

融媒体时代下气象视频信息的传播

任 丹

济南市气象局 山东 济南 250000

摘要: 在新媒体涌现及多媒体融合趋势的当下,大众接受气象信息不再局限于电视、报纸、广播等大众传播媒介,随着手机客户端、微博、微信、网站等多元化信息接收平台不断普及,传统以电视节目视频信息为主流的气象信息传播体系正面临着巨大的挑战。然而,预报信息获取方式的多样化并不意味着气象视频产品的式微,相反,视频正日渐成为互联网主流的信息传播方式。在面临挑战的同时,如何针对当下的媒介环境,结合视频信息传播特性和受众喜好,及时调整气象视频信息传播策略,成为未来气象服务工作亟待讨论和解决的重要议题。

关键词: 气象视频;融媒时代;信息传播;趋势和挑战

1 融媒体时代

1.1 融媒体的定义

融媒体是充分利用媒介载体,把广播、电视、报纸等既有共同点,又存在互补性的不同媒体,在人力、内容、宣传等方面进行全面整合,实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体。融媒体的核心在于“融”,本质上是一种“以发展为前提,以扬优为手段”的理念,而不是一种单独成立的媒体介质。

1.2 融媒体的创新点

融媒体的创新点在于它充分汲取传统媒体和新媒体在各自发展过程中体现出来的优势,并通过融媒体的理念将其发挥至极致,倡导将传统媒体和新媒体的特点有机结合,而不是制造传统媒体和新媒体之间的竞争环境,从而导致其中任何一方受到竞争的冲击而被抑制发展或完全取代。正因为融媒体时代融合了不同种类的媒体介质,所以融媒体时代的信息传播价值和收益都要高于单一媒体的时代。

2 融媒体时代气象视频信息传播的优点

2.1 形式多样化,拉近受众距离

对于传统的媒体信息服务,公众已呈现疲劳,在如今的融媒体时代下,公众更渴望多样化的、轻松活泼的媒体信息形式。作为气象媒体,应该紧紧跟随融媒体时代发展的脚步,拓展气象视频信息传播的渠道,策划更多的活动,精心设计专题,增加点击、评论等互动形式,丰富媒体宣传方式,还可以对相关资料加以整合,方便公众更直观地了解气象信息,拉近媒体与受众之间的距离,帮助公众在日常生活中养成每日了解气象信息、提前做好防范准备的好习惯。

2.2 加快传播速度,扩大受众面

传统气象媒体传播方式缺乏较强的时效性,在如今

的融媒体时代,网络的传播速度和受众覆盖面是过去媒体无法想象的,曾经要经历几个小时甚至几天才能传播到位的信息,在如今的融媒体背景下,可能只需要几分钟便能传遍网络、普及到千家万户。气象媒体创立的本意,在于将气象的预测预警、灾害的宣传防范、日常生活的气象预报等以最快的速度告知公众,使公众有意识地在日常生活中做到提前防范,而融媒体是推动气象媒体发展的最好媒介,利用好融媒体,能够更好地为公众服务^[1]。

2.3 增加互动环节,提高服务意识

传统的气象媒体,停留在“我说你听”的状态,受众被动接收信息。而如今是信息化时代,公众对信息的接收方式不再限于过去的形式。手机移动网络的开发,使媒体信息服务走上了新的道路。公众已经成为主导者,接收信息的选择权在公众手中,气象服务媒体工作者应该意识到这一点,提高自身的服务意识,扩展服务渠道,利用融媒体时代下不同的信息传播方式,与公众有效交流互动。在移动网络端口增加与公众的互动交流,不但能够拉近双方距离,也能获得更真实有效的服务反馈,方便及时完善气象视频信息传播工作。

3 气象宣传科普工作面临的形势和挑战

3.1 气象宣传科普工作现状

近年来,气象宣传科普工作随着气象公众服务满意度的提高而逐渐得到认可,地方政府、气象部门内部、社会各界以及百姓对气象宣传科普的重视程度大大提高。在每年气象宣传科普的关键节点,例如3·23世界气象日、5·12防灾减灾日、科技活动周等,各级气象部门都会积极组织公众开展气象宣传科普“嘉年华”,对外免费开放气象台、气象科普展馆,通过设置气象科普展板、发放气象科普手册、开设科普知识大讲堂等多种形式普

及气象知识。气象部门也会积极联系当地新闻媒体进行直播或采访,深入幼儿园、小学等针对青少年儿童开展气象科普宣传。

3.2 缺乏专业团队运营,容易引发谣言

某些气象媒体工作重心依旧放在传统媒体传播模式上,对新媒体管控不足。没有安排专业的团队去运作新媒体,在新媒体上依旧按照传统方式运作,简单发布一些气象消息,导致某些信息在互联网传播中产生了偏差,最后出现谣言。这些谣言对公众造成了一定的负面影响,因为缺乏有效应对手段,气象媒体只能任由谣言在网络上发酵,媒体公信力也受到很大损害^[2]。

3.3 宣传科普内容不够亲民

由于信息传播的快捷性和方便性,人们的生活方式和思维方式已然发生改变,人们对气象信息的需求和关注度日益提高。气象科普的受众对象是对气象领域不熟悉或相对陌生的公众,而气象科普的重点在于“普”而不在于“科”,很多气象科普工作者往往无法完全准确把握这一概念。在很多情况下,会将科普内容的正确性、专业性、权威性发扬到极致,追求学术上的一丝不苟,没有考虑到受众对象的需求和感受。

