

FACE TO MEDIA

EASILY

从容面对媒体

让你的媒体亮相尽善尽美

[美] 乔治·莫利斯 · 著 宋华勋 宋华劼 岳岩 · 译

通过电视、平面媒体或者在线交流
让自己的信息顺利传递



中国轻工业出版社

从容面对媒体

——让你的媒体亮相尽善尽美

[美] 乔治·莫利斯 著

宋华勋 宋华昶 岳 岩 译

通过电视媒体、平面媒体或在线交流让自己的信息顺利传递

—George Merlis

乔治·莫利斯

 中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

从容面对媒体: 让你的媒体亮相尽善尽美/ (美) 莫利斯著; 宋华勋, 宋华劼, 岳岩译. —北京: 中国轻工业出版社, 2005.8

ISBN 7-5019-4903-4

I. 从... II. ①莫...②宋...③宋...④岳...
III. 新闻采访-基本知识 IV. G212.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 047108 号

George Merlis

How to Make the Most of Every Media Appearance

ISBN: 0-07-141671-4

Copyright © 2004 by George Merlis. All rights reserved. Printed in the United States of America.

Except as permitted under the United States Copyright Act of 1976, no part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Companies, Inc. and China Light Industry Press.

本书中文简体字翻译版由中国轻工业出版社和美国麦格劳-希尔公司合作出版。未经出版者预先书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号: 01-2005-2825

责任编辑: 张皓颖 王旭华

策划编辑: 张皓颖 责任终审: 孟寿萱 封面设计: 王佳芃

版式设计: 马金路 责任校对: 郎静瀛 责任监印: 胡兵

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街6号, 邮编: 100740)

印刷: 北京画中画印刷有限公司

经销: 各地新华书店

版次: 2005年8月第1版 2005年8月第1次印刷

开本: 635×965 1/16 印张: 13

字数: 249千字

书号: ISBN 7-5019-4903-4/F·335 定价: 36.00元

读者服务部邮购热线电话: 010-65241695 85111729 传真: 85111730

发行电话: 010-65141375 65128898

网址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部联系调换

40296K5X101ZYW

对《从容面对媒体》一书的赞语

“对于未做出充分准备的被采访者来说，一个准备充分的采访者能够掌控采访的焦点与内容。另一方面，无论采访者的技巧多么娴熟，被采访人总能传递出他的信息。乔治·莫利斯这本优秀著作对于如何与媒体打交道并赢得先机做了详细的论述。”

——大卫·哈特曼 “早安美国”原创主持人

“整装待发！乔治·莫利斯这本书号召采访者与采访对象都采用这一童子军格言。采访者已经为你们的访谈做好了准备，他们已经事先了解了有关你的一切，所以为了成功塑造媒体形象，你最好提前做好准备。莫利斯的书是应对任何媒体事件最具价值的工具书。”

——罗宾·利驰 名人 TV 记者

“能够老练地与媒体打交道是 21 世纪一项基本的生存技巧。对于精明的成功人士面对摄像机时笨嘴拙舌的表现，我总是感到很惊讶！乔治·莫利斯的书会帮助那些初次与媒体打交道的新手成为媒体专家。”

——莱昂纳德·马丁 电影评论家和历史学家

“乔治·莫利斯的书写得精辟、专业、趣味盎然，最重要的是

它很有帮助。此书揭示了进行一次好的采访包含的秘诀和繁杂所在，因此能够帮助读者树立介入电子时代竞技场的信心。结果是？那就是连我都准备好来个特写镜头了。”

——斯特芬·M. 休沃曼 人物网 每周新闻编辑

“乔治·莫利斯了解如何有效探寻你的背景信息以及理解你表达要点的全部技巧。他不仅是一位指导你成功面对媒体的好教练，其人生信条对你一生都会有帮助。你可以在电视上、会议中，也可以在招聘面试、约会或是电话订购比萨时使用这些技巧！他所关注的是如何使你更有效地表达。”

——迪恩·索亚 ABC 新闻

“乔治·莫利斯是本行业最出色的电视制作人之一。出于自我保护，他撰写了此书。他倾注全部职业生涯于世界各地的剪辑室中，努力使人们的语言能够更加流畅地传情达意并且听起来充满智慧。他已经累了。如果想帮他解脱，如果我有可能在未来五年中采访你的话，就请阅读此书。”

