

文章编号: 1673-8411(2019)02-0109-03

浅析融媒体时代气象信息传播效益的实践

王涵

(玉林市气象局, 广西 玉林 537000)

摘要: 结合实例探讨融媒体时代气象信息传播的新特点以及总结经验, 为满足社会各界不断提升的服务需求, 改进气象信息传播方式, 促进气象信息传播效益的提升。

关键词: 融媒体; 传播方式; 互联网+; 公众气象服务

中图分类号: P49

文献标识码: A

Practice on the Benefit of Meteorological Information Dissemination in the Age of Medium Integration

Wang Han

(Yulin Meteorological Service, Yulin Guangxi 537000)

Abstract: This paper discusses the new characteristics of meteorological information dissemination in the era of media integration and summarizes the relevant experience in order to meet the ever-increasing service needs of all sectors of society, improve the way of meteorological information dissemination, and promote the efficiency of meteorological information dissemination.

Keywords: medium integration; communication mode; Internet +; public meteorological service

引言

“融媒体”是一种新型传播形式, 利用“互联网+”的技术和理念, 把广播、电视、网络、移动终端等既有共同点、又存在互补性的不同媒体进行全面整合, 实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体^[1]。气象部门需要通过各类媒体及时发布气象信息, 给公众的生产生活带来便利, 在融媒体的大环境下, 如何充分利用新型传播形式提升气象信息传播能力值得我们思考^[2-4]。基于此, 通过分析融媒体时代气象信息传播的新特点, 并以重大天气过程气象服务应用融媒体传播气象信息的实践为例, 总结出其中经验, 以期提升基于融媒体的气象信息传播效益提供参考依据。

1 融媒体时代气象信息传播的新特点

如今融媒体已经成为气象信息直通大众的重要桥梁, 同时也是智慧气象的重要部分, 与传统媒体信息传播相比, 它具有一些新的特点。

1.1 传播范围更广泛

加拿大学者提出: “媒介是人感觉能力的延伸和扩展”。随着网络的发展, 技术的进步和层出不穷的电子设备不断的更新换代, 导致人们必须要全方位、多感官地了解事物。

相比传统媒介传播覆盖面而言, 融媒体的传播覆盖面更加广泛, 它的发布不仅是受众体的扩大, 更具有灵活互动、随时获取气象信息的优势, 传播范围远大于传统媒体, 甚至可以说是全球性

收稿日期: 2019-02-06

作者简介: 王涵(1993-)女, 广西柳州市人, 助理工程师, 主要从事天气预报节目主持和气象新媒体服务工作。

的^[5]。例如,国内外气象的最新数据、全球主要城市和景点的天气预报都可以在手机上“一手掌握”。

1.2 传播速度更快

据有关部门统计,一条微博消息发出 30 秒后就可以传达到世界任何角落的微博用户,18 分钟就可以获得 200 万人次以上的点击率。气象信息也正需要这种快速的传播渠道。融媒体的运用,为气象预报预警信息的发布提供了一个新的平台,其快速发布、快捷分享及爆炸式传播特性,为防灾减灾赢得时间。

融媒体具有资源互通的特点,公众的分享和转发等行为,能够有效减少气象信息尤其是灾害消息的传播时间^[6]。公众在接受信息的同时,又可以成为信息的转发者,另外,公众通过对目击内容的发布与传播,可以对气象服务内容进行补充,并且对周边人群进行信息共享以及提醒。

1.3 互动性更强

传统媒体大多是单向传播,而融媒体增加了互动性。在融媒体时代下,气象信息呈现出多元化特征,传统的图片、文字、音频和视频与网络 APP 平台等直播技术实现相互融合,取长补短,最大限度发挥自身优势,最终取得意想不到的效果^[7]。公众通过微信、微博等平台可以进行留言询问天气状况甚至能与气象人员实时沟通,对气象事件的发生发展进行及时反馈。