3.4 形成融媒体思维,传播手段尚待开发

如今大多数气象媒体还固守传统思维,认为气象工作应该沿袭过去的工作形式,这样守旧的思路显然已经不适应现今的融媒体时代。公众更倾向通过移动网络进行信息接收。微信公众号等媒体形式方便直接,内容丰富生动,深受公众喜爱。气象媒体如果不能及时创新,必然造成气象信息发展狭隘,无法扩大影响力。

4 融媒体时代下气象视频信息传播的优化措施

4.1 内容要结合热点问题,科学合理安排宣传科普内容

在全球气候变暖的大背景下,极端天气气候事件和气象灾害趋多趋强。当发生灾害性天气、重要天气事件等热点问题时,可利用短视频发布快捷的优势,提前发布预报预警信息,指导公众科学、理性面对天气事件,树立正确的科学观。同时,充分利用气象热点问题的时效性和生动活泼、便于理解的短视频内容,及时把握公众最关注的要点和最真实的需求,及时、科学、有针对性地公众科普相应的气象知识,避免盲目宣传科普。

4.2 培养融媒体思维,进行多样化传播

气象视频信息工作媒体应培养融媒体思维,注重信息的多样化传播,可以从以下几种手段入手:

第一,借助互联网开发设计本土化信息节目。气象服务本身就是一方百姓生活息息相关,将气象服务面向本土化发展,可以保证当地群众能够第一时间接收到本

地区的气候情报,这样的服务才是真正地为人民服务。

第二,开发新栏目新产品,满足受众需求。作为融媒体,可开发的项目多种多样,不仅仅限于小程序,气象媒体应该活跃思维,增加不同信息内容,设计不同栏目,宣传气象知识。

第三,利用人工智能技术,减少人工成本,提升公众互动体验。作为专业的气象融媒体,眼光可以放到更远处,现在人工智能技术正在开发和调试阶段,是下一个引流风口,气象媒体行业完全可以引入人工智能技术,在一些重复性强的工作上减少人员投入。比如,常规咨询服务和一键式信息查询平台,都可以通过人工智能实现。

4.3 要紧紧围绕社会主义核心价值观

气象宣传科普工作是党的宣传工作的有机组成部分,也是气象事业的重要组成部分。自2018年以来,国家针对短视频平台内容进行集中治理,并且越来越多的政府机关及中央企业官方账号进驻短视频平台,在利用短视频传播气象信息和科普知识的过程中,短视频作者和运营者必须首先提高政治站位,必须坚持党对气象宣传工作的领导,创作内容要紧紧围绕社会主义核心价值观,本着求真务实的态度,积极响应国家主旋律,发布具有正能量的短视频,为公众树立正确的舆论导向^[3]。

4.4 专业团队运营,加强与受众的互动交流

作为一个专业的气象媒体,应该意识到融媒体在现今气象视频信息传播中的重要性,将工作重心转移到融媒体上,打造一个专业融媒体团队。这个团队不但要有气象媒体的专业精神,更要具备成熟运作融媒体的能力。专业的融媒体气象团队能够策划更多迎合公众喜爱的活动,加大传播力度,丰富传播手段,让公众更多地关注专业的气象视频信息,这不但能杜绝谣言的产生,更能增进公众对气象媒体工作的理解。

比如,今年3月,青岛市气象局“试水”网络直播,开展了主题为《“云游气象”,主播带您探秘气象黑科技》的融媒体直播活动。青岛全市气象部门的专家及工作人员当起了主播,用接地气的语言为在线观看的网友详细介绍了青岛气象历史、地面气象观测等气象知识,让受众零距离感受气象科技的魅力。

专业团队中要有专门负责和受众交流互动的人员,经常讲解气象知识,这样一来,当一个网络谣言产生时,气象媒体甚至不需要自己出面,忠诚的粉丝便能自发普及正确的气象知识,使谣言不攻自破。

4.5 内容要创新活泼,充分考虑公众阅读心理

在创作气象短视频的过程中,首先要保证短视频的

完整播放率,提高短视频内容的宣传科普效果,充分考虑公众观看短视频的习惯,快速抓住公众的好奇心。例如,将视觉效果最强的视频片段放在开始,充分调动公众的注意力,或利用具有推进式的情节,增强公众的代入感等^[4]。

结论:在融媒体时代下,气象视频信息传播有着形式多样化、传播速度快、互动性强、受众面广、与受众距离更近的优点,但也存在缺乏专业团队、未形成融媒体思维、容易出现谣言和传播手段不足的问题。为了解决这些问题,应打造专业团队,增强互动交流,采取多样化的传播手段,并应用人工智能技术。作为新时代的

气象媒体,应该利用好融媒体为公众服务。

参考文献

- [1]冉玉芳.融媒体时代公共气象服务信息传播渠道的变革[J].时代农机,2018,v.45;No.310,119.
- [2]王涵.浅析融媒体时代气象信息传播效益的实践[J].气象研究与应用,2019,v.40;No.208,111-113.
- [3]曹黎荔.融媒体时代气象科普工作的传播策略探究[J].传媒论坛,2019,v.2;No.34,65+68.
- [4]次仁德吉,方乐群,宗吉.融媒体时代气象服务信息传播渠道的变革[J].农村实用技术,2019,No.209,133.