

论电视采访与报纸采访之异同

2002-01-01

作者：江潜

关键词：电视采访 报纸采访 | 阅读：391次 |

采访是记者为获取新闻素材了解客观情况而进行的一种社会调查活动。面对复杂的客观世界，记者要传播有价值的信息，必须深入采访，通过广泛的采集，去伪存真，以最快的速度传播新闻。采访是记者了解事实真相的一条必由途径，是记者一项特殊的基本功。美国著名节目主持人丹·拉瑟说：“如果不能采访，就没有资格做报道，那么就会离开主持人的位置。”无论是电视记者还是报纸记者，都需要通过采访调查，才能获得客观事实的真相，向受众进行有效的新闻传播。但电视与报纸由于传播方式的不同，记者在采访过程中的行为方式也有差异。本文试图就电视采访与报纸采访的异同点进行探讨，找出它们的共性和差异性，以便在实践中有更自觉的理论认识。

一 电视采访与报纸采访的共性

我国资深记者艾丰对采访的理解为：“从理论和实践的结合上，所做的回答是：采访的基本任务就是要迅速地了解到典型的、有新闻价值的、真实的事实。”（艾丰《新闻采访方法论》第19页，人民日报出版社1994年版）电视采访与报纸采访作为一个传播过程的一部分，它实际上涉及的就是“由谁通过什么方式做什么达到怎样的目的”这样一个过程。因此，电视采访和报纸采访在以下几方面具有共性：

A 充分准备，选准采访时机

采访的主体自然是记者，这是贯穿在整个过程的主角。作为新闻机构专职从事采访的记者，其新闻嗅觉应该是十分敏锐的，时刻关注着社会发生的一切变化，做二十四小时的记者，随时准备出击采访新闻事件或新闻人物。

作为一名记者，在投入采访之前，做好准备工作是必须的，它关系到一次活动的成功与否，甚至一个新闻机构的声誉。记者的准备一般包含两方面的内容：一是平时的知识积。这是一个长期的学习积累所成，记者努力成为一个“杂家”，对经济、政治、文化等各方面的知识都应有所了解，博览群书，健全自己的知识结构。而目前我国新闻机构对记者的工作都有所分工，政治、经济、科技、军事、文化、体育等领域都有“把口”记者，这些记者就应该成为自己“把口”领域的行家。只有对自己分工的领域有相当熟悉程度，又能时时跳出本领域的局限，记者才能采写出高质量的作品。

另一种准备，则是临时突击性的“进补”，记者不可能什么事都懂，新闻事件也往往具有不可预测性，因此许多时候记者在获知某一采访任务时，对被采访对象缺乏应有的把握，就要想方设法搜集有关资料对被采访对象有基本的把握，然后带着受众关心的问题投入采访，往往能收到事半功倍的效果。这种准备工作，在采访名人政要时显得特别重要，因为这些人往往时间安排相当紧凑，在安排采访的有限时间里，如果记者对被采访的名人政要没有一点认识，不着要义的从头问起，这类采访往往要失败。相反，如果准备充分，记者在采访中能抓住要害，在有限的时间，获得受众最想知道的材料。名人政要也往往对熟悉自己情况的记者抱有好感，配合记者完成采访工作。

当记者对被采访对象已有了足够的了解之后，如何选择适当的时机进行采访，其效果也大不一样。在我国有许多节庆纪念日，有些报道只有在这些日子发表，才赋予特殊意义。如过了这些特定的日子，其传播效果就大不一样了。记者应根据新的形势变化，制订自己的采访计划，尽可能选择最佳时机进行采访，同样的题材，由于采访时机的不同，就能收到不同的传播效果。复旦大学新闻系教授叶春华认为，在以下情况，最好不要去采访：被采访对象太忙的时候；手头有紧急任务的时候；正在与人讨论或争论问题的时候；观看文娱演出或体育比赛津津有味的时候；生病的时候；难得有一次休息的时候；有困难或为难的时候；需要单独冷静思考的时候；不愿也不曾接受采访的时候。（叶春华、连金禾《新闻采写编评》第197页，复旦大学出版社1996年）按人之常情，这完全是应该的。但需要分析的是，记者采访的主旨是什么，如果采访的主旨就是恰恰要体现对方某种思想，那么，在不影响对方正常工作、生活情况下，恰恰在一些特定的情形下，往往更能体现对方的精神面貌，这完全需要记者对自己采访内容主旨的把握，采访最好是在“动态”过程中进行，这样才生动形象。如果都选择在办公室这样的静态环境，往往很难体现新闻的生气。

