

# 电视出镜记者 职业能力提升路径探讨

徐晓明

**摘要：**媒体融合传播的新格局、新生态、新语境，对电视出镜记者的基础职业素养和专业素养提出了严峻挑战和新的更高要求，怎样保有和进一步提升电视出镜记者原有的有声语言表达能力，清晰严谨的逻辑思维能力和流畅动听的故事讲述能力，同时怎样适应融媒体传播环境，进一步增强自己临场的精准判断能力，过硬的心理素质、随机的现场应变能力，以及展现鲜明个人风格的创造能力等，顺应时代潮流进行角色转换，围绕这些问题本文进行粗浅分析。

**关键词：**融合传播 出镜记者 能力提升

随着融媒体时代给新闻带来的一系列变革，出镜记者会更受广大观众的关注。此时的出镜记者不仅仅只是新闻事件的传播者，更是新闻单位乃至整个新闻媒体的形象代言；而其自身的言行也已融入到了新闻事件当中，成为新闻事件的一部分。因此，如何提升出镜记者的职业能力，是新形势下从业者需要迫切关注的一个重要方面。

## 一、出镜记者的有声语言

出镜记者需要在新闻现场进行采访、报道等工作。同时，出镜记者的新闻素材也将成为播出内容的一部分，这一需求决定了出镜记者虽然不一定需要具备主持人同等的、对于有声语言的高要求，但仍然有最基本的有声语言表达技能要求。

### （一）语言功底扎实

标准流畅的语言功底，是出镜记者有声语



言的基础要求。这一方面主要在于语音的相对标准，以及语言表达的流畅。

语音的相对标准是语言功底的根本。语音的相对标准，指的是：能用基本准确的标准说话（即普通话），有力而得体地达到说话的目的<sup>①</sup>。出镜记者报道的内容距离民众更近，但不代表就可以对自己降低要求，或者真实展现生活化的状态。生活化的表达，在语法上会增加方言语法的存在量，在音量上会影响现场收声效果，这主要在于声音响度和清晰度，从而进一步影响新闻信息的内容传播。出镜记者的主要工作需要传递新闻信息，讲述新闻事件，对于出镜记者来讲，相对标准的普通话依旧是必备的能力之一。

语音的相对标准，在保障信息传达的同时，也是媒体工作者必须树立的专业形象<sup>②</sup>。相对标准的普通话最大限度地减少了信息传播的损耗，

并且尽可能减少了表达歧义和理解上的偏差。同时,语音的准确性,对于大众来说,是除了关涉媒体这个公信力平台之外,可以带给受众可信度的第一感官刻度。

### (二) 逻辑清晰

在具备良好语言表达功底的基础上,出镜记者的逻辑思维能力将在很大程度上影响和决定报道的质量。

首先,逻辑来源于编辑意识。出镜记者要了解镜头表现的逻辑关系,如全景交代环境、中景交代人物关系、近景交代任务动作、特写交代任务情状<sup>③</sup>。出镜记者已经不仅仅是一个有画面佐证的播报员,更是现场的把控者和介绍人。编辑意识可以帮助出镜记者更好地利用现场优势,展现新闻要点,强化有效信息,把传递现场信息的主要元素包括口头描述、镜头画面、荧屏字幕和播音员二度创作的内容更紧密地勾连起来。

其次,逻辑清晰能帮助出镜记者提供记忆线索。出镜记者在现场沟通交流的过程中,虽然没有文稿提示和纲要引领,但不代表出镜记者凭空表述内容。大部分情况下,出镜记者也存在无形或者预设的表达线索。一味凭借僵硬机械记忆,会丧失语言表达的灵性;记稿背稿情况的产生,也将影响出镜记者的现场播报质量。在这个基础上,出镜记者借助清晰的逻辑思维,可以迅速完成内容线索的有效归纳整理,从而帮助记者在出镜过程中更好地把握讲述内容,也便于让受众无障碍获取信息内容。

### (三) 讲好故事

近年来融合传播的时代大潮为人们的信息获取提供了多种渠道和多样化方式,人们不仅期冀借由媒介获取新闻信息,而且更乐意通过个人参与体验,即简单阅读的方式来获取信息。怎样对需要传播的复杂新闻内容做简约化的表述处理,这对出镜记者如何讲好吸引受众的新闻故事十分重要。

通过“讲故事”的方式,可以把以往形迹刻板、表达枯燥的新闻做得令人喜闻乐见,把复杂高深的理论概念变得通俗易懂、深入人心<sup>④</sup>。新闻制作的方式有很多种,甚至有很多

模板可供基础性套用,但如何立足现场讲好新闻故事是一种能力,适应传播新形态的这种能力则是对出镜记者的职责要求。娴熟运用清晰逻辑思维,迅速对新闻信息的核心环节做出准确判断,并进行播报情节的设置,规划表述的开端、展开、高潮和结尾,才能在第一时间吸引观众赢得观众。

