

融媒体环境下

电视新闻出镜报道优化路径初探

施国权

2020年9月，中办、国办印发的《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》指出，要走好全媒体时代群众路线，坚持贴近群众、服务群众，把党的优良传统和新技术新手段结合起来，强化媒体与受众的连接，以开放平台吸引广大用户参与信息生产传播，生产群众更喜爱的内容。电视出镜报道是提升电视新闻竞争力的有力抓手。在媒体深度融合发展的态势下，《直播绍兴》作为绍兴市新闻传媒中心的一档主打民生新闻栏目，近年来记者在出镜报道时不断强化受众意识，大胆创新表达方式，积极探索融媒体环境下的电视出镜报道优化路径。

一、融媒体时代电视出镜报道遇到的挑战

(一) 时效滞后。突发事件是电视出镜报道的主要用武之地，出镜记者通过第一时间、第一落点的现场播报，让受众身临其境地感受事发现场的特殊氛围以及事件的来龙去脉。而在融媒体环境下，电视出镜报道的时效滞后显而易见。从事件发生的第一刻开始，网友自拍的现场视频、图片已经铺天盖地，记者赶到现场注定不是第一时间，记者找到的第一落点也很可能不是受众最关注的第一现场。电视出镜报道受到“全员媒体”“全程媒体”的严重挑战。

(二) 场景单一。电视新闻报道最“抓人眼球”的无疑就是现场，无论是时政新闻还是民生新闻，出镜记者往往需要现场表达“我在”。但在融媒体环境下，现场变得更加复杂，既有真实的现场，又有记者所看到的现场，还有普通网民所看到的部分现场——碎片化的短视频、可视化的动态图、配音乐的现场照。新媒体的呈现花样百出，电视出镜报道能否成功还原一个真实、客观、“吸睛”的现场，迫切需要嫁接“全效媒体”“全息媒体”创新思维，只强调现场记者“我和你说”已经过于单调。

(三) 观感老套。冒着热气的现场声画曾是

电视出镜报道调动受众观感的最大法宝。新媒体的勃兴让每一个受众都变得“见多识广”，一小段惊心动魄的视频，无需现场有人解说，配上音乐和字幕，就足以成为大家争相转发的“爆款”。在融媒生态下，电视出镜报道只靠程式化编辑，已显得“落伍”。有时甚至连现场记者出镜解说，也会让人觉得多此一举。电视出镜报道应该借鉴新媒体不拘一格的编辑手法，充分运用视听技巧，让新闻接受形式更加立体多样，让观看体验更加生动全面。

二、融媒体时代电视出镜报道优化的对策

从去年战“疫”报道开始以来，绍兴市新闻传媒中心《直播绍兴》栏目让各路出镜记者大胆创新表达方式，结合不同题材做好出镜报道，重点推出《一璐Vlog》等小版块，借鉴短视频拍摄制作技巧，吸收新媒体表达手法，出镜报道“融媒”特色越来越强，已逐步形成自身风格。

(一) 突发事件 多视角呈现。突发事件信息量大、可看性强，事件一旦发生，眼下单靠记者采集的信息很难全方位满足受众需求。如何顺应这一潮流，就需要“多视角”呈现。

“多视角”呈现就是出镜记者在现场组织报道时，不但要拍摄、解说自己看到的情况，还要通过精心筛选和专业求证，解读说明网友拍摄的第一手资料，多角度切入，共同还原一个客观的现场。例如2020年12月3日报道的《今天中午 柯桥钱清一企业仓库突发大火》，是一起突发事件，火灾发生在11点多，当记者11点半得知信息赶往现场时，“最为震撼”的火场视频已在微信、微博、短视频平台和频道观众交流群里广泛传播。该报道在首段记者出镜时就插入了网友拍摄的视频画面：先给观众多角度呈现火光冲天、黑烟腾腾的火灾现场，再与记者50分钟后抵达现场拍摄到的现状进行比较，然后由记者解说现场救援的情况和取得的成效。相较以往一味强调记者以我为主的出镜报道模式，“多视角”呈现拓展了新闻