B、迅速向大众传播尽可能多的有价值的信息

采访的目的就是迅速向大众传播可能多的信息。电视采访和报纸的采访都为达到这一目的而进行不懈的努力，千方百计地改进采访手段，吸引更多的受众关注自己。

记者的采访需要以最快的速度传递信息。这是新闻采访与其他社会调查的不同之处，像法院、社会调查机构等都有进行社会调查的职能，但它们调查的速度不必要像新闻记者那样迅速传递出来。记者总希望以第一时间进行采访，以最快速度传递信息。在新闻竞争日益激烈的今天，新闻机构把能否在第一时间采访报道新闻，成为衡量是否具备做新闻记者的重要条件。如果一个记者经常赶不上第一时间进行采访，显然不适合做新闻记者。

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

当收视率碰上电视台

作者：楊美玲 | 2002-01-01

在各電視台對收視率調查爭議不斷的時，我們也注意到，當節目以收視率略勝零點零一、二的一些微差距而領先他台時，便出現電視台主管切蛋糕、發獎金、大肆宣傳慶祝的場面，可見電視台對收視數字又愛又恨的情結。零點零……

动态 NEWS

MORE >>

- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03
- “中国主张：传播理论本土化的 2009-09-27
- 第三届“当代中国话语研究”讨 2009-09-27
- 第九届“新世纪新闻舆论监督研 2009-09-24

在信息爆炸的社会，受众面对各种繁杂的信息，需要从媒介获得有价值的信息，沟通与各界的交流，这是媒介存在的根基。因此，记者在采访中，能否最大可能地获得有价值的信息，也成了采访的目的。按照新闻价值的判别标准，时效性、重要性、接近性、显著性、趣味性等要素的综合价值越高，新闻价值就越大，对受众的吸引力也越大。

C、深入现场进行社会调查

记者深入现场进行社会调查是达到采访目的的主要手段。新闻界有句行话：“新闻是七分跑，三分写。”此话点明了深入采访的重要性，没有深入的采访，就抓不到“新鲜的活鱼”。新闻产生在大千世界，在事物的发展变化过程中，产生了令人感兴趣的变动。记者要把握大千世界的变化，只有深入到生活中，凭着新闻敏感，获得有价值的新闻素材。新闻界前辈以自己的切身经验一再希望青年记者“深入，深入，再深入”，在生活中采撷珍宝，可谓是记者的看家基本功。

深入现场进行社会调查的方式多种多样，根据不同的采访题材，进行不同方式的调查，尽可能获得新鲜、真实、生动的材料，通过记者的理性分析，捕捉最有价值的素材，向大众进行传播。

随着时代发展，采访手段的不断改进，有些记者往往采取一种更简便的方式，来获取信息，电话采访是目前非常流行的一种采访手段。在非常时期和特殊情况下，采取电话采访不失为一种有效的采访方式，但这种采访方式总有“隔”一层的感觉，对记者获得真实丰富的材料大打折扣。因此，尽管科技的进一步发展，新的采访手段还会出现，但记者头脑中，深入现场，进行社会调查的意识则不能淡漠。这是电视采访和报纸必须遵循的原则。

二 电视采访与报纸采访的差异性

电视和报纸作为二种不同的传播媒介，它们传播形式有着明显的差异，电视可以采编播合一与新闻事件的发生同步传播。而报纸的传播从采访、编辑、印刷出版到发行需要经过多个环节才能与读者见面。因此在分析了电视与报纸采访的共性原则之后，再来分析它们之间的差异性，从中可以发现它们在采访方式存在着许多差异，使电视采访和报纸采访的实践活动变得各具特色。

A、环境因素

恩格斯在谈到文学创作中曾提出过著名的“真实再现典型环境中的典型人物”论断。我认为，在进行电视采访时选择一个典型的环境，对展现事件和人物面貌同样具有极为重要的意义。

