

新媒体冲击下传统气象影视节目的创新对策思考

赵秋石 邹倩倩 梁淑娥

辽宁省气象服务中心 辽宁 沈阳 110000

摘要: 在新媒体冲击下,传统气象影视节目面临严峻挑战。为应对这一挑战,本文提出一系列创新对策,包括多元化内容生产与传播方式、采用先进技术提升观赏性与互动性、开展跨界合作拓展影响力,以及与新媒体有效结合等。这些对策旨在帮助传统气象影视节目适应新媒体环境,提升节目质量和传播效果,满足观众日益多样化的需求,实现可持续发展。

关键词: 新媒体;传统气象;传统气象;创新对策

随着新媒体技术的迅猛发展,信息传播方式发生了深刻变革,传统气象影视节目正面临前所未有的挑战。新媒体以其即时性、互动性和广泛覆盖性,深刻改变了观众的收视习惯和信息获取方式。在这一背景下,传统气象影视节目如何创新应对策略,以适应新媒体环境,保持并提升其在气象信息传播领域的核心竞争力,成为亟待解决的问题。本文将从多个维度探讨传统气象影视节目的创新对策,以期为其未来发展提供有益参考。

1 新媒体时代概述

1.1 新媒体的概念

新媒体是指报刊、广播、电视等传统媒体之后发展起来的新的媒体形态。新媒体的概念最早于1967年由美国哥伦比亚广播电视网(CBS)技术研究所所长戈尔德马克(P.Goldmark)提出。新媒体是利用数字技术、网络技术和移动技术,通过互联网、无线通信网、卫星等渠道,以及电脑、手机、数字电视机等终端,向用户提供信息和娱乐服务的传播形态和媒体形态。严格来说,新媒体应该称为数字化媒体。随着科技的发展,新媒体的形态和范围也在不断扩展,如数字电视、移动电视、手机媒体、IPTV、博客、播客等都被视为新媒体的一部分。清华大学的熊澄宇教授认为:“新媒体是一个不断变化的概念。在今天网络基础上又有延伸,无线移动的问题,还有出现其他新的媒体形态,跟计算机相关的。这都可以说是新媒体。”新媒体的定义并非固定不变,它随着技术的进步和媒体形态的发展而不断演变。

1.2 新媒体时代特征

新媒体时代是一个信息传播迅捷、环境自由开放、互动性强的时代,具有几个显著特征:(1)主体平等、自由,操作便捷:在新媒体时代,新技术的广泛应用使得公众有了发表观点和看法的平台。在这个平台上,任何个体都是平等而自由的,社会大众获得了表达自我的

话语权。例如,通过博客、微博、论坛等客户端,用户可以随时随地发布文字、图片、音像等文件,并与其他用户进行自由的沟通。这种便捷性不仅体现在信息的发布上,也体现在信息的获取上,人们不再需要订阅或购买报纸,收听收看广播和电视节目,而是可以通过互联网随时随地查询和获取有效信息^[1]。(2)海量信息承载与传播:新媒体具有强大的信息承载能力,能够处理、存储和传输海量的信息。这种海量信息不仅包括文字、图片等传统形式,还包括音频、视频等多媒体内容,新媒体的传播速度极快,信息可以在短时间内迅速传播到全球各地。(3)碎片化信息传播:新媒体时代的信息传播呈现出碎片化的特征。由于人们的生活节奏加快,时间被切割成多个片段,因此信息传播也趋向于短小精悍、快速更新。这种碎片化信息传播方式适应了现代人的阅读习惯,提高了信息传播的效率和覆盖面。(4)虚拟化信息传播环境:新媒体通过数字技术构建了一个虚拟化的信息传播环境。在这个环境中,信息传播不受时间和空间的限制,人们可以在任何时间、任何地点进行信息的发布和接收。同时,新媒体还提供了丰富的互动功能,如点赞、评论、转发等,使得信息传播更加生动有趣。(5)高度互动性:新媒体时代的一个显著特征是高度的互动性。传统媒体如报刊、广播、电视等大多采用单向传播的方式,即信息传播者向受众传递信息,而受众则处于被动接受的状态。而新媒体则打破了这种单向传播的模式,实现了信息传播者和受众之间的双向互动。这种互动性不仅增强了信息的传播效果,也提高了受众的参与度和满意度。

