

# 采访技巧

〔美〕约翰·布雷迪 著



# 采访技巧

[美]约翰·布雷迪 著

范东生 王志兴 译

王德华 校

新华出版社

## 采 访 技 巧

〔美〕约翰·布雷迪 著

范东生 王志兴 译

王德华 校

·  
新 华 出 版 社 出 版  
新 华 书 店 北 京 发 行 所 发 行  
北 京 燕 山 印 刷 厂 印 刷

·  
787×1092 毫米 32 开本 10 印张 190,000 字

1986 年 8 月第一版 1986 年 8 月北京第一次印刷

印数：1—16,400 册

统一书号：7203·152 定价：1.70 元

## 译 者 的 话

采访是获得新闻的基本手段。可以毫不夸张地说，没有采访便没有现代新闻事业。在西方新闻界，美国新闻业影响较大，而美国记者的采访方法也颇具特点，这本书便是现代美国著名新闻记者的采访经验集锦。

本书依照采访工作的自然顺序，从赢得采访机会开始，一直谈到采访结束后如何整理材料和撰写采访记。凡是采访中可能碰到的问题，作者都一一指点，巨细无遗，甚至包括记笔记的姿势。特别是本书辟有专章介绍记者在采访中遇到特殊难题时的处理办法，亦有趣味，值得一读。本书内容全面系统，夹叙夹议，实例相当丰富，言必有据，读者不难从中找出一些对自己有用的东西。当然，读者对作者的某些观点也许未必赞同，但书中一些事例还是可以给人以启发的。书后还附有一章“采访史话”。可供广大读者和研究工作者参考。

自然，由于美国新闻业的性质和状况与我国根本不同，书中介绍的形形色色的采访方式决非样样值得效法，某些格调不高或不讲道德的采访手段更不足为训。书中暴露的美

国社会和新闻界的一些丑恶现象，倒可作为反面教材，以资分析批判。

本书是根据原书一九七八年第三版译出的。需要说明的是，原书部分内容对我国读者来说似无借鉴价值，因而略而未译。比如，第二章中关于美国英文版各类工具书的详细介绍、第八章中关于各种型号的美国录音机的性能及使用方法、第十章中关于电话录音的法律问题、第十二章中关于美国方言的处理问题，等等。原书目录部分文字繁杂，不合我国读者习惯，也作了删节。

限于水平，译文难免讹误，不当之处，概由译者负责，欢迎读者不吝赐教。

本书承蒙王德华同志校阅，在翻译过程中，译者还得到陈翰笙老师及彭灏等同志的热情帮助和指导，在此谨表衷心感谢。

一九八三.十一.于北京

# 导 言

十九世纪是小说家的时代。

二十世纪是新闻工作者的时代。

——詹姆斯·赖斯顿(注)

有些撰稿人会说，采访很简单，就象请一个陌生人出去吃午饭一样；不过就是带着熟悉的录音磁带或做笔记，来一次精心准备的活跃交谈而已。这很容易。这当然谈不上写书。

在某种意义上说是这样。采访就象搔痒一样简单和自然。不需要大学的学位。甚至不需要社交地位。只需要对人的持久的好奇心，也许还有慎重的信任。

但象大多数满足好奇心的职业一样，采访也是一种技巧和艺术，虽然不能作为一门科学，但有时堪称为艺术。正如

---

(注) 美国《纽约时报》著名报人。

新闻业中屡见不鲜的，可以通过尝试和惨痛的失败学会它；但是也有捷径可循，本书即作了一些探讨。笔者希望这些门路会使你成为一个有条理的采访者；使你的工作不再杂乱无章，使你能把采访作为一种技巧熟练掌握，进而作为一种艺术自由探索。

不论多么优秀的撰稿人，如果他不是一个卓有成效的采访者，他的才干也会受到限制。今天的新闻业中最有价值、最有独创性的稿件通常得之于采访。丹尼斯·布赖恩说，“我们对于自己同时代人的最鲜明生动的印象是从采访中得来的，今天比以往任何时候都更是如此。”布赖恩是《谋杀者与友好的人们》一书的作者，这本书是对采访者的采访记。他说，“几乎每件要闻都是通过一个人向另一个人提问传达给我们的。因此，采访者具有前所未有的权威和影响。”

对采访者的需要也是前所未有的。

今天的读者希望了解比单纯的事实更多的东西——他们想知道一件事为什么发生，激起了什么情绪，如何可以避免。编辑要求记者不仅要懂得写作技巧，还要知道怎样从采访对象身上探出生动的细节和求得精湛的引语。许多编辑认为，一流的采访者必定是一流的撰稿人。反正在纪实作品写作方面是这样。