电视具有真实再现客观世界的功能，向观众展示另一个越来越逼真的“媒介世界”。在典型环境中展现事件和人物面貌，环境因素本身就是一种无声的语言，为记者要采访的事件和人物营造氛围。在采访事件性新闻时，事件的不可复原性，使得电视采访必须投身现场才能捕捉特定环境中人的精神表现，记录事件的发展过程。电视采访各界人物，最理想的就是选择能展现人物职业特征、精神气质的环境，让人物在他们熟悉的环境，尽可能自然地流露他们的言行。在一些事件性的电视采访中，如果电视记者不能置身于这样的特定环境，靠“复原”现场再进行采访，事件失去了原来特定的环境，就失去了应有的氛围。

报纸采访也同样重视环境因素，“典型环境”同样对展现新闻事件和人物具有其它因素不可替代的作用。著名记者穆青提倡文字记者要学会“写视觉新闻”，就是要求记者善于观察，把身临其境的氛围传递给读者，不要只有干巴巴的概括语言，没有生动的现场描述，味同嚼蜡式的报道最终要被读者抛弃。但报纸记者的“复原”的能力要比电视力强，借别人翔实细腻的描述，记者可以“复原”一种环境。但这种“复原”必须要有根有据，如果用文学的笔法进行“妙笔生花”，则会失去新闻的真实性，这是文字记者写新闻之大忌，必须予以制止。

B、个性风格

人的个性风格是一个人的气质、修养、性格、经历的综合体现。电视采访可以直接展现在观众面前，个性的风格十分直观，采访中的一言一行，形象、语言最直接体现出来。而报纸记者虽有“文如其人”之说，读者能够从记者文风一窥记者的个性，但总有“雾里看花”之感，因为报纸记者不是直接与读者交流，记者采访通过文字的概括、过滤，展现在读者面前的记者名字与真实的个性之间存在着较大的距离。

形象和语言是最能体现个性的外在表现。电视采访中，记者的形象应该大方、朴素、端正，在采访中体现客观、公正、不卑不亢、真诚相处等原则。外表有严重缺陷的人是不适宜上荧屏。根据不同的节目，电视采访应该体现不同的风格，像采访一些主题严肃、庄重的活动，宜选择稳重、成熟的电视记者为好，穿着打扮也同样要与采访主题的内容相符。如采访热烈、喜庆的活动，则直选择个性较活泼、开朗的电视记者为宜，努力使记者形象与活动内容吻合。记者形象出现在电视屏幕上，既体现电视采访的强烈现场感，同时记者形象也努力与采访内容的相协调，形成一种互补效果。

报纸记者在采访中，也要求朴实大方，他们的成果主要是通过文字与读者见面，他们自身的形象一般不会直接体现在版面上。因此，总体而言，报纸记者的形象不如电视记者到求高，只到外表没有特别缺陷，能以平等真诚的态度对采访者，举止文明有礼，一般都可以从事报纸采访。

语言是人类的第二外表，人们从个人的语言中能分辨出其性格、文化涵养、兴趣爱好等特征。电视采访以直接的画面作用于观众，对记者的语言提出了很高的要求。上海东方电视台节目主持人曹可凡以自己的切身感受，将节目主持人的语言分为柔和型、儒雅型、活泼型、幽默型四种类型。（曹可凡、王群《节目主持人语言艺术》第252页，上海人民出版社1997年版）不同语言风格的主持人、记者适合不同类型的节目，如柔和型的主持人比较适合主持谈心节目、老年节目，儒雅型的适合主持知识含量较多的节目，活泼型则适合主持青少年节目，幽默型的自然在娱乐游戏类的节目大有用武之

地。记者的不同语言风格同样在不同节目展现自己的独特优势，扬长避短，使采访的语言风格与节目内容尽可能和谐统一。

语言的不同风格是以记者不同的言谈方式来体现。像意大利著名女记者法拉奇就是以尖锐泼辣的风格著称，美国的著名节目主持人克朗凯特则以慈父般的广博而深受观众喜爱。电视采访中记者要在尽可能短的时间里，抓着最主要的问题提问，如何设计采访提问所花的时间往往大大超过实际在采访中的时间。中央电视台主持人敬一丹说过：“自从干了电视记者这一行，我就给自己定了一个戒律：不许问：请问您什么感想？”这是一个有追求的记者对自己提出的最起码但又相当有难度的标准。当我们从电视上经常看到有些记者随便采访什么人物，一上场就问这种以不变应万变毫无个性的问题，久而久之，观众当然要腻烦，被采访对象也会觉得索然无味。