信源，“强化与受众的连接”，镜头元素更丰富，场景还原更逼真，传播效果更“抓人”，更符合当下受众的观看习惯。

(二) 主题报道 多元化出镜。主题报道是电视媒体必须完成的规定动作。为了凸显和强化新闻看点，主题报道经常采用记者出镜报道的形式，但不是因其题材重大，报道方式必须凝重，必须端着架子。在推进媒体深度融合的当下，重大主题报道也应该做到硬主题的软着陆，亲民化表述、多元化出镜，“生产群众更喜爱的内容”。例如为庆祝中国共产党成立100周年，《直播绍兴》今年3月份开始推出“红色基因”特别报道。其中的“主播说史”系列，以新闻主播出镜讲述红色故事为主线，挖掘闪烁在党史长河中的绍兴红色基因。4月5日播出的《“主播说史”：“金萧之歌”回响耳边》中，“枪支尖，枪支长，大刀飞舞闪银光。深山丛林出奇兵，游击作战杀豺狼，你在前面打，我在后面帮……”88岁的亲历者黄友贵哼着歌词，边走边说，主持人在一旁适时提问，穿针引线，共同把这段78年前的历史还原得亲切又形象。这种类似“双主持”的出镜模式，活化了党史故事，收到较好的传播效果。

岁末年初，《直播绍兴》还先后策划推出了两组反映全面小康的系列报道——《老店王的幸福生活》和《咱们这里的年轻人》，这两组报道以当事人第一人称的口吻进行自述，当事人成为“出镜记者”，对自己的幸福生活、奋斗故事娓娓道来，而采访记者反转成了一位“在现场”的观众。这种角色倒置的出镜报道手法，充分借鉴了流行短视频的创作手法，报道方式更有灵气，内容气质更带“网感”。

(三) 日常选题 个性化表达。新技术和新媒体的不断涌现，受众的视听内容、视听媒介、视听习惯都发生了变化，呈现数字化、个性化的特点，这也要求传统电视媒体的主持人、出镜记者转变语言传播风格，充分借助新技术，个性化叙事，提升电视出镜报道的可看性。

今年2月份绍兴市“两会”期间，《直播绍兴》推出5篇“两会Vlog”系列报道，出镜记者采用可让双手解放出来的“灵眸”自拍装备，以个性化视角，用“Vlog+新闻”的形式报道会前幕后筹备、代表委员履职、提案审查等时政主

题。出镜记者以小切口折射大主题，将小纪录片的采制方式引入“两会”报道，更多地将镜头聚焦“幕后”细节。通过出镜视角的灵活转换，提高了信息传达的新鲜感和有效度。

在短视频日记Vlog中，记者既是“记录者”，更是个性化的“出镜解说员”。通过深入现场，将真实体验以第一视角传递给受众，让受众留下深刻印象的，可能不仅是新闻事实，更是记者个性化的出镜方式、语言风格和思维逻辑。比如今年元旦播出的《一路Vlog：新年第一天 身披霞光勇向前》，记者起个大早走上街头，看到新年第一缕阳光照到古城街头，也看到市民满怀期待、干劲十足地迎接新年。出镜记者完全融入到报道场景当中，和晨练的人们跳起广场舞；到热气腾腾的早餐店购买大饼油条，与早起拍摄鲁迅故里晨曦的摄影爱好者分享得意之作；体验冬泳爱好者畅游梅山江的入水感受等等，片子配以丰富的背景音乐和现场音效，节奏时而明快，时而舒缓，在新设备新技术的加持下，Vlog和电视报道充分融合，突破了传统电视出镜报道的条条框框，新风网感扑面而来。

(四) 现场素材 灵活化编辑。新媒体以用户为中心，包装灵活多样，这也为创意编辑电视出镜报道提供了参考。电视出镜报道也应适当运用画面组合、现场特效、色彩渲染等手法，调动观众的多种感官体验，从而达到出新出奇的传播效果。

去年战“疫”期间，《一路Vlog》版块中的每一条出镜报道都大量保留了现场声，并配上与主题相关的抗“疫”歌曲。现场的喇叭声、工作人员的交谈声、车上广播声、鹅叫声、泼水声，这些声响不事雕琢、不加粉饰地保持着原生态，使得记者出镜的解说更具真实性和感染力。《逆行》《武汉加油》《有你在身边》等一系列抗“疫”公益歌曲，让歌词代替记者口述强化主题，大大增强了出镜报道的表现力。

总之，在融媒体时代进一步优化电视出镜报道，策划团队要有融媒思维，记者团队要有创新意识和娴熟的电视与新媒体视频操作技能。在坚持专业品质的前提下，电视出镜报道只有在报道构成、出镜风格、话语方式等方面都嫁接融媒思维、融媒技术、融媒渠道，才能真正走好全媒体时代的群众路线，下好推进媒体深度融合的先手棋。

(作者单位：绍兴市广播电视台公共频道)