

文章编号:1673-8411(2018)04-0083-03

发展气象影视精细化服务的思路与探讨

容 军

(广西气象服务中心,广西 南宁 530022)

摘 要:气象影视服务需要根据社会的发展需求,不断改进服务内容和模式,在新媒体时代,发展精细化服务势在必行。气象影视精细化服务主要以气象精细化服务信息为主要内容,对节目的传播媒体和发布时效进行精细化布局,通过集约化构建起多媒体传播平台,在节目形式上针对目标受众进行精细化的设计包装和策划,为公众提供个性化、精细化的气象服务产品和气象灾害应急避险指导。

关键词:气象影视;精细化服务;传播;新媒体

中图分类号:P42 **文献标识码:**A

Discussion on the development of refined meteorological film and television service

Rong Jun

(Guangxi Meteorological Service Center, Nanning Guangxi 530022)

Abstract: In order to constantly adjust the content and mode of meteorological film and television services, it is imperative to develop refined services in the new media era. For instance, using meteorological refined service information as the main content, carefully arranging the program's transmission media and release timeliness. The program should be carefully designed, packaged and planned for the target audience. In addition, building a multimedia communication platform to provide the public with personalized and refined meteorological service products, and to offer emergency guidance for meteorological disasters.

Keywords: meteorological film and television; refined service; communication; new media

1 社会发展对精细化气象影视服务的需求不断提升

当前社会经济高速发展,各界人士对气象信息服务产品在分辨率、准确性、时效性、便捷性等方面提出了更高需求,发展气象影视精细化服务是应对这一趋势的重要手段。

主要依托于电视传播的气象影视服务是公众获取气象信息的主流渠道^[1]。近年来随着现代通讯技术的快速发展,气象服务信息传播渠道和方式发生了很大改变,气象影视服务在传播手段、收视覆盖面、社会影响力、人才流失等方面面临着严峻的挑

战。气象影视服务投入大,技术环节要求高,信息处理及节目制作时间较长,目前主要的传播载体为各级电视台,播出时间固定,节目数量少、时间短,服务以较大区域的“面服务”为主,服务信息的时效性、针对性、实用性不够强,已经远远不能满足社会大众对气象服务信息精细化的需求^[2]。

精细化气象服务产品的时效性强、地域范围精确、准确率高,对于人们的日常生产、生活、出行及突发气象灾害的应急避险有着很高的指导性作用。近年来通过预报技术的创新发展和“大数据”的综合运用,气象部门已经逐步建立了精细化格点监测预报产品体系,并通过微博、微信和各种天气APP等新媒

收稿日期:2018-4-10

基金项目:广西气象局科研项目(桂气科2017M09)资助。

作者简介:容军(1969-),男,大学本科,高级工程师,主要从事气象影视服务工作,E-mail:rongdt@163.com。

体向社会传播,取得了很好的社会效益^[3]。目前的新媒体传播方式有效解决了人们及时获取精细化预报的难题,但依然存在诸多不足:手机、网络等新媒体的用户以年轻群体为主;而且使用APP等应用需要有一定的技术能力和分析能力,存在着受众不易操作、不易理解的问题;气象APP软件以“地图+简单文字说明”为主,表现形式单调,受众无法获取信息之外的愉悦体验,虽然具有反馈功能但受众缺乏参与热情;目前各类气象APP软件比较多,分析结论时有差异,影响了服务信息的权威性。扩大服务的影响力,增强服务效益,是目前公共气象服务急需解决的问题。

气象影视服务的主要传播语言——视频,以其独有的高普及率和视听觉立体化传播优势,相比单纯图片、声音、文字等,更易于为受众有效接受^[4]。现代传播研究表明,新媒体受众希望获取最直接、明确的信息,同时越来越重视接受信息的用户体验。随着带宽的增加和WiFi覆盖面的增大,城市公共视频媒体和手机视频媒体发展迅速,视频内容越来越成为手机、网络等新媒体用户的新选择,以移动车载电视、户外公共大屏、楼宇电视、商家展示视屏、电影院线等以视频为主要传播内容的公共新媒体迅猛发展,这些都为我们气象影视服务提供了新的拓展空间,能够大大增强影视服务的覆盖面、服务效益^[5]。

气象影视开展精细化服务节目,可以使受众自主选择个人方便的视频媒体,随时享受到精细化、个性化、时效强、参与度高、内容丰富的精细化天气分析和气象预警、预报服务,极大地满足公众在日常生产、生活、出行及突发气象灾害中对于精细化预报的需求,特别是极大加强对公众应对突发气象灾害的应急避险指导作用,增强气象应急服务快速反应能力。

2 以气象精细化服务产品为依托构建气象影视精细化服务业务系统

开展精细化的气象影视服务,快速提取和发布最新的天气实况信息和短时临近预报产品是关键。依托气象现代化建设成果,通过研发气象精细化信息快速提取处理平台,开发基于地理信息(GIS)融合展示的CIMISS精细化气象服务产品影视应用模块,实现与各级气象台预报服务信息系统同步数据更新^[6]并无缝隙运用于直播节目中,对CIMISS精细化气象服务产品:观测数据(雨量、温度、风况、能见度、

雷达、卫星云图、闪电定位仪、台风等)、天气预报(城镇逐小时、逐3h预报、逐日7d预报)、空气污染气象条件预报、地质灾害气象等级预报、森林火险等级预报、气象生活指数预报、气象预警信息等经过筛选、分析、归类,依据新媒体特点设计展示模块,应用计算机程序语言与网页语言混合模式开发基于地理信息(GIS)融合展示的图形图像和统计图表:实况观测数据自动生成为柱形、饼状、折线等统计图表,通用地图系统与气象实况、预报信息的叠加,地图大数据公共服务(人流热力、实景、路况等)与气象信息叠加,外部门联动信息地图(易涝点、施工路段、江河水位、船舶动态等)与气象信息叠加(图1)。

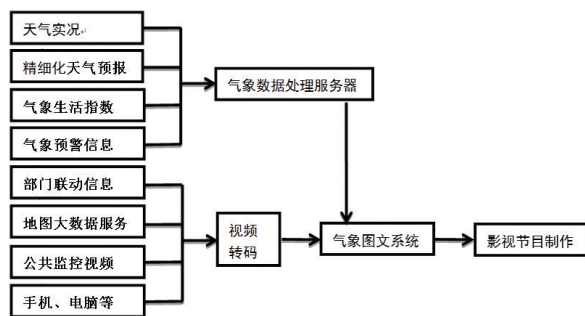


图1 气象精细化服务产品应用流程图

3 气象影视服务节目传播方式的精细化策划和布局

3.1 开发基于不同传播媒体的精细化节目

气象影视开展精细化服务,除了传统的发布平台——电视媒体之外,必须利用新媒体视频传播即时性、交互性、高度自由性和覆盖面广等特点,着力开拓新媒体服务节目,通过研究各类型新媒体的传播特点,开发具有针对性强、特点突出的精细化直播服务节目,如公共视频(移动车载媒体、户外LED屏、楼宇电视等)屏幕大但传播环境复杂,音频传播效果不佳,这就要求服务以高清晰的视频、图文为主;个人终端(手机、互联网、个人电脑)屏幕较小,在满足较高的用户体验要求之外,所采用的图文需要相对简洁而清晰。

3.2 开发服务于不同时段需求的精细化节目

基于精细化气象服务时效性要求高的特点,着力开发现场直播服务类节目。根据不同服务时段,不同受众群体的信息需求提供差异性服务产品^[7],如“晨练天气”“上下班时段天气”“商务出行天气”“晚间娱乐天气”“大型活动天气”“应急避险直播天气”等等。

3.3 省(区)、市、县多层级网格化覆盖集约化运行

通过逐步建立省(区)、市、县级影视服务协作网络,集约化现有的各级气象影视服务资源,通过上下协调、优势互补、各司其职、分工合作,细化服务区域,可以打造覆盖全省(区)的服务网络^[8]。