要把这种大而无当的问题从记者嘴中消灭掉，唯一的办法就是在采访之前做大量的准备，精心设计最切中要害的提问，这样才能使电视采访进入一种良性状态。中央电视台节目主持人白岩松将这种刻意设计的问题概括为：“我的提问你无法删掉。”当电视采访成为整个节目的有机组成部分时，观众不仅想了解被采访对象的回答，也想知道记者有没有把观众最想知道甚至意识到但没能表达出来的问题提出来，在这些提问中，能充分体现记者对被采访对象的了解，对节目的整体把握以及个人的语言魅力。精彩的提问与回答往往相得益彰，互为添彩。中央电视台节目主持人水均益在采访美国前国务卿基辛格时，没有大而笼统地问他他对中美关系的看法，而设计了一个封闭式的提问：“你认为中国和美国现在是朋友还是敌人？”从电视画面上来看，基辛格显然也没有料到记者会提这样一个棘手但又必须作出明确回答的问题。但基辛格不愧为资深外交活动家，略一思索，随后便作了精辟的分析。

在电视采访中，不能有拖泥带水成分，要使你的提问成为节目的一部分，必须精心设计每一个问题，并且具有灵活的应变能力，根据不同的采访对象，以封闭式的提问为主，一环扣一环，把观众想知道的问题一个一个引出来。同时，记者也要有一些可以自由发挥的开放式的提问，让被采访者有自由发挥的空间，使观众能多侧面地了解被采访对象的面貌。在报纸采访中，记者的语言要求简洁、准确、明晓、流畅，同样需要精心设计提问，把读者想知道的问题及时引出来。但与电视采访相比，报纸采访不是直接作用于读者，记者在成文时可以按所需进行提炼，因此，在采访时，语言可以更随意自然些。除了必问的问题之外，为了沟通与采访对象的情感，适当地问些其它问题也无妨。此外，报纸记者的普通话在尽可能追求标准化的前提下，在不影响与采访对象进行沟通的情况下，普通话不是很标准也能应付。而电视采访的语言则必须标准，如果不能用标准的普通话进行采访，上电视采访是不合格的。

C、时间控制

电视是一种空间和时间结合的传播媒介。因此，电视采访的时间控制包含二方面的内容，一是在进行事件性电视采访时，尽可能采访事件发生过程中的新闻，这样电视新闻才有生命力；二是在采访过程中，根据采访内容，采访的时间应有所控制，不能漫无目的地无限进行下去。电视传播速度的飞速发展，使电视采访与事件发生进行同步传递成了可能，同步传递正在发生的新闻事件，也是电视传媒的独特优势。现代信息社会中，电视采访尽可能追求更多的同步采访，让观众在第一时间感受到世界发生的变化。在进行电视采访时，记者对采访时间也应有所控制，除了重大新闻事件之外，观众对电视节目的接收还是有个度，观众不可能以看电视为生，观众看电视的目的不一，因此，他们看电视的时间是不同的。电视采访要在尽可能短的时间里，向观众提供尽可能多的信息量，把观众想了解的内容有序地展现给大家，这样才能吸引观众。

报纸主要是以空间占有的形式，向读者展现报纸的内容，读者可以自由各取所需，阅读自己感兴趣的内容。读者从报纸上并不能直接感受记者采访的时间，这就为报纸记者的采访提供了较大的活动空间。报纸记者在进行采访时，自然也要追求以最快的速度深入现场，了解新闻事件发展的新变化。在采访过程中，记者只要把采访的内容赶在截稿期之前的适当时间交稿就可以了。

由此，从采访角度而言，电视采访和报纸采访存在着许多差异。从总体上看，电视采访比报纸采访的难度要大，要求更高，报纸采访中所具备的条件，电视采访同样需要。而有些要求则是电视采访必须的，报纸采访则相对可以通过其它手段进行弥补。电视采访和报纸采访应根据实际情况，在总的原则指导下，各显特色，在荧屏和版面呈现出绚丽的色彩。

（作者：江潜 原载1998年第三期《南方电视学刊》、入选中国世界语出版社丛书《中国世纪发展文论大系》）

（责任编辑：）

[收藏本文](#)

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名: * 密码: (游客) 请在用户名处输入化名, 无需密码

邮箱: * 游客发言需提交邮箱

效验码: * 请输入: 3264

[发表评论](#) 评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved