

文章编号:1673-8411 (2014) 03-0122-03

现代传媒高效气象服务的新模式

丁 灏, 张哲睿

(广西气象服务中心, 广西南宁 530022)

摘 要:通过对气象传媒的现状分析,找出其优势与存在的问题,并提出气象传媒发展的新思路。

关键词:气象服务;现代传媒;气象传媒;新模式

中图分类号:P49

文献标识码:A

New mode of modern media efficient meteorological service

Ding Hao, Zhang Zhe-rui

(Guangxi Meteorological Service Center, Nanning Guangxi 530022)

Abstract: Based on analysis of present situation of meteorological media, the advantages and problems were found out to provide new thoughts for meteorological media development.

Key Words: meteorological service; modern media; meteorological media; new mode

随着社会经济飞速发展,公众越来越关注自然环境的变化,越来越依赖气象信息,气象要素的影响和利用已经渗透到各个行业,公共气象服务已成为社会经济发展和人民群众日常生活的广泛需求。我们看到,公共气象服务和人们日常生活联系十分密切,气象信息必须要及时、准确、有效,这样才能保证社会生产生活顺利进行。所以,在现代社会中,公众十分重视气象信息服务。而气象传媒以其传播资源优势成为了气象服务中不可或缺的组成部分,也日渐成为气象服务的重要载体。

1 当前气象传媒的优劣性

只有通过广泛而精确措施传播交流,气象信息才能充分地体现价值。当然,气象信息必须要借助一定媒介才能传播出去,由此产生了气象传媒。

气象传媒要做到四“性”:时效性、精确性、广泛性和专业性。首先是时效性,天气过程的发展具有连续性,所以预报预测等气象信息和新闻一样,在产生的第一时间就必须向受众完成传播过程,否则该信息将不具有任何价值,也不会带来应有的社会效应。

其次是精确性,气象信息制作过程对于精确性要求就十分严格,在传播气象信息时必须要严格把关,保证气象信息及时、准确、有效。再次是广泛性,公共气象服务属于社会公共服务,气象信息传播面向的是全体社会公众,具有广泛社会影响力,所以必须采取多种不同方式来传播气象信息,拓宽信息渠道。最后是专业性,气象行业发展依赖于先进技术手段,因此,气象信息传播需要有专业技术支持。

最近几年,气象服务媒体平台日益丰富多样,包括车载电视、手机电视、户外LED大屏、IPTV等。根据2013年国家统计局和气象局调查结果显示,我国公共气象服务平台主要包括报纸、电视、广播、网络、手机、电话六种。

1.1 报纸气象服务

报纸因其信息容量大,保存信息的力量强和受众选择的主动性大的优点,拥有非常庞大的受众。近几年,一些报纸上开辟了气象专版。

和广播、电视相比,报纸传播信息速度要慢一些,而且不像电视那样可以做到图片、声音、文字有机结合,所以一直以来,我国气象传媒中报纸所占比

收稿日期:2014-04-12

作者简介:丁灏(1985-),男,广西南宁市人,助理工程师,从事广西气象服务中心宣传采编工作。

例较低。尽管有的报纸特别开设了气象专栏,但从整体上看,在气象信息服务方面,报纸传媒和其他媒体形式相比还有很大差距。

1.2 无线电广播气象服务

无线电广播具有传播信息快速,影响范围广的特点,通过生动语言来引起听众心理共鸣,给听众留下想象空间,但其缺陷在于内容转瞬即逝,很难给听众留下深刻印象,仅仅只有听觉体验。现阶段,广播气象服务受众群体数量还远比不上电视,传播效果也相差很大。广播通常都是在整点报时后播报,提供的气象信息普遍简单,信息量有限,气象服务水平较低。

1.3 影视气象服务

电视是现在强大的传媒之一,它传播迅速、信息量大,声形并茂,生动直观,受众广泛,目前已成为受众了解气象信息最主要的手段。作为大众传播媒介行列的后起之秀,它具有其他媒介所没有的优势和潜力。比如,视听兼备,图声并茂,生动、形象、逼真,感染力强,而且手段先进,传递信息神速,超越空间的力量强。它可以将所发生的事件活生生的呈现在受众面前,这种传声、传影、传神的媒介,给人以深刻难忘的印象。

电视气象信息服务是利用电视媒体为广大公众提供气象信息和气象节目的一种服务形式,也是气象事业作为社会基础性、公益性事业的具体体现。气象信息的电视传播对于经济社会有着重要的社会、经济、生态影响。

1.4 互联网气象服务

正像报刊、广播、电视传媒一样,互联网已成为今天重要的传媒形态,并成为人类生活不可或缺的一部份。并在人们的生活中占据越来越重要的位置。相比于电视媒体,网络在传播气象信息方面有其自身独特优势,人们可以通过网络随时随地查找气象信息,十分便捷。但网络气象服务依赖于相关技术设备,而且还会受到用户个人素质能力影响,所以其受众数量要比电视少一些。

1.5 新媒体气象服务

当前,新媒体已发展成为互联网最具代表性的应用,也成为气象部门及时发布和传播气象预警信息的重要手段,包括微博、微信、APP等。

新媒体拥有特定的用户群,时效性和互动性强,功能多样,在信息传递上有着传统媒体不具备的优势。通过新媒体,公众不但可以接收更加及时、更为

精细化的实时天气信息,还能与气象部门及时互动。凭借快速发布、快捷分享的特点,新媒体已成为公共气象服务的手段之一。

2 现代气象传媒发展建议

现阶段我国气象信息服务还不够完善,很难适应快速发展的气象服务需要。气象灾害预警服务范围狭小,很多偏远落后地区的气象服务设施不完善,气象信息准确性、时效性还需进一步加强。另外,在气象服务过程中,各部门之间缺乏沟通协调,需要建立健全有关联动机制,以3G网络为代表的现代媒体技术还没有广泛应用于气象服务,这是我们在当前新形势下迫切需要解决的问题。

2.1 构建现代气象传媒体系新模式

气象传媒首先要做到的是及时、准确发布气象信息,这样才能在和其他传媒竞争中占据主动。我们应当充分利用各种媒体来开展气象服务,包括报纸、广播、电视、网络等,加强不同媒体平台之间的合作,完善气象服务体系。

建立现代气象传媒服务体系是实现气象服务创新发展的重要举措。在新形势下,气象服务发展过程中应当着重开发新气象媒体平台,充分发挥不同传媒优势,包括电视、报纸、广播、网络、手机等,进一步扩宽气象信息传播渠道,为人们提供更加高效便捷的气象服务,不断完善气象服务体系。今后公共气象服务平台主要发展方向应当是实现资源共享,建立高效、便捷、专业、开放的气象服务媒体平台,促进现代气象传媒全面协调可持续发展,走集约型发展道路。

2.2 资源整合打造现代气象服务新模式

现如今,重叠化、传播手段不集中严重制约了气象服务的发展,而对气象服务进行资源整合,能够提供给民众更加高质量的气象服务。具体表现为:①通过资源优化配置,运营机制调整,将内容和形式有机结合起来,实现信息传播内容和信息传播方式协调统一;②改变传统气象服务发展格局,推广应用现代传媒思想方法,完善业务体系;③推动产业科技进步,提高自主创新能力,实现跨越式发展。

基于此概念,广西气象局已经开始尝试类似资源整合模式,通过政府协调,整合移动、电信、联通三大运营商的资源,开通了气象预警短信“绿色通道”。及各级气象台(站)发布红色气象灾害预警信号后,受影响区域的本地手机用户一般可在半小时内免费

接收到预警信息及防灾提示。

开通气象预警短信“绿色通道”后,原来发送预警短信需要递交书面材料、盖公章进行审批,大概要需用时 1 小时,而现在只要 10 分钟;原来发送到用户手机上要四、五个小时,现在不超过半小时。这样就体现了气象信息的及时有效,使广大群众能及时做好防灾减灾准备,这对推进气象服务具有重大的意义,广西现有的 2000 多万手机用户都在免费享受此项服务。

3 结语

未来的气象服务发展要实施服务品牌战略,提升气象服务品牌的影响力。通过集中优势资源,上下联动,共同打造中国气象频道、中国天气网、中国兴农网等品牌,加快打造气象手机彩信、手机电视等新媒体气象品牌,实现品牌联动发展,为人民群众的生产生活提供更高品质的气象服务。

参考文献:

- [1] 张莉萍,张正营,范永玲.论气象传媒在公共气象服务中的载体作用 [J]. 科技情报开发与经济, 2011, 21 (20): 149-151.
- [2] 练江帆.电视气象节目的服务性与竞争性的提升 [J]. 广东气象, 2008, 30 (2): 45-47.
- [3] 高晓斌,翟娟,闫靖靖.气象微博在陕西公共气象服务中发挥的作用 [J]. 陕西气象, 2011, 34 ((6): 40-42.
- [4] 罗桂湘.新媒体环境下气象影视创新与发展 [J]. 气象研究与应用, 2007, 28 (S2): 98-100.
- [5] 丘良,黎琮炜.拓展广西气象影视服务新道路 [J]. 气象研究与应用, 2011, 32 (4): 100-102.
- [6] 周能.广西气象科技服务的现状与思考 [J]. 广西气象, 2006, 27 (S1): 105-106.
- [7] 张许斌,许勇.气象科技服务发展之我见 [J]. 气象研究与应用, 2009, 30 (1): 98-100.
- [8] 陈剑飞,粟华林.广西陆路交通气象服务的现状与思考 [J]. 气象研究与应用, 2010, 31 (3): 101-102.