今天，纪实作品为人看重。虽然大约在一代人之前小说很吃香，现在可是行情迥异了。今天的美国人喜欢读真人真事胜于读小说。大多数的杂志采用独家专稿。据《出版人周

刊》统计，在一九七五年出版的大约三万种新书中，只有二千四百零七种是小说。甚至我们中间的小说家也越来越多地转而采用纪实写作手法。象杜鲁门·卡波特的《在冷血中》、约瑟夫·万鲍的《洋葱地》、詹姆斯·米切纳的《夏威夷》和阿瑟·黑利的“研究”小说《机场》、《轮子》等畅销书，都花了几个月的时间进行搜集事实的采访。

甚至写讣闻也需要采访。前《纽约时报》讣闻主笔奥尔登·惠特曼年复一年兢兢业业地巡回采访，与政界元老和名流谈天，记笔记，吸取种种印象，而这些材料只有在采访对象去世之后才会——而且立即——见报。

在广播和电视中，采访同样无处不在。测验、比赛和讨论节目都吸取了问答交谈的形式。自然，没有采访，新闻节目就会一筹莫展。前全国广播公司新闻部主任鲁文·弗兰克说，“采访是我们这一行的基本手段，没有它我们就无法生存。”采访以谈话的方式来表现抽象的思想。弗兰克还说，“任何重要报道都离不开采访，它们可以录下来、播出去，使观众感到饶有情趣。取消种族隔离、阿尔及利亚、空对地导弹、核裁军、水灾、自动化——说说看哪一条近期新闻中没有人的参与。”通过对一位失业游民的采访，相当抽象的通货膨胀的概念在电视上变得有声有色了，那个游民描述了他怎样不得不在高级饭馆里搜寻残羹剩饭充饥，而过去他却是那里的上宾。

我们美国人酷好采访以至去创造它。丹尼尔·布尔斯廷把这种采访叫做“假事件”，人工制造的新闻，其中的事件不



是自发地产生的——有如火灾、水灾、天变地动、疾风暴雨——而是出于我们的意愿。我们把人召集到一起。我们提问。我们检查。我们编辑。我们付印继而察看结果。我们对参与者评头品足。我们没完没了地谈论他们——在《迪克·卡维特节目》里的凯特·赫伯恩，在哥伦比亚广播公司的《六十分钟》节目里的G·戈登·利迪，在《戴维斯·弗罗斯特节目》里的坦内西·威廉斯——而且在我们的家里，在安乐椅上，我们互相交谈关于采访的事。

乔治·加勒特说，“有时我想，采访是我们多事、孤独的生活中可怜的需要的一一迹象，是对真实事物急切而绝望的探索，是在似乎万事皆伪之时对可靠的东西的深深渴求，是至少相信赤裸裸的事实求之可得的欲望。而且我们似乎了解和认识到……我们在各种形式的采访中碰到的种种人物，实在与我们极为相似，并不比我们更贤明、更勇敢或更正直，甚至对他们所做的任何事也并非干得更出色、更娴熟，但是他们比我们其余的人可能更聪明，而且肯定更幸运。”

采访就是云游四方，会晤三教九流，满足人们的好奇心。采访就是面对一位莫测高深的名媛，她安然而坐，说，“好，开始吧。请随便问。”采访就是碰上一位你从未听过的人物（但你的编辑说：“找到他！”），通过秘书的一个冷冰冰的电话告诉你，“某某先生今天太忙不能接见您，而且明天他就要去菲律宾。”总之，采访难以预料。其中的乐趣颇象格洛里亚·斯坦内姆泛论写作时说过的一段话：“它是唯一经受三项职业考验的东西：1.我干这件事时，并不感到

该去干别的；2.它带来一种成就感、有时还产生自豪感；  
3.它惊心动魄。”

采访者探求真理——但他的工作不需要艺术的创造性冲动，也无须具备科学研究的精确性。而且，与科学家不同，采访者没有什么“法则”，即使有，也总是天天被使用精彩引语的大手笔们所打破。《根》和《马尔科姆·爱克斯自传》的作者、《花花公子》杂志的采访人亚历克斯·哈利说，“实际上并没有什么一成不变的技巧。我不过是运用一切我从经验中能够想到的东西罢了。”

唯一应当记住的法则是：机动灵活。归根结底，提问是一项无法预测和令人兴奋的工作。下面你要读到的东西旨在提供一种文字的弹力袜——其观点应当妥贴地适合每位读者的需要，然而方式不同。各种建议意在作为指南，决不是束缚。如果机械照搬任何建议，都必然事与愿违。

