语：在转型期的中国做一名调查记者是我们的荣幸。瞭望与守
护，我们将竭尽所能，不辱使命。

观点摘要

☆《新闻调查》走过了七年，我们不能再放弃调查性报道，我们的努力方向就是这个：一个月做一期有影响力的调查性报道；如果这个目标达不到，就两个月一期；再达不到，三个月一期。哪怕一年只做两期真正的调查性报道，我们的目标也已经实现了。

☆并非看完节目，升华了，才有意义。电视人对意义的理解，可能有误区。实际上，我对收视率的看法也是逐渐改变的。

☆我们的使命就是，既要超前，还要保险；既要往前推进，又不能冒进。我现在心智用得最多的还是在这个地方。

☆在所有符合法律和道德规范的情况下，做到一个作为肉身加思想的人所能做到的极致，这就足够了。关键是这个过程，你要尽心尽力。

☆我没有官瘾，也不想往上升。我的最大愿望就是，踏踏实实领着这个团队往前走，到我退休。

访谈实录

张志安：前不久，《新闻调查》有期柴静做的节目叫《深圳外贸骗局揭秘》，节目中请了一位曾经行骗却已“金盆洗手”的知情人，以隐蔽的方式向记者介绍了行骗的手法。节目播出后，公安部门有没有跟节目组联系？

张洁：这个没有来找，不过其他节目组有来找过。

张志安：如果公安机关要找这名知情人，追惩其曾经的罪行，《新闻调查》的记者会提供线索么？

张洁：我们可以提供，也可以不提供，根据不同的情况。这个节目为什么公安不会来找呢？这个东西在深圳遍地都是，已经形成了一种日常的东西。公安如果想有所作为，根本不需要来找我们，他们可以随时找到。

张志安：以前，公安部门来找你们时，你们怎么处理的？

张洁：我们从2001年开始做舆论监督节目，2001年之前基本上比较少涉及这类节目。这个涉及到国外讲的“污点证人”，在他们那两方面的案例都有，一方面是提供，另一方面是不提供。但据我们了解，西方新闻界对这些线人，不管是什么样的线人，总是持保护的态度，甚至宁愿极端到了宁愿我违法，我去坐牢，也不泄露线人。其实，西方曾经发生过这样的个案，这些个案已经被选编进教材。而且，按照我们新闻从业者的道德价值来判断的话，好像我们更认同这种观点，即保护你的信源，甭管它是干净还是不干净。只有这样，才能使媒体更具公信力，如果你把信源交出去了，那么，公众中有提供信源可能的人就不会给你再提供消息。反过来，公众的知情权就会受到损失。

张志安：更多的真相无法被告知？