

新闻卧底调查： 舆论监督类报道的有力武器

姚昊

舆论监督类报道属于深度新闻调查性报道的一部分。早在十多年前,宁波广电集团就曾在新闻频道开办调查类栏目,从《今晚话题》到《透视》《记者调查》和《刘博士调查室》,始终不忘初心,秉承“新闻凝聚力量,监督推动进步”的理念,坚守新闻调查这块阵地未曾放弃。2015年9月,在宁波市委市政府的支持下,《第一聚焦》正式在新闻频道开播,这是一档以舆论监督为主要内容的调查类栏目。2016年,我们尝试在节目中使用新闻卧底调查的手段,采制了《迷一样的橄榄油》这期节目。此后,又继续在新闻卧底调查这方面,进行了深入探索和实践。

在《茶叶市场的猫腻》《谁在消费我们的隐私》等节目中,卧底记者通过镜头,帮助观众“亲眼目睹”不法商贩的无良行为,环环相扣的话术

骗局。节目的播出,产生了巨大的社会影响力,有关部门随后采取措施,对被报道的不法行为进行摧枯拉朽般地整治。

四年多的实践证明:新闻卧底调查,是寻找真相、守护公义的有效手段之一,是新闻舆论监督类报道的有力武器。

一、突破层层障碍,借由新闻卧底调查挖出真相

要了解真相难吗?非常难。正因为通过正常的明访明拍无法获得或者难以获得真相,国内外新闻机构往往会采用暗访与偷拍的方式揭露严重危害社会与公民基本权利的不法、不良行为。虽然暗访与偷拍曾引起新闻伦理方面的讨论,但基本获得了事实上的合法性——社会的宽容,已经成为舆论监督类报道的常规手法。^①然

而现今的商家,防范意识越来越强,黑色交易的手法也越来越隐蔽,虚虚实实,滑不留手。用传统的暗访偷拍来寻找真相,也遭遇了瓶颈。

比如,有市民反映自己买的进口水果味道不正宗,怀疑可能是国产的。记者带上偷拍机,到水果店询问:“这苹果是进口的”?店员回答:“这是美国红”。暗访记者再问:“你的香蕉从同一个地方的储藏室拿出来,怎么有的贴进口标签,有的没有贴”?店员忙碌,不予回答。采访进展不下去。

也有市民向我们反映,怀疑美容院是不是有合法资质。暗访记者假装顾客去询问,对方拿出各项证书:不管是美容机构,还是从业人员资质或者产品,证书都一应俱全。这些证书是真的吗?美容院的老板拍胸脯打包票。听起来、看起来都没毛病。

还有,近些年宁波二手车市场在全国鼎鼎有名。2018年初,我们在百度上搜索“宁波二手车交易投诉”,跳出来140多万条相关信息。根据宁波市场监管部门的统计,宁波的二手车消费投诉在逐年递增,从2013年的70件上升到了2017年的1287件,爆增17倍多。问题究竟出在哪里?记者以买家身份和二手车销售老板接触,对方殷勤客气,说:“网上您看到的那辆车的价位比市场价格低,特别畅销,刚刚被买走,您要不要试试其他车型”?要捡漏确实得看运气,可能是自己没这个好运,老板的解释合情合理。暗访毫无所获,记者束手无策。如果止步于此,很多事关民生热点难点的舆论监督节目不得不就此停下脚步。暗访偷拍,遭遇冰山一样的阻碍。怎么办?