——杰尔·西格尔 影评家及娱乐编辑“早安美国”

“乔治·莫利斯的书是任何一个要面对采访的人必读的读物。它甚至对我们这些提问者也有裨益。”

——鲍伯·格恩 今晚娱乐的共同主持

目 录

第一章 面对媒体,把握媒体	1
媒体如何利用采访	5
第二章 童子军戒律	10
戒律 1: 你要整装待发	12
戒律 2: 你应了解在和谁交谈	15
成功准备的附加技巧	21
第三章 表演戒律	29
戒律 3: 应该引有所值	30
关于引有所值的附加提示	40
戒律 4: 实践、实践、再实践	47
戒律 5: 不要撒谎、逃避,也不要摆出某种姿态	49
第四章 成功采访的工具	53
采访前要问记者的五个关键问题	55
如何掌控各种采访	58
采访人最肮脏的七种伎俩	63
使采访完胜的十一条法则	70
要具体	77
采访后的冷静思考	79
优秀嘉宾	80
不要吃午饭	80
第五章 迎合独眼兽	
电视出镜	82

2 目 录

独眼兽本性	83
如何在电视里创造好的形象	84
电视采访人:好的、坏的,但绝不是丑陋的	96
做“现场直播”:机遇还是挑战?	99
前期采访	102
电视:一种表述媒体	102

第六章 深层挖掘

调查型电视广播	104
了解调查类广播	104
你是个好人还是个坏蛋?	106
整装备战	111
调查采访	116
采访后期	117

第七章 披荆斩棘

如何在突击访问中生存,在争辩中获胜	120
突击访问	120
如何赢得一次辩论访谈	126

第八章 记笔记

印刷和在线媒体采访	128
印刷媒体采访	128
在线媒体采访	142

第九章 你在直播中了

电台和电话采访	145
电台采访	146
电话采访	160

第十章 你唱主角

出镜展示和新闻发布会	168
出镜展示	168
新闻发布会	173

第十一章 为你那 15 分钟做好准备

遭遇媒体以前、当中和以后应该做什么	185
你需要专业的媒体培训吗?	189

附录

媒体掌控工作单	195
---------------	-----

第一章 面对媒体，把握媒体

“在不久的将来，每个人都能在 15 分钟内闻名于世。”

——安迪·沃霍尔，1968

大众传媒成几何级数的贪婪增长，使安迪·沃霍尔 1968 年的预言看起来好像是对明天一种幼稚的低估。你为你那 15 分钟做好准备了吗？有没有想过你的那 15 分钟会被媒体演变成 15 小时、15 天或 15 个星期的关注呢？这种可能性是存在的。无论什么样的采访，你都有两个基本选择，甘愿听从记者的安排（这可能与你自己的议程冲突）或者按照自己的议程行事。妥协于他人的安排和把握自我的区别，正是本书要介绍的技巧和知识所在。我在本书的字里行间，穷尽 40 年来于印刷媒体和广电领域所学的知识来帮助你应对媒体。我在职业生涯中经历过许多采访。在我从事记者、编辑和制片人的岁月里，指导或监督过成百上千的文字、广播或是电视出镜采访。这些节目涵盖了从友善的“早安美国”到艰难的、充满敌对情绪的电视新闻调查杂志。我本人做过大量的个人采访，也研究、制作并写作过许多报道——包括新闻曝光——为报纸、杂志和电视网工作。在近 20 年时间里，我也替媒体培训过许多报道员。我的客户包括从火箭专家到摇滚歌星的各色人种。

我对人们进行媒体培训以使他们表现得更接近真实的自

我，所教授的这些技巧是我在从事记者、作家、编辑、电视新闻制作人以及媒体培训顾问的职业生涯中磨炼出来的。如果你曾经历过媒体采访，甚至你预期在遥远的将来会被媒体采访，那么这本书会为你提供大量的关键信息。这些技巧需要反复实践，因为其中的一些像如何从记者的提问过渡到阐述问题对许多人来说就是有悖于本能反应的。你可能犯的最大错误就是把采访当作一次交谈来对待。它不是，无论记者多么高超地使自己看上去放松、随意，它都不是一次谈话。采访是一项工作，对于你和采访者都是如此。他有工作要做——为他的采访收集信息。你也有你的工作——保证他从你这里得到的信息是你想要他得到的，而且仅是这些信息，别无其他。