公众通过提供视频反馈、图片反馈、语音反馈等方式,为气象工作者掌握气象现场的实情占据了先机,有助于提高气象部门防灾减灾工作的反应速度。

1.4 具有个性化

通过融媒体平台,气象工作者可以对用户使用习惯、偏好和特点等方面的了解分析,有目的地向公众提供个性化服务。加强公众和服务产品的关联,通过大数据等技术为他们提供多样的、及时性的、个性化服务,让公众可以方便快捷实时地获取气象信息,实现气象传媒使命必达。

针对不同年龄层次的受众群体,运用抖音短视频、西瓜视频、快手等新型媒体软件拍摄不同类型、不同风格的微视频、短视频、图片等,发布最新气象信息,为大众提供更为多元化精细的服务,以满足不同人群的喜好需求^[8]。

1.5 舆情引导更及时

新媒体的裂变式传播的优势是渠道多、互动

性强、速度快等特点,而它的劣势就是会导致不实信息的出现。这就需要广大气象服务工作者应对新媒体出现的不实信息能够进行快速反应,科学解读,减少不实信息的产生和传播,降低气象灾害对广大群众的财产损失,有效提高公众对气象灾害的认知,实现正确的舆论导向。同时气象工作者也要改变以前老旧的固有模式,保持和受众思维模式相契合,充分分析大众使用媒体场景的环境、空间、生活惯性、社交氛围、实时状态等基本要素,最大程度地营造融洽的传受关系,而在传播手段上,气象工作者也应当借助自有媒体和社会媒体的共同力量,积极应对,形成规模效应^[9]。

例如,2017 年 6 月下旬,在华北地区出现一则“雷达无法监测的暴雨”不实消息,之后在朋友圈被广泛传播。气象专家第一时间通过中国气象局和中央气象台官方微博进行及时回应和辟谣,人民日报客户端、腾讯新闻、新浪微博等媒体平台也转发进行辟谣,引导舆论,最终最大程度消除了负面影响。

2 融媒体时代气象信息传播的效益

2.1 经济效益

气象部门及时有效的信息传播和农事指导,让公众有充足时间准备和做好防灾等相关措施,把灾害带来的风险降到最低,最大程度减少了损失,同时也为增强自身影响力创造了条件。逐步利用微博、微信、网站等公益性免费服务带动点播、短信、专业服务等有偿服务项目稳步发展,发掘气象信息服务的商业附加价值,各媒体相互合作,实现资源的互通,最终达到共同目的,最大程度的节约了经济成本,带来了经济效益。

2.2 社会效益

为适应社会各界不断提高的需求,在融媒体时代下改进气象信息传播方式和方法,气象部门官方微信、微博和客户端等新媒体的关注度也会逐渐提高,同时与各政府媒体合作覆盖度增高,最终多种媒体同步发布取得的权威性也就更高。气象工作者除了要提高预报准确率之外,还要在面对公众的气象信息传播模式中不断吐故纳新,实现效益和效率的最大化传播^[10]。

3 融媒体传播在重大天气过程应急服务中的应用

2017 年 8 月,强台风“天鸽”在广东珠海一

带登陆,造成了极大的破坏,然后又急匆匆地奔向广西玉林,防御形势十分严峻。玉林市气象部门在认真做好台风过程监测、预报工作基础上,充分利用融媒体平台及时发送台风预报信息,为各部门以及当地群众科学、及时应对台风灾害第一时间提供信息,有效降低了灾害的不利影响。

3.1 融媒体权威发布

台风“天鸽”影响期间,玉林气象局向政府及有关部门和社会大众滚动更新台风“天鸽”动态,并召开了新闻发布会,由“玉林气象”微信发布为信源,玉林各政府媒体广泛转发。广播电视节目、短信提醒、传真发送、会议传达、电话查询、气象显示屏、农村气象大喇叭滚动播放,并开展了实地走访。根据台风“天鸽”移动路径,气象部门及时更新实时动态,各网络媒体平台跟踪报道,实时播报,以便于公众随时了解最新气象信息,提前做好防御措施。