此时,采用隐性采访的模式是有效的途径。隐性采访,广义上包括偷拍偷录和暗访,^②但作为学术概念,隐性采访必须满足两个条件:第一,隐去记者身份出现在新闻现场;第二采访对象不知这是新闻采访,或者说采访事先未征得采访对象的同意。^③学术意义的隐性采访不仅不暴露记者的身份,更要改变身份,参与并隐性记录事件的过程,类似于警方的“卧底”,所以我们也可将隐性采访称之为“新闻卧底调查”或者“卧底采访”。自从1992年央视第一次进行广义上的隐性采访之后,^④从中央到地方的各大媒体的新闻调查中隐性采访使用非常普遍,其中也有不少学

术意义上的隐性采访,也就是新闻卧底调查。央视每年的3.15消费维权报道,就普遍采用了这种调查方式。

我们也采用了卧底调查的方法。记者隐去自己的真实身份,伪装成应聘者,去水果店,去美容院,去茶叶市场,去二手车销售市场,去保姆市场,去火锅店面试。被聘用以后,他们会全身心地“投入”到新的工作中去,努力成为一名合格的从业人员。随后,通过“新闻卧底记者”的记录,我们看到了另外的一面:

“挑卖相好看的水果,贴上进口标签。”“对客人不能说实诚话!”——《水果店里的猫腻:真假洋水果》。

“什么新茶,这是去年的陈茶!”“90%的人不懂茶的,慢慢学吧!”——《茶叶市场的猫腻》。

“你跑到韩国,拍拍照片,然后说拿证了,然后抱回来这些证书,后面再弄个医院,多好看啊。证书摆在工作室里面,立马不一样了。”——《微整形 危整形》。

“温州报价是34万多,杭州报价33万,你宁波报价30万,那你温州人杭州人看到百分之百到你宁波来买。”——“他感觉来都来了,开一辆回去吧。空着手回去感觉不好,这就是人的心。”——《二手车市场内幕调查》。

不良商家不会和顾客说:这东西你别用,有害。他们都从各自的利益出发,护短遮丑,设置行业陷阱、话术骗局,损害公共利益,甚至触犯法律。以往我们惯用的暗访偷拍等常规手法,得不到有效信息。只有在新闻卧底调查这种非常规手法中,记者以己身化作匕首,撬开这层层阻碍,才能让不法商家当“自己人”对待,从而挖掘出被他们掩藏起来的真相。

二、立足公心寻找选题,择取时机介入调查

随着移动互联网技术的突飞猛进,人人都能客串“临时记者”,通过微博微信抖音,随时发表文章或视频。各种信息代表不同的立场、视角,甚至各自的利益。自媒体时代从话语到行动,都对传统新闻行业带来了巨大的冲击,^⑤同样也对新闻卧底调查带来新的挑战。卧底调查由于要取证,调查周期相对较长,如果拍的内容没有意义,或进展不大,团队要承受白白耗时间精力甚至节目断档的巨大损失。因此,新闻卧底记者

首先是节目的第一把关人。做什么题材,不做什么题材;某个题材在什么时间段做。在选择的时候要有一个明晰的判断:题材选择的立足点必须出自公心。调查的目的是维护社会公义,一定要摒除私利,否则调查行为不仅会失去公信力,甚至可能会违反法律。在此基础上,卧底记者如何展开调查还要遵循一定的规律。

2015年底,橄榄油突然开始被追捧。单位发年货福利,是橄榄油。逛超市的时候,销售人员向顾客首推橄榄油。追求健康是大家的共同目标。橄榄油口味清淡,富含多种营养元素,对人体有多种好处。一时间,甬城百姓家中如果没有一瓶橄榄油,会感觉这家的主妇有点“失职”。作为油类市场新生代的橄榄油异军突起,背后真相究竟如何?这样的题材,百姓自然关注。2016年,我们的第一期卧底调查报道《谜一样的橄榄油》就是在这样的背景下诞生的。

春节前后是举办婚礼的吉日旺季,喜糖是新人必备的伴手礼。然而市场上的喜糖即便是同一品牌,价格却相差颇大。结婚喜糖也有假吗?

这些突然火爆的产品,某个节点的热门商品,乃至投诉的重灾区,比如防不胜防的骚扰电话等等,往往是新闻卧底记者的不二选题。这类老百姓普遍关心的问题一旦在社会中发酵,会引发公众广泛关注。此时,媒体议程设置和公众议程设置在某种程度上实现了“天然合一”,符合老百姓的价值判断,这样的题材往往倍受欢迎,影响力很大。^⑥这些节目一经播出,一石激起千层浪,对被曝光的行业产生巨大的震慑力,能起到很好的舆论监督作用,并获得公众的大力支持和广泛好评。

三、想方设法触发“核心机密”,抽丝剥茧掌握“实锤证据”

在理发店,是否每位老板或师傅,都能对新来的店员传授秘诀、倾囊相授呢?答案是否定的。在新闻采访中,有一个“全感采访”的观点。所谓“全感采访”,就是记者通过视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉对新闻事件、场景、人物进行全面了解。^⑦在卧底调查中,调动记者的“五感”,进行“全感采访”是记者的必备技能。

在卧底调查中,我们尤其强调嗅觉和触觉采访。根据有关材料介绍,人的记忆力的组成是

85%的视觉+11%的听觉+4%的触觉和嗅觉。显然,触觉和嗅觉在人体感受和记忆中更多的是起到补充作用。但在卧底调查中嗅觉和触觉采访往往是打通突破口的关键。对被调查者来说,看得到的他们会掩盖好,听得到的他们回避交流。因此,他们忽视的嗅觉和触觉问题,往往是卧底记者找到疑点、打开真相的引线。

2019年的“3.15”特别节目,我们播出了《“蜀大侠”后厨里的秘密》。当时有市民发帖投诉,在“蜀大侠”火锅店用餐后发生呕吐腹泻。为探求真相,卧底记者应聘进入“蜀大侠”连锁火锅店的后厨打杂。很长一段时间里,调查没有任何进展。后厨里所有的产品都有正规的标牌,上面的标注也显示产品没有过期。食物既没有发霉的迹象,也没有浸泡染色的现象。突破口在哪里?最后记者开始闻,货架上、冰柜里,一个个产品悄悄地闻过去。终于发现:做酥肉的原料味道似乎不对。于是卧底记者“认真负责”地问大厨:酥肉原料好像坏了,是不是要扔掉?

这个提问触发了“核心机密”。大厨向卧底记者展示了怎样加面粉鸡蛋,搅拌揉捏后,把发臭的猪肉做成拿手小菜——小酥肉!这是店内推荐菜——“铝箔烧酥肉”的主料。话匣子一打开,大厨又兴致勃勃地爆了很多料,被卧底记者一一记录下来。

在茶叶店做卧底的记者,搬运茶叶的时候闻到了霉味!用手摸了摸茶叶,手感有点潮湿。犹豫地问老板,这批茶叶好像有问题。在《茶叶市场的猫腻》一片中,老板传授道:这是去年的陈茶,用机器烘焙一下,可以去除霉味。于是,陈茶摇身一变成了当年的明前茶,价格可以翻几十倍。老板还仔细地向卧底记者演示如何使用烘焙设备。

善用嗅觉和触觉采访,找到蛛丝马迹,综合运用全感采访,将过程记录下来,抽丝剥茧就有了实锤效力。

这种实锤效力在《微整形“危整形”》中得到充分展现。勤奋上进、乖巧听话的卧底记者,被店长推荐参加为期四天的美容精修班。卧底记者记录的场景触目惊心:没有任何医疗资质的所谓导师,对一群来自五湖四海,没有丝毫医学基础的学员,进行医疗美容培训。两天理论课之

后,学员们开始实操练习。所谓实操,就是彼此在对方脸上动刀子。项目包括割双眼皮、垫下巴等。导师教育学员:“你付的学费,回去做几个客人就赚回来了。”“利润在十倍以上。”“不会出大事情,死不了人。眼睛瞎了,当天去医院也能救回来!”

在《二手车市场内幕调查》中,卧底记者花费了三个月的时间潜伏在二手车经销商的店铺中。最终,卧底记者掌握了关键证据:宁波二手车协会创办的内部网站,被人为设定成不对外公开。不法商家在五花八门的网站上,以根本不存在的低价二手车吸引外地客户上门,再以各种理由搪塞客户,随后从二手车协会的内部网站上查找真实存在的车辆,利用客户不愿意空手回去的心态,开始各种忽悠,让客户在冲动之下付定金购买车辆。而只要付了定金,哪怕客户第二天就反悔,定金也铁定要回去了。

这一幕幕,一出出,是卧底记者冒着生命危险,顶着巨大的心理压力取得的关键性证据。在卧底记者拍摄的任何一个环节,一旦他(她)的真实身份被发现,后果将难以想象。卧底生活,分分秒秒都令人提心吊胆,精神高度紧张,其艰辛煎熬难以描述。但最终取得的这些视频指证了被调查者,或违规或违法,其行为严重侵害了公众的利益。“真相”水落石出,任何话术骗局,推脱搪塞,都徒劳无益。

四、督促不法商贩立即整改,维护社会公义

卧底记者掌握实锤证据后,我们将拍摄的视频和普通暗访画面相结合,再辅以数据对比、正面采访等电视手段,精心制作成节目。每一期节目一经播出,都会产生较大的影响力。

比如,宁波二手车协会将协会内部网站予以公开,商家之前用虚假车辆低价诱骗顾客的做法完全行不通了,买家在二手车网站上看到的全部是实车实价。弄虚作假的不法商贩成为宁波公安机关扫黑除恶的重要目标,数名商家被绳之以法。

《谁在消费我们的隐私》节目播出当晚,宁波公安部门对保险公司、培训机构、房地产公司展开调查,并连夜抓捕了数百人。

新闻卧底调查从一开始就得到了社会各方的支持。新闻卧底是一项高风险、高压力的工作,甚至一直行走在合法性与职业伦理争议的边缘。宁

波广电集团尽力为卧底记者做了保障,比如和律师事务所合作,确保卧底工作在法律的范围之内调查取证,保护卧底记者的安全;学术界也以“正当业务行为”理论来分析卧底记者的行为。^⑧

宁波市委督查室也给予了大力支持,他们对《第一聚焦》的每期节目都进行核实调查,要求被督查对象在节目播出第二天,必须拿出可执行的整改方案,并追踪整改落实情况。宁波市委主要领导仅2018年就对《第一聚焦》作出50多次批示。

这些支持将政府监管部门与节目形成合力,让卧底调查的舆论监督功效得到最大化的发挥,杜绝了某些不法现象死灰复燃的可能性,也进一步提升了媒体的公信力。

“追求真相、正义和良知”是每一个新闻记者的信念。正是这种信念,让卧底调查记者不断践行“新闻凝聚力量,监督推动进步”的理念,在巨大的压力之下继续前行。

参考文献:

①郭镇之:《舆论监督与暗访偷拍》,《新闻与传播评论》,2005年卷,第196-256页。

②杨立新:《隐性采访的合法性及其法律保护》,《中国记者》2000年第2期;蓝鸿文:《新闻采访学》(第2版),中国人民大学出版社2000年版,第337页等。

③顾理平:《隐性采访论》,新华出版社2004年版,第11页。

④顾理平:《隐性采访论》,新华出版社2004年版,第15-19页。

⑤李艳红、陈鹏:《“商业主义”统合与“专业主义”离场:数字化背景下中国新闻业转型的话语形构及其构成作用》,《国际新闻界》2016年第9期。

⑥高宪春:《微议程、媒体议程与公众议程——论新媒体环境下议程设置理论研究重点的转向》,《南京社会科学》2013年第1期。

⑦吕奇:《关于全感采访的一些问题》,《现代传播》1985年第2期。

⑧沈彬:《记者卧底调查是否“正当业务行为”》,《深圳特区报》2015年6月8日第A02版。

(作者单位:宁波广播电视集团多媒体新闻中心)