2 新媒体环境的气象影视现状

在新媒体环境下,气象影视行业正经历着前所未有的变革与发展。传统的气象影视节目,如天气预报和气象科普,主要通过电视等传统媒体进行播放,但随着

新媒体技术的迅猛崛起,气象影视行业也积极拥抱这一变化,不断拓展其传播渠道和表现形式。当前,气象影视行业充分利用了新媒体平台如官方网站、社交媒体、短视频平台等,实现了信息的即时传播和广泛覆盖。观众不仅可以通过电视观看天气预报,还能在微博、微信公众号、抖音等平台上随时随地获取最新的气象信息。这种多元化的传播方式不仅提高信息的时效性,还增强与观众的互动性,使气象影视内容更加生动有趣,更贴近民众生活。新媒体环境下的气象影视内容也更加丰富多彩,除基本的天气预报外,还涵盖灾害预警、气象文化、旅游气象等多个主题,满足不同受众群体的需求。新媒体环境也为气象影视行业带来了技术上的革新和创新。人工智能、大数据等技术的应用,使得气象影视节目的制作更加精准和高效。例如,AI技术可以实时分析气象数据,预测天气变化趋势,为节目制作提供科学依据;大数据分析则可以了解观众偏好,优化节目内容,提高传播效果^[2]。

3 新媒体对传统气象影视节目的冲击

3.1 观众获取信息渠道的多样化对传统气象影视节目的冲击

在新媒体浪潮的冲击下,观众获取信息的渠道变得前所未有的多样化,这对传统气象影视节目构成了显著的挑战。过去,电视作为家庭娱乐和信息获取的主要平台,承载了包括天气预报在内的众多节目内容,随着互联网的普及和移动设备的广泛应用,观众不再局限于通过电视屏幕接收信息。他们可以通过智能手机、平板电脑、电脑等设备,随时随地访问各种新闻网站、社交媒体、视频平台乃至专业气象应用,获取最新、最全面的气象信息。这种信息获取渠道的多样化不仅丰富观众的选择,也提高他们对信息时效性和准确性的要求。相比之下,传统气象影视节目往往受限于播出时间和频道的限制,无法像新媒体那样实现信息的即时更新和个性化推送,新媒体平台提供的互动功能也让观众能够更直接地参与到气象信息的讨论和传播中来,进一步削弱了传统气象影视节目的影响力。

3.2 节目内容的同质化对传统气象影视节目的冲击

随着新媒体的兴起,气象信息的传播门槛大大降低,越来越多的媒体和个人开始涉足气象领域,导致气象影视节目内容的同质化现象日益严重。在传统媒体时代,气象影视节目由于制作成本高、技术要求严,往往能够保持较高的专业性和独特性,在新媒体环境下,大量低门槛、低成本的气象信息涌入市场,使得观众在选择时面临“信息过载”的问题。这些同质化的气象影视

节目往往缺乏创新和深度,只是简单地重复播报天气状况、解读气象数据等基本信息^[3]。这种“填鸭式”的信息传递方式不仅无法满足观众对气象知识的深层次需求,还容易导致观众的审美疲劳和关注度下降,传统气象影视节目在内容创新方面面临着巨大的压力。

3.3 传播效率的限制对传统气象影视节目的冲击

传统气象影视节目在传播效率上往往受到诸多限制,这也是其在新媒体环境下遭遇冲击的重要原因之一。电视媒体的播出时间和频道资源有限,无法像新媒体那样实现24小时不间断的信息更新和推送。这意味着传统气象影视节目在时效性方面存在天然的劣势,难以满足观众对即时天气信息的需求。传统气象影视节目的传播范围也相对有限,虽然电视信号可以覆盖广泛的地区,但观众必须在特定的时间和地点才能收看节目。相比之下,新媒体平台具有跨地域、跨时间的传播优势,可以随时随地为观众提供信息服务。这种便捷性使得新媒体在气象信息传播领域更具竞争力。

4 传统气象影视节目的创新对策

4.1 多元化内容生产与传播方式

在日新月异的新媒体时代,传统气象影视节目面临着前所未有的机遇与挑战。为了在这场信息革命中保持领先地位,节目制作团队的首要任务是实现内容的多元化生产与传播。这不仅仅是对气象科学专业性的坚守,更是对内容创新和观众需求的深刻洞察。在内容生产层面,团队应勇于突破传统框架,广泛涉猎各类气象话题。从极端天气事件的深入剖析,到气候变化对全球影响的宏观探讨,再到气象与农业、交通、旅游等行业的紧密联系,每一环节都蕴含着丰富的故事和知识点。通过引入这些多元化的话题,节目能够触及更广泛的观众群体,满足不同年龄段、不同职业背景观众的求知欲。节目形式的多样化也是吸引观众的关键。访谈、纪录片、动画演示等多种形式的结合,不仅能让气象知识以更加生动有趣的方式呈现,还能提高观众的参与度和理解度。这种“寓教于乐”的方式,有助于打破气象学的专业壁垒,让更多人感受到气象科学的魅力。在传播方式上,传统气象影视节目必须拥抱新媒体平台,打破单一渠道的限制。通过建立官方网站、社交媒体账号、视频平台频道等多元化传播渠道,实现节目内容的广泛覆盖和即时更新,利用短视频、直播等新媒体形式,能够进一步提升节目的时效性和互动性,让观众随时随地都能获取到最新的气象信息,并参与到节目的讨论中来^[4]。

