

陈静怡,周毓,陈思静. 贵州气象融媒体发展现状及思考[J]. 中低纬山地气象,2023,47(4):108 - 112.

贵州气象融媒体发展现状及思考

陈静怡,周 毓,陈思静

(贵州省气象服务中心,贵州 贵阳 550002)

摘 要:随着时代和科技的发展、社会经济水平和人民生活水平的不断提高,气象服务的重要性愈发凸显,而公众对于气象服务的及时性、便捷性和多样性提出了更高的要求。在融媒体时代背景下,信息传播模式变得更加多元化,亟需顺应新的发展形势,研究融媒体传播渠道和运作模式。该文调研分析了全国气象融媒体服务开展情况,研究发现:气象融媒体对于提升气象信息传播的覆盖面和影响力效果显著;梳理了近年来贵州在气象融媒体服务方面开展的工作,挖掘其中的亮点、总结不足之处,并结合贵州气象高质量发展的要求,提出贵州气象融媒体发展设想,旨在为气象融媒体工作开展提供思路及参考。

关键词:融媒体;公众气象服务

中图分类号:G206 **文献标识码:**B

Development Status and Thinking of Guizhou Meteorological Media Integration

CHEN Jingyi, ZHOU Yu, CHEN Sijing

(Guizhou Meteorological Service Center, Guiyang 550002, China)

Abstract: With the development of the times and science and technology, and the continuous improvement of social and economic levels and people's living standards, the importance of meteorological services is growing. At the same time, the public put forward higher requirements for the timeliness, convenience and diversity of meteorological services. Under the background of the era of media integration, the mode of information dissemination has become more diversified. It is urgent to adapt to the new development situation and study the communication channels and operation mode of media integration. Therefore, this paper investigated and analyzed the development of the national meteorological media integration service, it is found that the meteorological media integration has a significant effect on improving the coverage and influence of meteorological information dissemination. This paper also combed the work carried out in Guizhou in meteorological media integration services in recent years, and excavated the highlights, summarized the shortcomings. Combined with the meteorological high quality development requirements of Guizhou, this paper put forward the development plan of Guizhou meteorological media integration, in order to provide ideas and reference for the development of meteorological media integration.

Key words: media integration; public meteorological service

0 引言

气象是科技型、基础性社会公益事业,气象工作关系生命安全、生产发展、生活富裕、生态良好,

做好公众气象服务工作意义重大、责任重大。随着移动互联网的快速发展,传统的公众气象服务不可避免地受到冲击^[1-3],公众对获取气象信息的及时性、便捷性和多样性提出了更高的要求。近年来,

收稿日期:2022 - 11 - 29

第一作者简介:陈静怡(1992—),女(苗族),硕士,工程师,主要从事气象服务及气象科普宣传工作,E-mail:chenjy0221@163.com。

贵州省气象声讯、手机气象短信和气象影视节目收视率等均呈现下滑趋势^[4],一定程度上影响气象信息传播的社会效益,亟需顺应新的发展形势研究融媒体传播渠道和运作模式^[5-6],推动气象融媒体发展,以扩大气象信息传播的覆盖面和影响力,更好地服务气象防灾减灾和满足人民美好生活的需要。

所谓融媒体,是将传统媒体(如广播、电视、报纸等)与新媒体(微博、微信、抖音、手机 APP 等)优化融合在一起,使单一媒体的竞争力变为多媒体共同的竞争优势^[7],做到资源共享、优势互补,从而实现传播效益最大化。

融媒体时代下,全国各省气象部门大力开展融媒体在公众气象服务中的应用^[8-9],并积极组建气象融媒体中心,打造丰富多样、公众喜闻乐见的气象服务产品。以“浙江天气”为例,浙江省气象局在 2018 年通过整合各融媒体资源和平台,打造了国内首个省级气象融媒体中心,各平台的阅读量和品牌影响力不断攀升,同年微博、微信粉丝增量均超 30%,抖音短视频累计观看人数超 80 万,联合上海、

江苏一同发起的网络互动活动,其微博话题阅读量达 2500 多万^[10]。

根据中国气象报社发布的全国气象新媒体、短视频影响力榜单,“浙江天气”、“上海天气”、“安徽天气”等较早发展气象融媒体业务的气象品牌名列前茅,可见气象融媒体发展对于扩大气象信息向公众传播的覆盖面和影响力效果显著,可助力气象服务“最后一公里”深化打通。