在“天鸽”来临的时候,记者第一时间奔赴灾害天气现场进行报道,当时的报道视频在玉林新闻微信公众号、中国天气网、今日头条 APP 等媒体上发布,其中今日头条 APP 点击量高达 6.1 万。另外,灾害现场的图片和采访视频等被大量市民转发到朋友圈、微博、微信等信息发布平台,充分实现了一键多发、裂变式传播,传播效果显著。

3.2 正向引导舆情

气象部门既对公众警示台风可能带来的灾害,也提示台风有利的一面,正向引导舆情。

台风“天鸽”影响前期,气象部门通过短信、电话、微信、网站、电子显示屏等媒体发布预警信息,提示公众提前做好防灾准备和采取相应农事措施。在台风影响期间,根据临近预报、公众

反馈及实地走访等综合情报,及时更新实况和预报信息,指导公众进行短时的防灾避险应急操作。当分析台风能够带来有效降雨,有利山塘水库蓄水时,提示相关部门和农民在确保安全的前提下,利用有利时机适当蓄水,提高农事效益。

4 结论

在融媒体时代不断地发展变革下,气象工作者也在不断地面临着挑战,气象信息传播要顺应媒体时代发展的趋势,借助广大网民积极参与、自觉传播的力量,让各种灾害天气从生成到成长到消亡完全曝光在大众的眼前,无论是足不出户,还是远在天涯海角,都能让人感受到融媒体传播的快捷便利。

参考文献:

- [1] 董青. 融媒体时代气象信息传播思考[J]. 科技传播, 2018, 10(8): 173-174.
- [2] 龚美萍. 新媒体时代的气象信息服务浅析[J]. 今日湖北(下旬刊), 2015, (9): 76.
- [3] 黎琮炜. 新媒体如何实现气象信息的靶向传播[J]. 气象研究与应用, 2013, 34(S2): 201-202.
- [4] 卢雪香, 罗延林, 梁妙芝, 等. 气象微博在气象防灾减灾中的作用[C]. 广西气象学会 2013 年学术年会论文集. 梧州气象局, 2013: 239-240.
- [5] 刘天绪. “最”速度创造“最”新闻[J]. 今传媒(学术版), 2013, 34(9): 124-125.
- [6] 王雪. 自媒体环境中的传播暴力研究[D]. 哈尔滨工业大学, 2012.
- [7] 郑天伊. 电视新闻传播与网络媒体的融合发展浅析[J]. 神州, 2018, 48(19): 285.
- [8] 詹奕嘉. “互联网+”: 减灾信息传播的机遇与挑战[J]. 中国减灾, 2016, 38(5): 20-23.
- [9] 张乐飞. 场景时代背景下的图书馆精准服务研究[J]. 图书馆研究, 2018, 48(1): 70-73.
- [10] 吕欣, 郑蔚琦. 基于增强现实技术的纸质出版物阅读体验重构研究[J]. 出版广角, 2017, 39(24): 14-16.

(上接第 102 页)

- [7] Marshall TC, Stolzenburg M, Krehbiel PR, et al. Electrical evolution during the decay stage of New Mexico thunderstorms [J]. JGeophysRes. 2009, 114(D2).
- [8] MacGorman DR, Rust WD, Krehbiel P, et al. The electrical structure of two supercell storms during STEPS[J]. Mon Wea Rev, 2005, 133: 2583-2607.
- [9] Carey LD, Rutledge SA. Electrical and multiparameter radar observations of a severe hailstorm [J]. J Geophys Res, 1998, 103 (D12): 13979-14000
- [10] Curran EB, Rust WD. Positive ground flashes produced by low-precipitation thunderstorms in Oklahoma on 26 April 1984[J]. Mon Wea Rev, 1992, 120(4): 544-553.
- [11] Williams E R. The electrification of severe storms [J]. Meteor Monogr, 2001, 28(50): 527-561.