



“十一五”高等院校精品规划教材

“SHI YI WU” GAODENG YUANXIAO JINGPIN GUIHUA JIAOCAI

新闻

XINWEN CAIFANG SHIWU

采访实务

■ 范 敏 编著



北京交通大学出版社

<http://press.bjtu.edu.cn>

“十一五”高等院校精品规划教材

新闻采访实务

范 敏 编著

北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

新闻采访实务是高校新闻学专业的核心课程,是各大新闻院系学生必须掌握的基本职业技能。本书本着理论与实践相结合的原则,通过大量具体、新鲜的案例,讲述了新闻记者认识客观事物,采掘新闻事实的基本原理、基本规律、基本方法与技巧,以便读者学以致用,更好地进行新闻采访实践。同时,在语言表达方式上,本书一改通常的第三人称的叙述角度,而是以一种商量、建议、描述性的语言,不时穿插第一人称的语式,使读者觉得这就是一本教“我”如何采访的书,充分体现了教材的实用性与贴近性。

本书适用于高校新闻专业学生,新闻从业人员,以及对新闻采访实务感兴趣的各界人士。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

新闻采访实务/范敏编著. —北京:北京交通大学出版社, 2009. 5

(“十一五”高等院校精品规划教材)

ISBN 978 - 7 - 81123 - 578 - 4

I. 新… II. 范… III. 新闻采访 - 高等学校 - 教材 IV. G212.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 057001 号

责任编辑:袁 芸

出版发行:北京交通大学出版社

电话:010 - 51686414

北京市海淀区高粱桥斜街 44 号

邮编:100044

印刷者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185 × 260 印张:12.5 字数:308 千字

版 次:2009 年 5 月第 1 版 2009 年 5 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978 - 7 - 81123 - 578 - 4/G · 78

印 数:1 ~ 3 000 册 定价:22.00 元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010 - 51686043, 51686008; 传真:010 - 62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

前言

与国内现有的同类教材、论著相比,本书的撰写思路及创新之处主要表现在以下几个方面。

1. 编撰理念不同

国内关于新闻采访方面的教材、论著很多,像中国人民大学、复旦大学、武汉大学、四川大学等知名大学新闻院系编撰的新闻采访教材已在业内树立较高声望。但仔细研读之后,本人发现现有的这些教材都有一个共同点,那就是比较注重从学理的角度构建新闻采访学的学科体系。这种编撰理念的优点是,便于明确新闻采访学的学科地位,也便于阐述完整的学理知识。但是其白璧微瑕之处也比较明显,那就是看似兼顾理论与实际,实则还是重理论轻实践,务虚而不就实,所以多少总还是给人一种“雾里看花”的感觉。教师尽管把这些教材推荐给学生,但上课时却并不按这些教材讲,而学生对教材也往往并不看。加之所举案例常比较陈旧。鉴于此,这本《新闻采访实务》试图在实用、务实方面有所突破,让学生真正感到这是一本拿来就能用的新闻采访书。当然,该书并非一味崇尚实用至上,对于新闻采访学的基本理论要点,本书也将一一覆盖,只不过将通过与大量新鲜而典型的案例的结合让理论变得同样具备可操作性,而这不正是学习理论的真正目的吗?

2. 编撰视角和结构不同

如上所述,现有同类教材由于重在构建新闻采访学的学科体系,所以在篇章布局上侧重于宏观的视角,学理逻辑多为:概念、性质、功能、过程、方法等。但本教材将试图在视角和结构上有所创新,注重微观的、具体的操作环节,力求解决实际工作中的问题。

比如,本书先总体概括刚接触新闻采访时人们常有的各种担忧,接下来,便针对这些担忧提供具体的解决方案。首先,按照一般的采访流程,本书把采访分成寻找选题、提炼主题、采前准备、赢得采访机会这四个环节。然后专门拓展开论述采访中最核心、最关键的访问活动,将之细化为如何营造和谐的访问气氛、如何建立严密的提问逻辑、如何选择适宜的提问方式、如何不断创造新的提问技巧,以及在新闻发布会上如何发问等。在研究了“问”之后,本书又接着探讨了“看”和“体验”(包括匿名与不匿名的“体验”)这两种采访类型,提供了如何收集、记录、核实材料的具体方法,以及在事件性采访与非事件性采访中记者不同的操作路径。最后,本书还用了相当的篇幅探讨了采访中经常出现的职业伦理问题,为记者有效规范自己的职业行为、提高自己的职业道德提供了有价值的建议。

3. 编撰内容不同

现有的一些新闻采访教材之所以不好用,还在于观点比较陈旧,内容不够鲜活、案例缺乏启发性。为了解决这个问题,本书借鉴的著述、论文大多是近五年的,采用的案例、新闻报道更是集中在2006年以后,就是2009年的也不乏其例。当然,笔者也深知,即使现在用