## 二、出镜记者的“硬核”优势

### (一) 精准快速的判断力

出镜记者在面对新闻现场的同时,也需要具有新闻的敏感性。纵使先前对于新闻事件有所了解,并已经进行过预先的采访,甚至明确过新闻表述的逻辑线索,或者根据新闻表述需求去寻找过适合的再现场所;但是今天的新闻传播竞争向出镜记者提出了更高要求,这就是在遵循全维真实的前提下,对所报道的新闻领域新闻题材要有超前精准的判断力,此乃今日优秀出镜记者的“硬核”优势。

首先,一个优秀的出镜记者,必须具备对新闻事件的敏锐嗅觉。敏锐的嗅觉不光是及时赶到新闻现场,或者第一时间前往新闻现场,更多的时候,在于对新闻事件的预判能力。比如根据2019年降水等情况,预判当年夏季水果生产、管护和销售可能出现的各种问题,进而对果农展开有前瞻性和针对性的报道。

其次,需要对新闻事件背后的意义做出精准判断。新闻不光是要新,每天发生各种事件都可能是新鲜的故事,但如何能成为新闻,更重要的是新闻事实和新闻事件背后所隐含的传播价值。出镜记者应该锁定这一价值目标,孜孜以求,深入发掘,反复考量,为出镜报道提供坚实支点和新的亮点。

### (二) 丰富的知识储备

出镜记者需要具备丰厚的知识储备,不能说是个上知天文下知地理的饱学之士,但要求记者对各行各业比较熟知,避免常识性错误,保证在出镜时传递准确、权威、具有公信力的信息,传达正确的观点,以文化素养和专业素养,帮助受众把所关心事件和问题的认知提升到一个新高度<sup>⑤</sup>。

现在的出镜记者,已经不光是讲明白现场情况,还需要讲得好,讲到位。出镜记者将会

前往各个不同的新闻现场，遇到各种新闻事件和人物，不可能准备得面面俱到，所以在现场，积极地调动起自己的知识储备是最得当的一个方式。要讲好一个新闻故事需要有新闻引导和评论，所以只有丰富的知识储备和深厚文化涵养，才能支撑起新闻现场的出镜报道，进而挖掘新闻的深度和内涵，引人入胜发人深思。

### （三）过硬的心理素质与灵活的临场应变能力

各类新闻现场有着不同的情景和情况，作为出镜记者，不管面对何种情况，都必须有过硬的心理素质与灵活的临场应变能力，这两者是相辅相成的。

首先，出镜记者需要有良好的心理素质。面对镜头，身处不同的场景，讲述不同的故事，都需要冷静客观地描述现场情况，及时调整好心态，不论现场出现何种状况，也不能因为自己的紧张情绪影响播报内容的平静流畅表达。同时，记者也需要融情入景。在现场记者虽然需要冷静，但冷静不同于冷漠，需要带入一定的感情。比如进行自然灾害的报道，悲伤的情感渗入评述内容，既呼应了新闻场景，也扩展了与受众情感的共鸣面。

其次，出镜记者要有灵活的应变能力。记者不光是现场的传递纽带，也是身处其中的现实存在。虽然现在自媒体平台 and APP 的兴盛，使得人人都可以进行现场情况的传达，但是专业和非专业之间，不光有着业务能力、专业知识上的差距，也存在新闻敏锐度和现场灵活应变能力方面的明显差距。现场有着各种不确定性，我们要做到客观真实全面反映现场和事件的全貌，绝不能按照自己的“剧本”来裁剪和编排内容。这种反映同时又是积极主动、充满鲜活个性的反映。

### 三、出镜记者应有融媒意识

在了解融媒体之前，我们首先接触到的是由信息化带来的新媒体。新媒体是一种源于计算机，通过并依赖计算机来进行处理和再分配的媒体形式<sup>⑦</sup>。而融媒体，则是新媒体与传统媒体相互渗透、相互交叉、相互补充而出现的新的媒体传播方式。媒体融合传播的报道方式

与节目形态，要求出镜记者不能仅以传统媒体的既有标准来衡量要求自己，而是有了与融合传播相联系的一系列新要求，包括更加注重为受众提供信息接收的新体验，更加注重双向和多维的互动与交流，在传播出镜报道信息的同时提供更多更详尽有关这些信息的深度解读，并且尽可能促使报道与解读带有鲜明的个性化色彩。

### （一）新定位

出镜记者在融媒体中，需要有一个新的角色定位，这也是一种角色转换。角色转换的概念曾被美国社会学家乔治所定义，是指个人跳出自我的框架，从别人的角度对自己进行审视<sup>⑧</sup>。在融媒体中，出镜记者不再是单一的身份，而是根据需求进行多方面的角色转换，甚至可以说是根据需求进行多个角色的“扮演”。

从内容上，不仅包括现场讲述，结合前述提到的语言功底、逻辑思维和故事讲述，也包括把自己的身份定位成报道客体的一个部分或者媒体展示的一个插件。例如类似于音乐节等题材的出镜报道，就需要将自己定位成一个参与人员，甚至是与会的一员，进行播报的同时也可以一同参与其中。又例如在突发事件的新闻现场，也可以利用手机等设备及时进行自拍式的录制，并且及时进行剪辑，甚至尝试颠覆传统的竖屏拍摄等方式，这也让出镜记者可以同时兼具传统意义上编辑的职能。

甚至，出镜记者也应该基于自己的经验和工作内容，积极和编辑进行联系与商议，共同促进新闻故事的完善度。也需要进一步增加自己的编辑能力，充分利用各种媒体的手段，不管是声音、文字、图片、视频、表格，都需要进行充分融合，以便保持受众对于新闻内容接收的新鲜度，以及利用这些对应的手法，来简化信息，让人们更快捷便利和轻松地获取传送者所提供的信息内容。

### （二）新变化

媒体一直是需要保持新鲜感的特殊职业。早在十年前，有了 ENG 的概念，这便是记者和编辑利用电子视频和音频技术收集和呈现新闻的时候<sup>⑨</sup>，随后又被更新成为数字卫星新闻

采集，继而社交媒体开始兴盛，新闻的传播和获取开始变得更加便捷。不光是个人，甚至政府、企业等都开始拥有了自己的社交媒体平台。这也被称为移动社交媒体，指的是在诸如智能手机和平板电脑的移动设备上使用社交软件。移动社交媒体是移动营销的有效应用，因为用户生成内容的创建、交换和传播可以帮助公司进行营销研究、沟通和关系发展<sup>⑧</sup>。随之，传统媒体也在这之中发生变革，各个媒体也开始进行自己的电子媒体设计与应用，各类媒体APP应运而生，例如Chian Daily, BBC, 澎湃新闻等等都开始发展线上受众群体。

在这个变化上，出镜记者也在改变自己，传统的播报已经不能吸引人们的注意力，纵使人们对于传统媒体的信任感仍然比较强，但是传统媒体对人们的吸引力逐步下降是显而易见的情况。如何保持新鲜度，又能保证浏览量对传统媒体的变革也带来了新的机遇与挑战。

### （三）良好的外在形象与鲜明的个人风格

融媒体时代的来临，对于出镜记者的个人形象和风格也产生了巨大的影响。

人们对一个人的第一印象，就是从外在形象上面而来。一个人的着装和言谈举止都能反映出这个人的心性，从而传递给人们一种“非语言信息”。所以作为出镜记者，良好的外在形象也是十分重要的一个环节。主要在于两个方面，第一是妆容形象，第二是衣着形象。

从妆容形象上面看，主要在于面部妆容和发型。男性记者和女性记者的发型，在出镜的时候都要保持尽可能的整洁，不管是遇到重大场合，还是自然灾害等不良环境都需要进行一定的维持。其中，如果涉及重大场合，男性记者需要保持发型长短适宜，前不遮眉，侧不遮耳，后不及领，且无异味无异物。女性不管是长发或者短发都需要不遮眉，不遮耳，保持顺畅，并且无异味无异物。从妆面上看，男性无需过多的修饰，女性在一般情况下也是尽可能保持职业性即可，但若遇到

重大场合，女性记者则需要职业淡妆。对自己形象的重视，也同时对应了对职业的责任感和重视度，可以带给受众愉悦度和信服力。

从鲜明的个人风格上看，融媒体时代出镜记者已经不仅仅是一个简单的符号，同时也成为节目或者内容的一个标志。如何建立个人风格和标志让人们留住记忆，也是十分重要的一点。鲜明的个人风格不仅由外表铸就，更加需要借由语言进行建构。出镜记者的特殊性、不可替代性也成了职业成功性的一个标志。

### 参考文献：

- ①刘洪、冯恕.《节目主持人口语表达与语体特征——谈电视主持人语言功力》，《声屏世界》1999年第8期。
- ②龚超，《出镜记者现场报道的有声语言表达》，《电视研究》，2018年第6期。
- ③盛凯，《如何修炼成一名优秀的“出镜记者”》.《西部广播电视》，2018年第10期。
- ④邱玉玲，《把握“小”“正”“大”原则，讲好新闻故事》，《记者摇篮》，2019年05期。
- ⑤戴大勇《融媒体时代电视民生新闻出镜记者的专业素养》，《视听界》2019年02期。
- ⑥Nisbet, M. C.《Communicating Climate Change: Why Frames Matter for Public Engagement》.《Environment Magazine》.2018.
- ⑦Montfort, E. N. W.-F. & N., 2003.《New Media From Borges to HTML》.《The New Media Reader》P13-25.
- ⑧乔治·郝伯特·米德，《心灵、自我和社会》，《译林出版社》2012。
- ⑨Sterling, C. H.《Electronic News Gathering》《Encyclopedia of Journalism》2009.
- ⑩M, K.,《If you love something, let it go mobile: Mobile marketing and mobile social media 4x4》.《Business Horizons》2011 p.129-139.

（作者单位：绍兴市新闻传媒中心）