4 对节目形式进行精细化的设计包装和策划

4.1 发掘系统多媒体融合功能,打造新型气象服务项目类型

整合来自于个人电脑、手机、平板电脑等各终端的新媒体视频、音频、图片、动画、网络应用等信号的功能,加强现场服务内容,比如气象现场实况直播、现场采访、专家连线采访等等;同时,根据不同媒体的传播优势和技术特点,开发视频、动画、图片、小游戏等传播产品。

4.2 加强节目的互动性,建立受众反馈互动机制

通过网络、微信、微博或节目留言等方式收集受众提供的各类素材和服务需求,对有代表性的需求及时给予反馈,通过收集实景天气上传的视频和图片^[9],作为节目的分析资料来源运用于节目中,让受众更多地参与到节目中来,加强受众的粘合度,培养“忠诚”的受众群体,形成互动的态势(图2)。



图2 交互式的气象服务流程图

4.3 加强品牌建设,致力打造专家型节目风格

加强个性化节目分析员及制作人员队伍建设,通过培养、磨练,塑造个性化风格的气象影视品牌“网红”主持人,进一步打造品牌节目^[10]。

由气象专家作为分析员参与或直接主持节目,对受众提出的问题及时答疑解惑,可以增加节目的

权威性和受众认同,密切结合当前公众关心的气象热点事件和热点信息,及时开展深度分析服务,在发布预警信号或突发灾害天气时,可以将气象实况、预报信息与人流、车流密集区域、易涝点、江河水位等相关信息结合作综合性分析,作出应急避险指导^[11]。在涉及多学科的综合事件中,可以利用部门联动信息平台,联合其他学科专家共同探讨分析。

4.4 注重气象影视精细化服务标准化规范化运行

为了确保气象影视精细化服务信息在多种媒体传播的科学性、权威性,根据《气象法》及国家广电部门及互联网信息发布的相关法律法规和技术标准,制定节目制作及发布规范,严格操作、规范化运行。

5 结语

发展气象影视精细化服务,努力整合和开拓传统主流媒体及新兴媒体的传播平台,开发新的服务内容和运作方式,为社会公众提供个性化、精细化的气象服务产品和气象灾害应急避险指导。积极开拓气象科技服务的新模式和新领域,确保气象影视服务能够科学地可持续发展。

参考文献:

- [1] 罗桂湘,刘锋,孔毅民,等.广西农村气象灾害预警信息传播提升策略[J].气象研究与应用,2016,37(4):124-126.
- [2] 黎琮炜,宋彬,孔毅民.提高气象传媒竞争力的思考[J].气象研究与应用,2017,38(2):106.
- [3] 李晓娜,罗曼宁,陈玥煜.天气微信气象服务现状分析[J].广东气象,2017,39(3):53-56.
- [4] 黄宇生,罗桂湘.新媒体时代气象影视节目创新的思考[J].气象研究与应用,2016,37(S1):193-194.
- [5] 丁灏,张哲睿.现代传媒高效气象服务的新模式[J].气象研究与应用,2014,35(3):122.
- [6] 张恩红.广东省气象数据通信系统的架构优化及应用分析[J].广东气象,2017,39(4):73-76.
- [7] 谢海云.农业气象电视节目之改进与突破[J].气象研究与应用,2013,34(S1):121-122.
- [8] 罗延斌.柳州市气象影视节目集约化发展的思路及做法[J].气象研究与应用,2018,39(1):141.
- [9] 杨群娜,陈素英.气象网站公众互动栏目的设计与实现[J].广东气象,2016,38(3):50-52.
- [10] 高亭亭,吴振鹏,张兰.广州天气微博的运维分析[J].广东气象,2016,38(1):49-52.
- [11] 林雪仪.自媒体时代基于手机App(应用)的农业气象服务探索[J].广东气象,2016,38(2):54-57.