的都是“最新”的，但由于出版周期的缘故，任何一本教材出版之后就已经和实际有一定时间差了，更何况像新闻采访这样的学科，尤其注重时效性。不过，本人认为，评价一本教材新不新的主要依据并不仅仅看其选用的案例是否在时间上离现实最近，而更在于看这部教材的观点是否具有创新性，是否能解决随着时代发展出现的新问题，是否能对现有的工作思路、工作手段有所突破，是否能给人以创造性的启发，使学生即使没有在书中找到现成的例子，也能举一反三，在实践中灵活运用。

4. 编撰语言不同

新闻采访本是一门很生动的学科，但现有的一些新闻采访教材在语言上都比较严肃，采用的是理论色彩比较浓厚的语言表达方式，多为第三人称的叙述角度。本教材试图在编撰语言上有所创新，以一种商量性、建议性、描述性的语言，不时穿插第一人称的语式，使读者觉得这就是一本教“我”如何采访的书。

总之，本书最大的特点，就是实用、生动。非常适合高校新闻专业学生，新闻从业人员，以及对新闻采访实务感兴趣的各界人士。

作者

2009年3月

目 录

导论 我所知道的新闻采访	1
一、什么是新闻采访	1
二、新闻采访课在整个新闻传播学课程中的地位	7
三、新闻采访(写作)课的教学目标	7
四、怎样才能学好新闻采访	8
第一章 对于未来的采访,你的担心是什么	9
一、你容易想到的问题	9
二、你可能还没意识到的问题	11
第二章 我的采访从何开始	13
第一讲 寻找选题	13
一、选题就是设置议程	13
二、我的选题合适吗	15
三、我怎样才能找到选题	24
四、我有新闻鼻吗	28
第二讲 提炼主题	32
一、这么做还是那么做	33
二、谁的价值——新闻价值观与主题	35
三、怎么会想到这个角度——角度与主题	38
四、新闻还是故事——故事与主题	40
第三讲 采前准备	41
一、记者的“家庭作业”	41
二、“家庭作业”有哪些	44
第四讲 赢得采访机会	51
一、说服	51
二、预采访	54
第三章 问什么与怎么问	56
第一讲 问的气氛	58
一、细节决定成败	59

二、用心研究坐在你对面的人	60
三、不要“总在旅馆的房间里”	64
四、善于寻找把双方从感情上联系起来的“桥梁”	65
五、故意停顿的效果	65
六、有策略地奉承和亲近	65
第二讲 问的逻辑	66
一、逻辑一：顺序	67
二、逻辑二：“漏斗”还是“倒漏斗”	70
三、逻辑三：GOSSEY 模式	71
四、逻辑四：分门别类	71
第三讲 问的方式与类型	73
一、开放还是闭合	74
二、几种问法	77
第四讲 问的策略	84
一、你确信这是一个问题吗	84
二、你能不绕弯吗	87
三、“据说……”——用别人的话提问	89
四、顾左右而言他	90
五、请将不如激将	92
六、设问	92
第五讲 座谈会和新闻发布会上的问	94
一、座谈会采访	95
二、新闻发布会采访	95
 第四章 看还是观察	100
一、用眼睛采访	101
二、怎样观察	104
三、观察什么	106
 第五章 材料·记录·核实	108
第一讲 材料	108
一、材料与事实	109
二、材料中的现象与本质	110
三、第一手、第二手还是第三第四手材料	112
四、背景、概括、骨干与细节材料	114
第二讲 记录	119
一、心记：考验你的记忆力	120
二、笔记：永远不会过时的方法	121
三、电子设备记：好用但绝对不可“全权托付”	123

四、整理访问记录：真正头疼的工作·····	124
第三讲 核实·····	125
一、绝对不能忽视的环节·····	126
二、难以坚持的意愿·····	128
三、方法·····	129
第六章 我不是记者，我只是·····	135
一、体验式采访：在亲历亲为中感受·····	135
二、隐性采访：充满风险的见证·····	138
第七章 事件性新闻采访与非事件性新闻采访·····	144
第一讲 事件性新闻采访·····	144
一、突发性事件采访：记者的头绝对不能蒙·····	145
二、预发性事件采访：策划的意义·····	154
第二讲 非事件性新闻采访·····	156
一、选题依据在于事件对社会的启迪与警示意义·····	158
二、用“事件”做由头·····	158
三、多层次地穿插背景材料·····	158
四、重调查与解释·····	159
五、精于策划·····	159
第八章 我可以这样采访吗——采访伦理·····	161
第一讲 欺骗·旁观·背叛·冷漠·····	162
一、欺骗：“为什么不悄悄地告诉我——只有我们两人知道？”·····	163
二、旁观：“小损失”与“大利益”·····	164
三、背叛：人前与身后·····	166
四、冷漠：我仅仅只是一名记者吗·····	168
第二讲 利益·情绪·格调·消息源·····	172
一、利益：为了谁·····	172
二、情绪：危险的表达·····	174
三、格调：绝非多余的话·····	176
四、消息源：用并规范·····	177
参考文献·····	185

我所知道的新闻采访

假如向你的新闻采访课老师提几个你关心的问题，你会怎样？

我所知道的新闻采访：

为了获得新闻信息

为了满足特定对象，即目标受众群的新闻信息需求

主要手段是：访问、聆听、观察和收集资料

访问其实是一种交谈

基本原则是不带个人偏见，务求客观、公正与平衡

卓越的记者要追求卓越的、富有创造性的采访

一、什么是新闻采访

什么是新闻采访？这固然可以从学术的层面去定义，不过若从直观的角度看，“向你的新闻采访课老师提几个你关心的问题”就是一次地地道道的采访——尽管是一次很简单的、省略了很多环节的小型采访。因为是采访课老师这个采访对象主动送上门来的，所以省去了寻找和确定采访对象的麻烦，也省去了寻找新闻线索和选题的艰辛；因为是即兴的，所以省去了查找背景资料、积累相关知识的步骤；因为没有写稿要求，所以又省去了记录、核实及在截稿时间前必须“出活”的压力……其实，如果把这几个“省去”的内容还原回去，那么，我们就已经捋出了一次完整的新闻采访活动包括的基本程序：寻找选题、提炼主题、收集资料做好采前准备、拟定采访提纲、约定访问对象、访问、记录、核实、写作。

看得出来，新闻采访确实是一件很复杂的工作，不仅如此，它还对记者的智慧和体力提出了很高的要求。

就智慧而言。

都说新闻的首要品质是真实，是用事实说话。然而，什么是真实？明眼看到的事实就是真实吗？一桌饭菜很可口，你却没有吃，这是呈现的事实；你说“我不饿”，这是表述的事实。但是把这两个事实合起来，反映的却未必是事实的真实——并不一定是因为不饿所以不吃。我们在电视上经常看到记者用随机采访的方法调查人们对某一事件的态度，比如，对城市养狗的态度。假如随机采访的五个人中有四个都赞成养狗，这是事实，然而这是否是大多

数人都赞成城市养狗的真实呢？反之亦然。媒体对很多新闻事件的报道从单个看都是真实的事实，即事实真实，但当把这些真实的事实叠加起来时，反映的却未必是事实的本质，即未必是本质真实。

有关中美贸易顺差所导致的争议在2006年就掀起过高潮。当年年初，统计报告显示，2005年，中美贸易顺差达到1 141.97亿美元。中国的顺差对于美国来说就是逆差。逆差的扩大在美国产业界和国会山引起巨大反响，有议员指责布什政府的对华贸易政策是完全失败的。“中国威胁论”再一次找到抬头的借口，加之，2006年又适逢选举年，在此压力下，美国贸易代表办公室公布了题为《美中贸易关系：进入更大责任和执法新阶段》的报告，声称重新调整美国对华贸易政策的时候到了。与此同时，又传出消息，美国将建立一个专门机构，监督中国遵守国际贸易条款的情况。据悉，这是美国首次建立针对特定国家的执行办公室。

真真切切的数字摆在所有人眼前，这仿佛是一个不容置疑的真实的事实：中国人赚了美国太多的钱。然而，现象或者说数据背后的本质真实又是怎么回事呢？

原商务部部长薄熙来在2007年3月5日接受《证券时报》记者采访时指出，中国在加工贸易上大进大出，获得较高的贸易顺差，但中国企业通过加工贸易所获得的利润却非常有限，形成了顺差在国内、利润在欧美的情况。此外，中国的顺差是结构性的，美国对东亚地区的贸易逆差过去主要在日韩，但随着日韩很多企业把生产基地转移到了中国，逆差也就转移到中国，但实际上，在贸易全球化的背景下，美国对亚洲地区的总体逆差没有增长。因此，对贸易顺差问题应该客观、理性，特别是要从结构上加以分析，将顺差和利润的概念区别对待。

如果我们做更进一步的分析，还将看到事实更隐秘的一面。

中国贸易顺差总额的83%是外资投资企业导致的，这其中，有多少是外资享受了在税收等方面的超国民待遇造成的呢？假如没有这种超国民待遇，中国的贸易顺差仅为175亿美元。但是，2005年，中国仅采购波音飞机一项，就花去了近40亿美元，其所需的外汇，相当于中国出口560亿件纺织品作为代价！关于这一点，连美国一些负责任的媒体也不避讳，如《纽约时报》就曾撰文承认：“看上去中国好像从贸易中获得了更大的回报，实际上真正的利润被美国等外国公司所得，没有留下全球化带来的利润。”