有一些基本的技巧，例如，说话要字正腔圆，遣词勾勒出你的重要观点，使回答保持简洁易懂。无论你是在为国家调查广播杂志，如“60分钟”做采访准备，还是已经在当地的广播节目中预定了一个产品广告插播，或是正在准备面对一位像《华盛顿邮报》或《纽约时报》这样有备而来的报刊记者的深入采访，这些技巧你都应该掌握。任何一个某一天可能会被要求接受媒体采访、捍卫个人主张或者推荐工程和推销产品的人都要学会如何用媒体与我们交谈的方式来应对媒体，如何回答记者的提问以及如何在他编排好的肮脏伎俩前明哲保身。所有这些，以及更多的方法都包含在这本书中：包括怎样为采访制定你自己的议程安排，怎样在采访过程中付诸实施，怎样在有敌意的或事先未通知的采访中保护你自己，以及怎样跳过记者将你的信息转达给观众、读者和听众。

不管你是要接受《新闻周刊》、CBS（哥伦比亚广播公司）晚间新闻、还是当地周报的质询，这都是你通过信息交流接触更广泛受众的大好机会。本书会告诉你如何组织信息以及怎样在采访过程中把它发挥得体面而有效。准备过程是关键所在，

它能帮任何人在遭遇媒体的时候走出疲于应付的窘境。事实上，从本书中轻松学到的一套技巧能帮助任何人真正成为媒体的主人。

我将此书定位成一种简易的循序渐进式的方法论指导书。观点以轶事趣谈或历史案例的方式进行解说，组成目标课程，而且包含了互动的元素。我会阶段性地要求你完成一些作业，为准备采访填写一些工作单。这些练习非常重要，因为它将指导你如何为真正的采访做准备。在正确地采访做好准备以后，无论提问的记者是阿谀奉承式的追星族还是咄咄逼人式的问讯官，你都会信心十足地面对他们。如果你能充分利用这些互动的机会，就能最大限度地从本书中挖掘知识。所有工作单的附加复印本都可以在 www.master-the-media.com 上下载到。

简述一下本书的内容结构：开始我们将教你一些媒体掌控的基本技巧，这些技巧无论是在你接受报纸杂志、公司新闻简报代表还是地方或国家电视节目记者采访时都会用到。它们是一些基础的沟通技巧，像以完整的句子说话，用一句主题语或者口述的中心句作为回答问题的开始，引言要有引用价值。你需要掌握这些技巧，这样才能成为一个成功的采访对象。接下来我们会进入电视采访所需要的具体而特别的要求。学一些使你成为受欢迎的嘉宾或完成一次轻松有趣采访所需要的小窍门，像如何使谈话充满活力，如何用手语来描述个人的观点以及如何预约你的采访人。这些电话受访技巧大部分是关于风格运用与化妆品使用方面的，只是为强化你的语言感染力，绝不能取代语言本身。好的电话受访风格能使你自己成为一名风趣的电话演讲人——同好的写作风格无异。好的话风可以使信息听起来如飨美食，通俗易懂。作为一名电视观众，你对此应已有体会。假如呈现在面前的是一位糟糕的采访对象，你会注意力不集中，只能吸纳一小部分观点。观看一位出色的采访对象

4 从容面对媒体

的节目，你的注意力会保持集中并抓住他观点的主要信息。下一次当她出现在电视节目中的时候，你就会认出她，而且期待听到她的谈话。因为她以一种饶有趣味、引人入胜的方式来传递信息。

电视节目主持人们越发被要求超越单纯谈话的模式而加入表演成分。当今电视需要的是访谈秀类的节目。如果是在谈论一种新型电器，你最好做展示的准备。如果是在讨论一种新的医疗成就，电视节目更倾向于你能够将产品带来，并对它进行形象的描绘讲解。谈话人在这方面需要掌握的窍门包括了解如何向摄像机展示物品。懂得如何在摄像镜头前移动，学会如何在展示、讲解的时候展开你的话题。在本书稍后的部分你都能找到详细的论述。