我认为，成功的采访通常是专业的——我希望也是真诚的——好奇心战胜撰稿人先天的羞怯感的问题。对我的过去来说就是这样；而且我所见到的大多数撰稿人同样也是不爱抛头露面的人。但是，交流信息的迫切愿望太强烈了，我们便身不由己地成了采访者。这也是为了我们自身。

在采访的时候，你会有一种适当的力量感。这不是左右他人的力量，而是知识的力量——掌握着一把打开采访对象内心世界秘密门户的手制钥匙。这种感觉转瞬即逝，但却强烈真实。嗣后，当采访记发表时，你将意识到，秘密公开了，但它已经打动了他人。

对有些读者说来，本书是入门。对另一些读者，它又可能是进修课本。但我希望所有的人都会感到，它有助于解开记者之谜：怎样交朋友和采访人。

# 目 录

导 言	
第一章	赢得采访机会····· 1
第二章	访前调查····· 47
第三章	面对面····· 63
第四章	提问····· 89
第五章	强硬之道····· 121
第六章	“不得引用”····· 149
第七章	做笔记····· 169
第八章	录音····· 187
第九章	困境····· 209
第十章	书面采访和电话采访····· 230
第十一章	善后····· 244
第十二章	辑录····· 269
附 录	采访史话····· 289

## 第一章

### 赢得采访机会

哦，是啊，你的牙齿很大；可是这一点也没关系。起码你让我见你一面就很了不起。

——《小红帽》（注1）

一八七一年，《纽约先驱报》的亨利·斯坦利在非洲大陆最深处的某地找到了他的采访对象，他问道，“我猜您就是利文斯通医生吧？”当时那位杰出的医生的回答并不是，“请别在这个时间采访。”（注2）这一类报道过甚其词，而某种过分乐观的看法还是可以从《纽约人》的传奇式专栏作家A·

---

（注1）《小红帽》是法国作家沙尔·贝洛尔（1628—1703）的一篇童话。书中描写一位天真的小女孩小红帽被大灰狼欺骗，遭遇不幸。

（注2）这是美国新闻史上一次著名的采访。利文斯通是传教士兼探险家，于十九世纪六十年代末“失踪”。斯坦利受《纽约先驱报》委派，带领武装探险队，历时九个多月，终于在坦噶尼喀湖畔找到了身患重病的利文斯通。当斯坦利向对方探问时，对方只是简短地微笑着答道：“是的。”

J·利布林曾经作出的一段评论中看出来。他说，“美国人不喜欢被人采访的情况几乎是不存在的。我们是能说会道的人民，乐于为人注目，贪求与众不同。”

即使在这片丰饶的土地上，赢得采访机会也可能很难。也许容易。或者，往好里说，捉摸不定。大概赢得采访机会的不确定性正是推动优秀记者不断前进的东西：追求的兴奋。例如，巴巴拉·沃尔特斯花费很大努力获取难得的采访机会。她用了两年功夫设法请前国务卿迪安·腊斯克在“今日”电视节目中接受采访，终于一举成功，她成为在腊斯克离开内阁之后第一位采访他的记者。她说，“首先，记者要得到不肯接受采访的人的同意，面临着一项挑战。全国广播公司绝不会让我采访迪安·腊斯克，即使他来到播音室，在电视上采访的事大概也是由休·唐斯来做。如果H·R·霍尔德曼同意在‘今日’节目中接受采访，弗兰克·麦吉可能会完成它。但是如果我走出去亲自寻访这些人，那他们就是我的了。这是我的动力，我干得格外卖力。”

## 栽跟头

人们把采访与巧妙的商品推销术加以对比——推销员需要的第一件东西是一张可能成为顾客的人的名单。一位记者说，“记者和推销员面临着大体相同的问题。两者都必须与对象建立联系，赢得其注意并吸引住他，按照自己的意图引导其思路，最终向他表明，谈一谈还是合算的。”

寻找采访对象有几条捷径。许多著名美国人的名字和电

话号码都可以在各种马奎斯《名人录》里找到。如果一个采访对象出版了一本书，该书约出版商会有他的地址——如果不愿透露地址，那也会乐于为他转信。如果采访对象是演说家或演员，安排演讲或演出的部门会知道到哪里找他。如果他最近在杂志上发表了一篇文章，那家杂志可能告诉你他的地址，至少会转达有关询问。如果他是某一方面的知名人士，有关的新闻通讯杂志或组织可能知道去哪里找他。