另一方面，美国的普通民众同样是中美贸易的受益者。中国出口美国的大量物美价廉的日常消费品，让美国广大消费者得到了实惠。摩根斯坦利的研究显示，物美价廉的中国产品，仅2004年就为美国百姓节省了将近1 000亿美元，而美国的零售商，不仅通过销售中国的产品赚取了巨额的利润，还提供了大量的就业机会。根据美国有关方面统计，中美经贸合作带动美国就业人数在400万~800万之间。

当然，过大的贸易顺差并不是中国想要看到的，中国也从来不求高额贸易顺差，而是希望达到贸易平衡。为此，中国做了大量的努力，如加大对美国农产品的进口等。但我们不能接受的是美国媒体基于“就事论事”的片面指责，如果世界舆论都跟着他们走，那么，我们看到的就只能是一个表面的，甚至是有偏差的现象。

作为一名记者，在新闻采访实践中，我们经常都会碰到此类复杂的新闻事实，如何摒弃意识形态的偏见、树立理性的哲学思辨意识、培养科学的调查研究方法、形成开放而平衡的报道心态等，这一切无不需要记者具备正确的世界观、科学的方法论等大智慧、大格局、大

气魄。

此外,还有许多细致的业务技巧需要掌握,如查找资料做案头工作的能力、与人交往的能力、察言观色的能力、准确判断新闻点的能力、提问的能力,等等。

就体力而言,这方面的例子就更多了。

记者是世界上最辛苦,最具挑战性、风险性和危险最大的职业之一。在日常的生活中,记者没有周末,更没有节假日,一有任务抬脚就走。如1999年,北约轰炸我国驻南联盟使馆,造成《光明日报》的两位记者许杏虎、朱颖和新华社的一名女记者邵云环身亡;2001年,为了解密广西南丹特大锡矿透水事件,人民日报驻广西记者站及当地媒体的记者在采访中多次遭到盘问、围追、堵截、恐吓、抢砸采访设备等暴力行为,不少记者险些丢掉性命。像这样因为要完成报道任务而在战争、自然灾害、人为阻拦等恶劣环境中承受巨大风险的世界各地的记者不计其数,牺牲的记者每年都有上百名。他们有的是在战乱地区遭遇不测,有的是死于野蛮的暗杀活动,还有的是在“不适当的时间”出现在“不适当的地点”,比如,摄影记者威廉·比加特就是在“9·11”事件中为了拍下这一历史时刻而永远地倒在了倒塌的大楼下。对2002年美国出兵阿富汗战况的报道曾造成8名记者丧生,还有很多记者为了报道事实真相惨遭暗杀。在2003年3月爆发的伊拉克战争中,开战后仅仅20天,就有来自路透社、英国广播公司、卡塔尔半岛电视台、澳大利亚广播公司、德国《焦点周刊》等世界各地著名媒体的12名记者殉职或失踪,据总部设在纽约的“保护记者委员会”统计,这一数字在五年后已经上升至127名。^①而2007年仅上半年全球就有59名新闻工作者牺牲,地点大部分在伊拉克和中美洲、南美洲。^②

2008年5月12日14点28分,四川汶川发生8.0级特大地震,成都、陇南、北京等多个城市有较强震感。当人们尚在恐慌之中,焦虑不安地彼此问询时,新华社的第一条快讯“12日14点35分左右,北京地区明显感觉到有地震发生”已经发出,时间距地震发生不过18分钟——14时46分。7分钟后,新华社再次发出快讯:“四川汶川发生7.6级地震。”中央电视台则在15点整点新闻中第一次播报地震发生的消息后,于15点20分即开出了直播窗口。^③接下来,为了更及时、准确地传递信息,在灾区余震不断、时有大雨、道路损毁、通讯不畅、补给不足等恶劣情况下,中央及地方的多家媒体派出记者,或搭军用直升机、或乘冲锋舟、或徒步奔赴地震灾区,向公众气喘吁吁地发出“这里是……”的现场报道。“有三种人在灾难来临时不会离开,警察,消防员和记者。”这是镌刻在美国华盛顿新闻博物馆墙上的话,它也为国际社会所公认。在这次汶川大地震中,这一惯例再次得到印证。

风险和危险尚且如此,竞争与挑战更是如影随形。当年,当美国总统林肯被刺后,两个分别为两家不同的报社服务的美国记者几乎同时跑到电话亭,为了把这个震惊世界的消息抢先发出去,这两个记者在电话亭里大打出手。最后,其中一个记者忍着头部受伤的剧痛总算

