

多媒体融合环境下气象影视的作用及发展

赵秋石

辽宁省气象服务中心 辽宁 沈阳 110000

摘要: 随着气象事业的蓬勃发展,气象影视也迎来了前所未有的机遇。从无主持人到有主持人,从二维口播到三维虚拟演播厅等,但随着新媒体技术的不断涌现,气象影视服务中存在问题也开始日益显著,新媒体的崛起让人们们对传统气象影视节目的关注度不断降低,急需提高气象影视服务能力。

关键词: 多媒体;融合环境;气象影视;作用及发展

1 多媒体融合环境下气象影视的发展

1.1 利用大数据技术制作精准化气象影视服务

传统气象影视服务范围从策划到编导,主持到录制。该项的内容选择,演示格式和质量仍然基于以收集和编辑为中心的“精英化”制作模型。制作团队通过主观印象和经验分析,根据自己或小众主观的情况制作气象电影和电视产品。节目播出后对节目水平的评估完全取决于评分,并缺乏与观众的实时双向反馈和沟通机制。由于新媒体的影响,传统的“闭门造车”编辑方法完全无法满足不同受众对天气节目的多样化需求。使用新媒体收集实际需求的“大数据”受众是未来气象影视服务的重要选择。因此,节目制作者应在气象影视服务的规划阶段根据变化考虑,在此期间,怎样的人、专业、性别和哪个年龄段的观众应收看预测性节目以及他们又要从天气预报节目中得到哪些自身需求的气象服务内容。应该先了解听众的需求,才能继续进行主题选择计划。内容决定质量,质量决定等级。基于快速有效的大数据,可以识别和分析观众的喜好差异,使制作人可以更准确,更全面地制作适合观众需求的气象电影和电视作品。

1.2 节目向多元化、品牌化方向发展,提升气象影视制作的水平

气象影视编导制作人员可以利用此功能发挥重要作用,增强观众对天气预报的日常需求,并对现有传播内容进行创新和丰富。加强观众和节目的在线、离线交流活动,为观众提供想象和交流的平台,加深观众对天气节目的理解,巩固观众对电视节目的热爱。善于从观众的角度策划气象影视节目。例如编导制作人员可以从观众热衷的天气话题入手,注重表现形式,策划类似情景喜剧的天气节目,添加旅行,社交以及本地天气圈。以从观众中来到观众中去的节目创办公念,使观众真正意识到,天气节目不再是过去独特而乏味的谈话节目,而是一档融合了智慧、科学和娱乐文化的全面、多样创新

的气象类节目。该节目创造了更多与观众交流和分享的机会,并增强了观众对这个天气节目的喜爱,从而增加了品牌效应。借助品牌优势,整合新媒体内容,开发独特的气象电视节目,加强电视与互联网间的连接以及将重大灾害性天气过程和气象部门的服务作为节目策划背景,充分利用广大观众对焦点事件的高关注度,以达到气象影视节目的高收视率^[1]

1.3 将新技术融入到气象影视制作中,提升制作水平

现如今新媒体由于自身优势,已在人们生活中扮演不可或缺的角色,尽管如此,气象影视依然需要从中突破自身的价值,想要保持自身在市场中的竞争优势,就要引进新技术,将自身优点融合进新媒体,而不是取代它,发挥自身的优点。在网络信息技术不断普及的背景下,在气象影视领域,我国尚未将电视和网络同步广播技术应用到现实中,并难以完善以下终端信息设备的气象播报,如智能手机,计算机和iPad等。因此,面对新媒体技术带来的挑战和机遇,现代气象影视制作公司应“广纳人才”,抓住机遇,顺应时代发展趋势,不断提高气象影视制作技术水平,向公众传递更加权威和专业的天气信息。

1.4 利用新媒体的优点进行媒体融合

新媒体具有实时交互的优势,气象影视服务必须积极整合这些优势,以实现气象信息的创新性传播。当然,气象影视的新媒体并不仅是建立网络平台和频道,而是在建立网络及对电视和其他天气服务程序的移动访问。气象影视服务应整合新媒体的互动优势,加强与互联网的合作与互动。媒体和受众间的互动应通过网站,微博,微信公众号等移动社交网络实现。此外,气象影视服务必须使用网络平台获得更广泛的节目提示和有价值的新闻,以保持传统媒体的权威和信誉。

2 多媒体融合背景下气象影视服务的创新思路

2.1 节目内容外延内伸

积极拓展节目选题,努力捕捉和引导公众注意力。关注“全球变暖”热点气候现象,科普高温、暴雨、热带气旋等重大气象灾害知识,介绍新一代气象卫星和天气雷达、数值天气预报模式、人工影响天气等前沿气象科技以及与公众生产生活息息相关的资讯内容,如生活气象、交通气象、旅游气象、环境气象等。在传播天气预报信息的同时,让公众更加了解气象科学、更加满意气象服务。

针对公众已不再满足于单纯获知晴雨、气温、风向风力等表层信息,而是对天气事件影响程度、发展演变等也有强烈的了解欲,学习借鉴传统媒体经验,对气象影视服务进行深度挖掘,如气象灾害发生前不间断预测发展趋势,宣传防灾避灾常识;灾害到来时及时发布预警,公布发生的强度、范围;灾害结束后总结分析天气过程,实现多角度“立体解读”^[2]根据短时临近预报调整更新节目内容,增加节目播出频次,使公众在最快的时间里,获取最新的气象信息。