本书也涵盖了有关广播采访、新闻发布会和电话访问的具体信息。在电台采访中，交流必须完全依赖于你的声音。你会学会如何使声音活力四射，如何使观点更详尽以及如何确保观众了解是谁在发表言论。至于新闻发布会，面对 15 名记者并不会使你有面对 1 名记者时 15 倍的压力，你会知道这么讲的原因所在。事实上，通过把你的焦点放在那些更愿意公平对待你以及你观点的记者身上，使用你的集团优势是完全有可能的。而电话采访对我们来说机遇与挑战并存。你将学会如何抓住机遇并避免遭遇挑战，你会学会突出事实的方法，这样采访者就搞不清你在做什么，以至于他永远都不会了解你是否就在他鼻子底下备好了充分的材料来将采访纳入你的议事日程。

我建议你通读全书，并在接受采访前一段时间完成所有练习。这本书中有许多需要吸收的知识、技巧。把学院里临阵磨枪式的“考试”前突击的方法，用来准备一次媒体采访已经不再起作用了。况且，你需要耗费时间来为每一个具体的访问筹划议程，你一定不会希望这过程被粗略的速读所破坏吧。

媒体如何利用采访

在安排议程前，你应该了解一个采访对制作一条新闻报道有多么重要。不管是作为原文引语的来源还是仅作为编刊背景和研究指南，采访都是我们大多数读到和看到的新闻报道最基本的素材。印刷媒体最初善用采访作为报道的关键构架，这种技术后来也被广播媒体所采用以满足它们的特殊需要。

印刷媒体

印刷媒体记者们通过采访一个或数个消息人，然后截取或直接引用消息人的话来制作新闻。作者把这些引言与注解语和其他材料结合在一起，包括记者或者其同僚所观察到的第一手材料、新闻发布的消息、早期文章以及丛书上和网上得到的研究报告。然后，他们依据所有这些材料构建一则评述。

有时候，报道来自单个观点，如“政府正在采取措施以保证国家海洋大气协会有充足的资金彻底检验气候变化。”另外一些时候，报道来自多个观点，如“政府正在采取措施以保证国家海洋大气协会有充足的资金彻底检验气候变化。然而议会方面称，相当数量的议员及一些内阁成员不相信有气候变化，将会对此项研究持反对意见。”无论哪一种方法，报道都会使用来自不同发言人的陈述或注解语来反映观点。

另一类文章，即 Q&A（问答式），就是由记者提出的问题和被采访人回答的直接引语构成。这是印刷媒体最接近直播广播访谈的一种形式。这种文章中惟一经过编辑的就是对某些回答的压缩和记者对他认为影响谈话进行的完整问题与答案的删减。

广播媒体

电视报道是通过拼接这三个基本要素制作出来的：采访或直接引语，由新闻联络员传送的摄像或声音资料以及描述报道元素的镜头外语音旁白（这被称作画外音）。新闻联络员的大多数摄像或语音资料都通过整理采访中收集的论点并进行注解得来，剩下的来源于印刷媒体记者使用的同类消息。电台报道的构成与电视的近似，不过它删除了画外音，取而代之的是一些被称作原声再现的片断或在新闻现场录制的非语言声效。原声可能包括为雨林消失的报道配的树木被伐倒的声音，或者为报道交通阻塞而准备的汽车马达轰鸣的声音。

下面是电视如何报道前面提到的一则假想的 NOAA 预算的新闻。注意采访是怎样在新闻编辑中发挥关键作用的。

镜头中的外景记者在白宫外：“目前政府正关注气候变化与全球变暖的问题，正在为探求导致这一现象原因的研究费用，寻求议会对国家海洋与大气协会（NOAA）追加拨款。”接下来通过绕地气象卫星的传输片段，外联记者的声音传入（这是他的传送音）“白宫认为需要再加两颗此类卫星才能对形势有充分的研究。”然后，传来总统新闻秘书或科学顾问的录音片段，表达对气候变化给农业和商业造成后果的关注。跟着播放来自国会大厦的画外音以及外景记者的一段传声旁白：“然而，在国会中，迎接这一论点的是怀疑的态度。”切到洛普金斯代表的一个画面音：“在我的区域没有看到气候变化的迹象，而我将不会允许政府做这种用大炮打蚊子的事情。因为那是对纳税人钱财的浪费。”接着，可能会跟上一段白宫发言人反驳的声音片段，因为有冲突才能制作好的电视节目。