① 《“保护记者委员会”:5年来127名记者在伊拉克殉职》,新华网,2008年3月22日, http://news.xinhuanet.com/zgix/2008-03/22/content_7834654.htm。

② 《世界报业协会:过去半年全球59名新闻工作者殉职》,新华网,2007年6月4日, http://news.xinhuanet.com/world/2007-06/04/content_6194419.htm。

③ 陆小华:《电视,天然为现场直播报道而生》,《新闻记者》,2008年7月, <http://xwjz.eastday.com/eastday/xwjz/node271090/node271092/u1a3694653.html>。

抢到了电话筒，终于第一个把这个消息传回了总社。如今，世界已经进入了科技高速发展的信息时代，新闻界的同行们再也不用为了争夺有限的信息传输通道而拳脚相加，但是，他们仍然需要另一个意义上的“肉搏战”。

2003年，伊拉克战争爆发，这同样也是一场举世瞩目的新闻大战。对通讯社而言，时效就是“生命”，是以秒来计算的。为了同西方各大媒体展开“新闻战”，争抢“美国对伊开战”的第一条英文特急稿，新华社中东总分社作了周密的部署，对英文、阿文两个编辑室的人力、技术保障等细节进行了精心安排。巴格达时间3月19日午夜一过，分社来稿明显减少，西方几大通讯社播发的消息也急剧减少，美国有线电视网CNN开始播放拉里·金的访谈节目。通过新华社的中文广播，中东总分社注意到东京分社发出一条消息，称“美国总统布什已经授权军事将领决定开战时间，开战之后他将出境讲话”。这意味着，美国完全可以不宣而战，且开战时间完全依现实情况而定，极具随机性。突然，阿文编辑部响起了急促的电话铃声。新华社驻巴格达的阿文报道员贾迈勒（为安全起见，新华社在伊拉克战争打响前撤出了巴格达，但留有当地的报道员）口述道：“巴格达上空响起警报声。”随即，贾迈勒又喊道：“巴格达城响起巨大的爆炸声。”瞬间，编辑将“Warning sirens sound in Baghdad”的英文特急稿签出。阿文特急稿紧随其后。几乎同时，“美军发起攻击，巴格达响起爆炸声”的第二条快讯也上了天。从警报声到爆炸声，新华社两条特急稿紧密相连，一气呵成，完美无缺。即刻间，中国的声音传遍全球！

后经确认，世界几大著名通讯社的首发稿时间依次是：10:33:50——Xinhua（新华社），10:34:26——AP（美联社），10:35:44——Reuters（路透社），10:36:36——AFP（法新社）。就在新华社抢发了《巴格达上空响起警报声》后几小时，美联社给新华社北京总社打电话询问：新华社记者已从伊拉克撤出，为何你们还使用巴格达电头。言下之意是对从巴格达发出的《巴格达上空响起警报声》的特急稿件的可信度表示怀疑，对如此重大且涉及美国的世界性事件的首播反而落在新华社后面心有不甘。“虽然新华社记者撤出巴格达，但我们在当地仍有自己的报道员。我们为什么不能用‘巴格达’电头呢？”一位新华社负责人这样答道。对于新华社在美国对伊开战报道中的出色表现，路透社和法新社及其他主流媒体均做出了客观评价。他们称赞道，中国官方通讯社新华社在美国开战后头20分钟即播发了16条快讯，时效快得“超乎想像”，且内容客观准确。^①

新闻采访，就是这样一种工作或者说就是这样一项事业：神秘、刺激、惊险、充满使命感和责任感。那么，我们不禁要再次问道：“什么是新闻采访？”能否用专业的语言对它进行某种描述呢？

1. 新闻采访是为了获得新闻信息

现代社会是信息爆炸的时代。无论是为了满足衣食住行这样简单的生存需要，还是进行各种复杂的社会交往，人们都须臾离不开信息，尤其是那些新近发生的变化的信息——新闻信息。从传播学的视角看，获取信息的过程实则就是一个不确定性减少的过程。依据既有的知识技能、生活经验、交往经历，人们固然也可以独自获得一部分信息，但在社会分工日益

^① 李博等：《新华社向全球首播》，《中国记者》，2003年4月，第50页，<http://www.chinesejournalist.cn/2003/04/4-50.htm>。