有数据统计,相当部分公众反映气象影视节目语言过于专业化,难以完全理解,“看不懂天气预报节目,只能听懂后面的温度”。对此,在保证节目科学性、严谨性的基础上,气象影视部门应尽可能将专业气象术语“翻译”成通俗化、生活化语言,使节目更加通俗易懂,传播过程更加行之有效。

2.2 服务形式推陈出新

改变传统气象影视节目单向传播做法,鼓励和吸引公众参与,使节目在保持科学性的同时不失亲切感。可以邀请公众走进演播室,亲身体验天气预报节目制作过程,拉近气象影视部门与公众的距离;也可以针对当代青年行为方式,通过微博、微信调查公众信息需求,回答公众关心的气象热点话题,有奖采纳公众拍摄的气象新闻素材;还可以在电视气象节目中抛出与近期天气相关的问题、征集天气事件美图、对气象主持人衣着和当日话题点赞等,让观众以扫描二维码方式直接参与到传统媒体节目的制作和互动中,使节目的服务更有针对性,更贴近生活。

新闻制作越来越多地运用现场报道和直播报道,真实、生动的现场感和同步感使其深受观众喜爱。关键性天气事件与人们的生产生活密切相联,相较于在演播室内既定场景播报阴晴冷暖,公众更期待目睹天气实况。发生重大灾害性天气和保障重大活动时,气象影视部门应充分运用气象应急车、可移动采编播设备等新装备,让主持人现场播报天气信息,使公众通过画面就能对天气状况产生直观的感受,而不是简单机械地听数字、凭

经验做出判断,从而准确防范和应对。应当打破常规,让气象专家适时从幕后走到台前。传统媒体和新兴媒体有不同的定位和受众,需要的节目类型、表现形式、时间长度等也不尽相同。媒体融合不能简单地将在电视上播出的气象影视节目搬到网络、手机和移动电视上,必须针对不同媒体的属性和特点,分类制作节目。比如新兴媒体受众主要是年轻的上班族,其要求是在零碎的时间内以最快捷的方式获取气象信息,设计制作节目时应当充分考虑移动性、碎片化特征,尽可能采取动画、图形、图表等简洁明了、形象生动的形式展现天气情况,并不一定需要主持人出境。把握好这一特点,就能起到事半功倍的效果。

2.3 传播渠道多屏互动

(1)针对中老年人主要通过电视获取气象信息的特点,继续做好电视气象节目,保留忠实收视群体;还要抓住电视媒体普遍开办各种形态的新兴媒体,如互联网电视、网络视频、两微一端(微信、微博、客户端)等的有利契机,进一步深化与电视媒体的传统合作关系,依托其所属的新兴媒体传播新型气象影视节目,借助电视媒体的品牌效应宣传推广,实现传统媒体新兴媒体的深度融合、一体发展。

(2)密切与主流门户网站、电信运营商、移动媒体运营商等的联系,积极拓展新兴媒体,实现气象影视节目全覆盖。

(3)气象影视部门必须重视发挥门户网站、官方微博、微信这些自有媒介的作用,开通公众互动版块,设置气象影视专栏,与其他媒体交相呼应,共同提供气象影视服务。遇到关性天气时,可以加速服务,做到快速应急和发布。

2.4 运营机制改革创新

媒体融合时代下,对气象影视部门的制作服务能力提出了更高要求,单纯增加人员、增加设备、增加投入,依靠自身搞“大而全”,既无可能,也无必要。必须强化合作共赢理念,充分借助传统媒体和新兴媒体优势,共同打造新型气象影视节目,互促共进、协调发展。比如邀请媒体参与节目策划,可以更加准确地把握不同媒体定位,增强节目的针对性;将节目录制交由新兴媒体,在提高制作效率的同时,降低开发成本^[3]

目前,各地气象影视部门大多自行经营广告业务,牵扯大量精力,实际收益也不明显。可以参照国外同行做法,为各类媒体“量身定制”气象影视节目,特别是精品气象专题和科普类节目,统一打包交给专业传媒公司,由其负责包装宣传,向不同媒体出售节目播出权和

招揽广告业务。

气象影视部门属于气象部门下属事业单位，体制上的“公益性”和“机关化”烙印，使其成员普遍安于现状，缺乏责任和危机意识，缺少创新和进取动力，与传统媒体和新兴媒体为争取市场份额展开的激烈竞争不相适应。应当转变现行体制，借鉴企业人事制度、分配制度方面做法，减少事业编制人员，面向全社会招聘管理技术人才、实行劳动合同制以及年薪制，工资与绩效挂钩，多劳多得，奖优劣汰，切实激发工作内动力，增强气象影视业在多媒体融合时代的市场竞争力。

结语

气象影视节目关乎到我们生存的环境，需要大力提

高全民对气象的科普认识，建立起对环境保护意识，树立气象观念，使气象更贴近现代人生活。在新媒体环境下，气象影视节目社会价值会被进一步激发出来，气象部门会在新媒体时代成为气象节目供应商，通过各种渠道和形式将气象信息第一时间内传播给广大电视观众。

参考文献

[1]刘蕊.新媒体时代气象影视的创新与发展[J].科技传播, 2019, 011(022): 178-179.

[2]莫钧,樊慧娟.新媒体环境下气象影视创新与发展分析[J].大科技,2018,(2):263-264.

[3]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.