直播采访

无论是电台还是电视广播，现场直播采访都是由一个主持人，在具体的限定的时间内访问一名对象的一些片段组合（通常只插播商业广告）。有时候，还会邀请观众或听众打入电话提出问题。采访可长可短。例如，我的早期节目，“早安美国”以及一些其他早间的节目通常被策划成播放 5 到 10 分钟。如今，那些早间访问已被缩减成 3 到 5 分钟了。因为现代观众很少看早间电视，而 30 秒广告也学会了怎样在极短的播放时间内充实信息。实际上，许多观众都不愿忍受长时间的采访节目。如果采访的对象、地点与音调不是快速且时常变换的话，他们就会开始注意力不集中。可以这样说，我们整个国家都在忍受注意力紊乱的煎熬。或者，我们已经学会怎样迅速掌握并安排信息快速流动的方法。不管这是吉兆还是凶兆，我们都不得不把这些留给科学家或哲学家去讨论了。对于我们来说，知道短节目访问是当今广播生活的一个现状，发言人必须学会精确的沟通技巧，这就够了。

当然，仍然有一些广播（如，PBS 的“查理·罗斯秀”）有时候会做单人整整一小时的访谈节目。而 PBS 这大约一小时——在 56 到 58 分钟之间——是与商业广告的一小时相对的。后者，一旦把广告插播因素考虑在内，通常仅播放 44 分钟。即使是录播，我也把罗斯的节目归入直播类节目当中。因为它是“现场同期录音”。也就是说，录音通常是在真实的时间，不间断而且把剪辑控制在最小范围内的情况下录制的。

不管多长，一个现场直播的或现场同期录播的采访可以最大限度地吸引你。因为它是不经过剪辑直接呈现给观众的。机遇有，但挑战也同样存在。直播采访中，没有第二次机会。不

能在说明事实以后又回想起什么，说：“还有一些事你应当了解……”因而，你的责任就是一次就要把话讲到位。在本书中将要学到的技巧会助你一臂之力。

把握媒体的关键是学习如何接受采访。这本书将被证明是你面对媒体的圣经。为达到这个目标，让我们从这五个采访戒律开始吧。

五个采访戒律

1. 你应整装待发。
2. 你应知道在和谁交谈。
3. 要引有所值。
4. 你应实践、实践、再实践。
5. 你不应该说谎、逃避，也不要摆出某种姿态。

这五个戒律应该成为你媒体亮相前的祷词。在接下来的两章中，对它们会有详细的论述。使它们在你头脑中占据首要位置并用于实践，这样会确保你在媒体面前成功亮相。

有一种说法称，在公众面前讲演的畏惧感对许多人来说甚至超过面对死亡。而又有哪种公众亮相能与接受新闻媒体采访相提并论呢？这种畏惧之谈可能是由演讲口才教练们信口编造出来的妄言。但是事情的事实是我们可能不得不无数次面对公众，而死亡却只有一次而已。所以我们无论对采访或演讲的恐惧是大于、等于甚至小于对死亡的恐惧，它肯定会是我们经常遇到的。导致两种恐惧的根源有非常相像之处。那就是我们存在一种在这些情况下练习很少或无法控制的感觉。这就是此书的切入点——至少是在公众形象领域。它会教你通过掌控情况的方法克服接受采访或出席其他公共场合的恐惧感。当你一页页读完此书并开始使用采访前工作单时，你会抛弃恐惧，视媒

体曝光为一次机遇而非威胁。你将在这里学到的一整套技巧会提高你与媒体打交道的水平，甚至可能让你乐此不疲。让我以最基本的准备工作来作为我们征服媒体之旅的开始。在接下来的一章，你会学到怎样为各种采访做准备。