加剧、学科分类日臻精细、人类的活动频率日趋繁密、活动范围日渐全球化的现代社会，人们要面对的来自外部环境和社会生活的不确定性大大增加，已经远远超出个人乃至某个单一组织机构的力量之所及。而今天的新闻采访活动，是一项建立在现代通讯技术，以及一切人类文明成果的基础之上，借助各部门、各组织、各人力间的统筹合作，以新闻信息的采集、开发与服务为核心的职业活动，是信息产业的重要组成部分。它的具体实践者，是以记者、编辑等为主体的职业新闻传播工作者，具体内容包括提供各类环境动态、呈现客观世界的真实图景、探究未来社会的发展方向等。

2. 新闻采访是为了满足特定对象，即目标受众群的新闻信息需求

作为人类的一种交往活动，人们对信息传播的需求从广义上说是无限的，但分解到不同的阶层、群体、个人，这种需求又呈现出明显的差异化特征。而这正是各新闻传播组织借以区别定位、区别经营、区别服务的现实基础和逻辑起点。

很显然，一份给青年人看的报纸和一份给老年人看的报纸，需要提供不同的版面内容，一家政党类媒体与一家都市类媒体在信息的把关上要坚持不同的原则，而即使都以经济类资讯为主打产品，如政经、产经、财经、商贸、民生等，也是分门别类、需求各异。比如，2008年6月，《南方周末》登出一则招聘启事，对其经济版拟招聘的政经、金融、能源、公司记者有如下的岗位描述：“政经记者：你将报道以政府为主角或主角之一的经济新闻”、“能源记者：你将报道低碳经济潮流下中国的能源变革，从政府到企业到消费者”、“金融记者：你将报道银行、证券、保险、基金等行业的新闻”、“公司记者：你将讲述那些产生了重大影响的企业和企业家的故事”^①。

精细的分类是为了精细的采访、为了让信息更加精准地到达指定受众。凡此种种，无不再次印证新闻采访活动的专业性，那就是它必须是出于为特定人群和目标市场的服务，必须精深于某一个特定的知识及行业领域，必须具备坚定的受众意识。

3. 新闻采访的主要手段

访问、聆听、观察和收集资料。

4. 访问其实是一种交谈

在记者获取新闻信息的多种手段中，面对面的口头采访，即访问，是最主要、最经常的一种。

才从新闻院校毕业、缺少经验的年轻记者，对于访问多少有些胆怯，毕竟那通常是在素昧平生的两个人之间展开，如何表达来意、如何措辞、如何提问，甚至如何摆放手脚，都常常令其紧张慌乱。当他们终于鼓足勇气走上前时，往往以这样的话语开始：“请问，我可以采访您吗？”这样的开场白有问题吗？没有，但没准对方会这样建议：“别了，就聊聊，如何？”

一位刚走上新闻工作岗位的年轻女记者，为了完成职业生涯中的第一次重要采访，精心打扮了一番，谁料出门时却不小心摔了一大跤，腿受伤流血了，丝袜破了，血迹还沾到了漂亮的白套裙上。可以取消这次访问吗？不行！回去换一套衣服吗？来不及了！只得硬着头皮去。当女记者狼狈地敲开访问对象——一位女歌星的家门时，对方惊诧不已。在得知原委后，歌星把记者带到自己的卫生间，替她整理伤口，还建议记者干脆脱掉鞋袜，蜷在沙发上

^① 《南方周末》，2008年6月12日。

闲聊……看起来，这根本不像是一次采访，而是“两个光脚丫子女人的聊天”！^①可没想到的是，这次访问获得了巨大的成功，记者与采访对象的交谈分外坦诚真挚。

这个故事虽难以复制，但它对我们的启发却值得铭记：真正得心应手的、高质量的访问要尽量摒弃程式化的工作模式，还原为人们最惯常的人际交往。当然，尽管都称之为交谈，访问毕竟不等同于普通的闲聊，两者最实质的区别就在于访问是有目的的，并且必须由记者来把握主题和方向。

5. 新闻采访的基本原则是不带个人偏见，务求客观、公正与平衡

这不仅是新闻采访的基本原则，也是整个新闻学的核心理念。

一个记者访问一位车祸现场的目击者：“这辆肇事车的司机是不是酒后驾车？”这个问题不仅暗含倾向和偏见，而且记者期待的结论事实上是目击者无法提供的。因为即使当时的情况的确是这个司机把车开得左冲右突，很像喝醉了酒，但也不排除其他可能，比如，司机受了伤、得了急病，等等。客观的提问应该是：“你看到什么了？”

当然，实际的采访要比这个复杂得多，因为人类面对的社会生活本身就是极其复杂的，更何况在当前这个多元化的思想环境下，每个个体都是一个相互区别的独立而丰富的整体，记者作为历史的见证者和记录者，必须高度尊重社会的客观规律和人的价值。

“万科捐出的200万元是合适的。这不仅是董事会授权的最大单项捐款数额，即使授权大过这个金额，我仍认为200万元是个适当的数额……中国是个灾害频发的国家，赈灾慈善活动是个常态，企业的捐赠活动应该可持续，而不成为负担。万科对集团内部慈善的募捐活动，有条提示：每次募捐，普通员工的捐款以10元为限。其意就是不要让慈善成为负担。”^②在2008年“5·12”汶川大地震之后全国人民踊跃为灾区捐款捐物的高潮中，万科董事长王石在博文中的这一番“冷血”表态显然与彼时的公共情绪严重不符，于是招来了众多网民一边倒的愤怒的“口水”。

然而，“这只是事实的一个方面”，这是一个真正具有新闻专业主义操守的记者必须随时谨记的一句话！它提醒你：任何时候哪怕舆情的风浪眼看就要倾覆过来，记者也要坚持采访、报道的客观、公正与平衡，让每一条颠簸中的小船都能发出自己的声音，不管它看上去是多么不堪入目或者不堪一击。事实上，王石这条“小船”就很值得去耐心倾听。它是一家股份制性质的企业，尊重股东的利益、执行股东大会的决议是它必须恪守的商业伦理。2006年的股东大会对万科每年的企业公民建设费用的授权额度为1000万元，而在地震之前，2008年的这笔钱已经使用了近800万元，只剩下200万元。除此之外，同样需要记者去倾听的还有那些支持王石的意见，其中甚至包括另一种“极端”：就在万科迫于舆论压力，追捐一个亿用于四川灾后重建时，一些小股东认为这种做法侵害了股东的权益，要联系律师起诉。

不管事实多么复杂，新闻采访的职责在于不带偏见地呈现。无数实例似可证明一条带有规律性的普遍原则：越是那种高度一律的现象，越应该引起记者的警惕。新闻工作对社会的影响，不应该是某种意志的附和，以倍增其螺旋效应的强大，而是用客观事实本身建构或

^① 参考自（美）肯·梅茨勒：《创造性的采访》（影印版），中国人民大学出版社，2003年5月，第1至2页。

^② 王小乔、潘晓凌：《“捐款门”始末》，《南方周末》，2008年5月29日。

者回归社会真正的理性。

6. 卓越的记者要追求卓越的、富有创造性的采访

卓越的、富有创造性的采访包括以下两个要点。

① 要与采访对象建立一种智力平等的对话，也就是说记者有知识、有资格和采访对象进行某种对话，因而记者和采访对象之间交流的观点和信息能带给受众更高层次的思想启蒙。

② 要善于提出创造性的问题，寻找和发现那些富有个性和戏剧性的事实和细节。一个能提出创造性的问题的记者，一定是一个富有创造力的记者，他必须带有强烈的好奇心，通过提问把自己的，同时也是受众的知识疆界一步步从已知拓展到未知。

二、新闻采访课在整个新闻传播学课程中的地位

新闻采访（包括与之联系紧密的新闻写作）是世界各国新闻传播学专业中的核心课程。自美国近一个世纪以前在密苏里大学创立新闻学院以来，新闻采访与写作就一直是美国新闻教育中最重要的内容，其他课程在某种程度上都是这门课的附属部分。

三、新闻采访（写作）课的教学目标

先来看看美国几所知名新闻院校新闻采访写作课的教学目标。

1. 哥伦比亚大学新闻采访写作课目标

新闻学是一门充满了活力、正在发生巨变的学科：新闻的采集方式在发生变化、新闻的传递方式在发生变化、新闻的受众在发生变化、新闻编辑部在发生变化，甚至新闻的定义也在发生变化。但是，在这样的巨变时代，新闻学和新闻界业已证明了的基本原理和传统是历久不衰的。今天，新闻传播学教授面临的挑战是，要教会学生们那些公认的新闻价值、原理和采访写作技能，使这些学生们能学到正在发生巨变的 21 世纪新闻所需要的真才实学。

2. 密苏里大学新闻采访写作课目标

新闻采访写作课最重要的目标是：激发学生对新闻学的激情。新闻学教授要确保下一代记者把坚实有用的知识带到新闻编辑部中去。密苏里大学“师傅带徒弟”的理念是：这门课的目标是培养新闻第一线的记者，教会未来的记者如何准确地报道新闻，精确、有力地写作新闻。这些未来的男女青年记者要学会把新闻第一线记者们多年摸索出来的新闻学原理和理念付诸实践。这些未来的记者要明白，新闻的真相是很难捕捉的，对新闻事实真相的追寻和捕捉需要熟练地掌握新闻采访写作这门学问。

具体而言，我们培养的未来的记者应该具备以下基本品质和技能：

- ① 对新闻事业的献身精神；
- ② 对时政和重大事件的关注能力；
- ③ 产生新闻灵感或点子的能力；
- ④ 与各种背景的消息源谈论问题的能力；
- ⑤ 信息分析和产生思想的能力；
- ⑥ 截稿压力下的写作能力；
- ⑦ 明快流畅地报道复杂新闻事件的能力；
- ⑧ 深度报道调研能力；
- ⑨ 行业报道能力；

⑩ 解决新闻报道中道德两难问题的能力；

⑪ 发现新闻报道中陷阱的能力；

⑫ 对新闻媒体内部变化的了解能力；

.....

四、怎样才能学好新闻采访

大学教育首先培养的是人，是教会这些就要走上社会的年轻人如何做一个真正的人。这个人要具备健康的思想情感、光明的道德情怀、开阔的胸襟、热情的为人、淡化的自我、世界的眼光和团队精神。大学教育其次培养的才是人才。这种人才应该具有丰富的想像力、创造力、强烈的求知欲。他思想活跃、注重独立思考和产生自己的思想。这种人才必须具备一种开放学习的精神境界，他能够终生都在不断接受新思想和新事物，最怕的不是知识面窄，最可怕的是思想僵化，自以为是。那种只会抄写和背诵别人书本上的条条框框的人，无论毕业于何方大学、获得何种学历，也不能算真“人才”，因为他的脑袋仅仅是用来盛别人脑袋里东西的器皿。如果这个人人情冷漠、以自我为中心、思想阴暗、心智有障、道德残缺，他充其量不过是个“高学历废品”。新闻学教育更应该是面向社会、培养开放型人才的阳光课堂。如果在封闭的温室里教学生背诵书本上的条条块块，那么他们离开温室、走进社会阳光下的那一瞬间，就会枯萎干瘪。随着人们走进网络时代和全球化时代，人们对传统的传播方式、手段和政府政策做重新评价。媒体已表明它是奔向未来世界的动因。媒体的迅猛变化将带来一个什么样的世界？未来的记者将如何适应这一时代的巨变，并做好时代忠实的记录者？这是我们在新闻学课堂，也是在新闻采访课堂上必须随时自问的问题。^①

要想学好新闻采访，达到上述要求，成为中国现代化进程中一名真正的新闻“人才”，必须：

① 具备基本的马克思主义新闻思想基础，掌握新闻的基本原理和业务规范，恪守新闻职业道德；

② 密切关注国内国际时事，经常阅读报纸、收看电视、收听广播、浏览新闻网站，培养自己对国计民生的新闻敏感，具备对各类媒体的感性认识；

③ 广泛涉猎各类新闻学术期刊、学术网站，了解当前新闻学界关注的焦点和前沿话题，提高自己的新闻理论水平；

④ 积极参与社会实践，其中最重要的是积极参与新闻采写实践，把课堂所学拿到生动的现实中去理解和验证。



思考与延展

1. 如果校报安排你去采访你所在大学的校长，你与其“交谈”的第一句话会是什么？
2. 创造性的采访是否需要开发创造性的方法？

^① 参考自李希光：《新闻学核心》，南方日报出版社，2002年10月，第7页。

对于未来的采访，你的担心是什么^①

你有没有过徘徊在访问对象的家门口，不敢敲门的时候？

你有没有在访问中说着说着竟然恍惚起来，搞不清自己，以及对方究竟在说什么的时候？

你害怕激怒访问对象吗？

你是否会因为担心被人嘲笑“怎么连这个都不知道”而不敢提问？

你是否考虑过采访时的着装问题？

你确信自己是一个善于与人交流，能够胜任采访工作的人吗？

一、你容易想到的问题

1. 紧张和胆怯

尽管人们在通常情况下都能够和他人进行愉快的交谈，但一旦意识到开始“正式”的采访，就会变得紧张和不自然起来。比如：

- ① 害怕赴约面见采访对象；
- ② 不自觉地采访时打寒战；
- ③ 突然变得说话结巴；
- ④ 不知道眼睛、手和脚应该往哪儿放……

其实，那些日常生活中的交谈技巧对采访仍然适用。很多著名的记者都承认自己本性十分害羞，并不像大多数人想像的那样是天生的“自来熟”。

2. 不知道哪些信息是有用的

有时候，我们会听到一名年轻的记者说：“我和访问对象谈得很愉快，但是当我坐下来准备写报道的时候，却发现没什么新鲜而有趣的东西值得写。”

要解决这个问题可不容易，但是随着经验的增加，你会发现有这些方法可以帮助你：

- ① 做好采前准备；
- ② 仔细地聆听；

^① 参考自（美）肯·梅茨勒：《创造性的采访》（影印版），中国人民大学出版社，2003年5月，第4至8页。