4.2 采用先进技术提升观赏性与互动性

为了提升传统气象影视节目的观赏性和互动性,采

用先进技术是不可或缺的创新手段,可以运用高清摄像、3D动画、虚拟现实(VR)和增强现实(AR)等先进技术,将复杂的气象现象以直观、生动的方式呈现给观众。例如,通过VR技术让观众身临其境地感受台风、暴雨等极端天气的威力;利用AR技术在手机屏幕上叠加实时天气信息,增强观众的参与感和体验感。加强节目的互动性设计也是提升观赏性的关键,可以通过设置在线问答、投票、评论等互动环节,鼓励观众积极参与节目讨论和反馈。利用大数据分析技术了解观众的喜好和需求,为节目内容的定制化和个性化推送提供依据。还可以开发气象影视节目的专属APP或小程序,提供定制化的天气查询、预警推送等服务,进一步增强节目的实用性和互动性。

4.3 开展跨界合作,拓展影视节目的影响力

在新媒体浪潮的推动下,跨界合作成为传统气象影视节目突破瓶颈、拓展影响力的关键策略。这种合作模式不仅打破行业壁垒,更实现资源共享与优势互补,为气象影视节目注入新的活力。与旅游部门的合作,让气象信息成为游客出行的重要参考。通过联合制作旅游气象专题节目,节目能够结合具体旅游目的地的气候特点,为游客提供精准的天气预报和出行建议,增强节目的实用性和服务性。这种合作也促进旅游业的繁荣,实现双赢的局面。与农业部门的携手,则让气象服务深入田间地头,农业气象服务节目的推出,为农民提供了科学的种植和养殖指导,帮助他们根据天气变化合理安排农事活动,提高农业生产效率。这种合作不仅提升了节目的社会价值,也赢得广大农民的信赖和支持^[5]。与教育机构的合作更是意义重大,通过开展气象科普教育活动,节目能够将复杂的气象知识以简单易懂的方式传授给青少年学生,激发他们的科学兴趣,培养他们的气象素养。这种合作不仅有助于提升节目的教育意义,也为培养未来的气象人才奠定了坚实基础。在跨界合作的过程中,传统气象影视节目还积极探索商业化运作的新模式。通过与品牌商、广告商的合作,节目实现了商业价值的最大化;通过举办线上线下活动、开发衍生品等方式,节目进一步拓展产业链和价值链,为自身的可持续

发展提供有力保障。

4.4 与新媒体有效结合

与新媒体的有效结合是传统气象影视节目适应时代发展的重要举措。这要求传统气象影视节目在制作、传播和运营等各个环节都要积极融入新媒体元素和思维,在节目制作过程中要注重与新媒体平台的互动和融合,利用新媒体技术提升节目的制作水平和质量。在传播过程中要充分利用新媒体平台的传播优势和特点,实现节目内容的快速传播和广泛覆盖。要注重与新媒体用户的互动和反馈,及时调整节目内容和形式以满足观众的需求。传统气象影视节目还可以借鉴新媒体的运营模式和思维方式来优化自身的运营策略。例如,通过数据分析了解观众的行为习惯和偏好;通过社交媒体营销提升节目的知名度和影响力;通过用户画像实现精准推送和个性化服务。这些运营策略的应用将有助于传统气象影视节目在新媒体时代保持竞争力和活力。

结束语

新媒体的崛起对传统气象影视节目构成了巨大冲击,但也为其带来了前所未有的发展机遇。通过实施多元化内容生产、运用先进技术、开展跨界合作以及与新媒体深度融合等创新对策,传统气象影视节目不仅能够有效应对挑战,还能在新媒体时代焕发新的生机与活力。未来,随着技术的不断进步和媒体融合的深入发展,有理由相信传统气象影视节目将迎来更加广阔的发展前景。

参考文献

- [1]张农化.新媒体环境下气象影视的创新与发展探析[J].极光,2019,No.266(12):130-131.
- [2]刘琳琳.新媒体时代下电视节目主持人面临的挑战及对策探讨[J].中文信息,2020(7):279.
- [3]王云鹏,靳荣.新媒体环境下气象影视节目的创新发展策略[J].农业灾害研究,2019(2):90-91.
- [4]向焱,杜宁,邱奕婷.新媒体时代创新气象影视天气预报节目的思考[J].采写编,2021(10):159-160.
- [5]丁莉莉.浅析新媒体时代气象影视节目创新思路[J].数字通信世界,2021(03):215-216.