人以群分。有时候初步采访能提供其它资料的线索。自由撰稿人麦克·埃德尔哈特说，“在我为一篇文章搞调查时，我的第一个采访对象实际上给了我这一领域中所有其他重要人物的姓名、地址和电话号码。”不管怎样获得准备采访的对象的名单，这一步一旦完成，就得着手说服他们接受采访了。

你往往会在采访对象家门口栽跟头。不妨问问卡尔·伯恩斯坦和鲍勃·伍德沃德。这两位调查水门事件的《华盛顿邮报》记者一天工作十二到十八小时，一星期干七天；在四个月时间内，他们采访了一千多人。伯恩斯坦告诉新闻记者蒂莫西·克劳斯说，“你敲了一家又一家的门，打了一个又一个电话，人们总把你推给别人。十回有九回，我们被拒之门外。但有时也能行得通。这原因就是，许多人工作在那种地方，在那里他们最不愿意见到名叫伍德沃德或伯恩斯坦的人来访。如果你给他们打电话，他们就会拒绝你。”

“但是如果你出现在他们家里，而且显得衣冠楚楚，彬彬有礼，”伯恩斯坦补充说：“你还使他们相信，你感兴趣的

是事实真相，不是任何成见。你告诉他们，如果你错了，他们有机会指出你错在哪里。我们并不认为自己总犯错误，但这是个有效的开场白。”

### 猎手与猎获物

搞调查与整个采访工作相比，仅仅是一座冰山上小小山尖。大多数担负日常任务的记者都知道，为了得到采访机会，他们必须以礼待人，一丝不苟，遵守时间。为了进行采访，需要事先约定与采访对象会面的时间地点，说明自己的身份和采访目的，并在采访时准时到达。

一次采访往往在至少一个星期之前就通过写信或打电话约好了。如果编辑想要昨天发生的事件的报道，就必须抛弃提前一周的惯例；但这种情况是例外。马克斯·冈瑟在他的《纪实作品的写作与投稿》一书中说，“在可以避免的情况下，贸然打电话干扰别人的生活，粗鲁地让人家马上当场给你半小时或更多的时间，这是不明智的。日报的记者常常不得不这么干，但写书的人却没有每天截稿时间的借口。采访对象有理由认为，下星期采访或这星期采访对你同样有用，如果你要求他立刻接受采访，他也许会生气。”

事先约定时间的另一条理由是让采访对象有时间做思考准备。如果采访的题目微妙复杂，事先约定就尤为有益。马克斯·冈瑟在《现代杂志文章写作》一书中，谈到他为了给《星期六晚邮报》写一篇关于儿童自杀问题的文章而进行调查的经历。他不知去哪里找材料，所以他拜访了一家精神病院的



院长。那位院长说，“欢迎你来找我，可我实在觉得不能给你多大帮助。”然而，当冈瑟三天之后再次造访时，那位院长却面带成功的笑容。冈瑟说，“三天之中，他与其他医生进行了交谈，为我搜集了齐全的采访对象名单。不仅如此，他甚至还为我跑了图书馆。他递给我一张纸条，上面开列着刊载儿童自杀病例的医学杂志的参考目录。如果给他打电话，试图当场采访，那么这一切收获就无从谈起了。”

应该什么时间打电话要求采访呢？如果在采访对象睡觉，吃饭或洗澡时——或者更糟的情况下——打电话，你会发现他对什么事情都很难同意，更甭提采访了。选择时机就是一切。打长途电话还要记住时差。如果你用全天时间进行电话采访，那就早上自纽约开始，然后横穿全国，直到西海岸，这样就会顺顺当当。

当然，对于冈佐派（注）新闻记者来说，情况就完全不同了。一九七一年，亨特·汤普森作为《滚石》杂志的记者到达华盛顿，当时他感到“起初真象一场恶梦，没人肯回我的电话。”问题在于没人听说过这家杂志。“滚什么？……石头？”这就是典型的回答：“我听过它一回，吵吵闹闹的玩艺儿，是不是？”汤普森告诉《花花公子》记者克雷格·维特尔说，

---

（注）意即“卷入性”或“参与性”报道。这是一种极端的报道方法。本节中的记者亨特·汤普森就是这种报道方法的倡导者。这类记者专写耸人听闻的消息，并直接参加到所要报道的事件中去。如汤普森有一次为了写一群流氓，就与他们一起行动，一起被捕。原文Gonzo为意大利语，原意为扮丑角，出洋相，做傻事。