为进一步推进贵州气象防灾减灾和公众气象服务事业,本文深入调研分析了全国气象融媒体服务开展情况、贵州气象融媒体发展现状,并结合贵州气象高质量发展要求,提出了贵州气象融媒体发展设想。

1 全国各省气象融媒体中心建设及融媒体业务开展情况

全国 31 个省(自治区、直辖市)气象融媒体中心建设及融媒体业务开展情况见表 1。

表 1 全国各省气象融媒体中心建设及融媒体服务开展情况

Tab. 1 The construction of meteorological media integration center and the development of media integration service in all provinces

序号	地区	省份	融媒体中心	抖音	快手	微信视频号	今日头条	其它融媒体渠道
1	华北	北京	无	有	有	有	有	直播
2		天津	无	有	有	有	有	B 站
3		河北	无	有	有	有	无	
4		山西	无	有	有	有	有	
5		内蒙古	无	有	有	有	有	
6	东北	辽宁	无	有	有	有	有	学习强国
7		吉林	无	有	有	有	有	支付宝生活号
8		黑龙江	无	有	无	有	有	
9	华东	上海	有	有	有	无	无	
10		江苏	建设中	有	无	有	有	
11		浙江	有	有	有	有	有	企鹅号、大鱼号、网易号、一点资讯、学习强国等
12		安徽	有	有	有	有	有	企鹅号、大鱼号
13		福建	无	有	无	有	无	直播
14		江西	建设中	有	有	有	有	学习强国、一直播、斗鱼、网易、凤凰
15		山东	无	有	有	无	有	
16	华中	河南	无	有	有	有	有	
17		湖北	无	有	有	无	有	B 站、喜马拉雅
18		湖南	建设中	有	有	有	有	
19	华南	广东	无	有	无	有	有	
20		广西	无	有	有	有	有	大鱼号、斗鱼、凤凰网
21		海南	建设中	有	无	有	有	一点资讯
22	西南	重庆	无	有	有	有	有	
23		四川	无	有	有	有	有	
24		贵州	无	无	无	有	有	手机视频彩铃
25		云南	无	有	有	无	有	腾讯视频号

续表 1

序号	地区	省份	融媒体中心	抖音	快手	微信视频号	今日头条	其它融媒体渠道
26	西南	西藏	有	有	有	有	有	喜马拉雅
27		陕西	无	有	有	有	有	A 直播
28		甘肃	无	有	有	有	有	
29	西北	青海	无	有	有	无	有	直播
30		宁夏	无	有	有	有	无	
31		新疆	无	有	无	无	有	

1.1 全国各省气象融媒体中心建设情况

从表 1 可以看到,全国 31 个省(自治区、直辖市)已建有气象融媒体中心的省份有 4 个(上海、浙江、安徽和西藏),另外江苏、江西、湖南和海南 4 省气象融媒体中心正在建设中,其余 23 个省无气象融媒体中心。总体来看,华东地区在气象融媒体发展上领先于全国,这与当地经济发展优越,对气象行业投入较大有关。

通过调研了解,国内已建成或正在建设气象融媒体中心的省份,主要是参照人民日报“中央厨房”^[11]的理念对气象服务的组织架构作整合调整,并对业务职能重新分配。首先由气象服务首席挖掘并提出重点关注天气,然后由制作人员加工形成文字、图片、动画、视频等融媒体气象服务产品,最后由运营人员进行策划推广。此方法能够打破气象预报、服务、宣传、影视等各领域间的壁垒,深度整合各类信息资源,构建起气象服务信息的“中央厨房”。

1.2 全国各省气象融媒体业务开展情况

近年来,各地气象部门纷纷开设气象官方微博、微信公众号,并逐渐成为气象信息传播的重要渠道。2018 年 4 月,首批政务短视频账号在抖音推出,被称为“政务短视频元年”,各级政府将短视频平台作为舆论宣传和公共服务的新阵地^[12]。短视频以其“短平快”的传播特点,使气象信息传播更加便捷、多元^[13]。全国各地气象部门也紧紧抓住发展机遇,开通以抖音、快手为主的气象短视频账号,构建起“两微两号”为主的宣传矩阵,进一步扩大气象信息的传播度和影响力、提升公众气象服务水平。

据了解,全国大部分省份的气象部门于 2020 年前后开通官方抖音号和快手号,统计显示(表 1),除贵州外,全国各省气象部门(省级账号)均实现抖音号覆盖;黑龙江、江苏、福建、广东、海南、贵州和新疆未开通快手号;上海、山东、湖北、云南、青海、新疆未开通微信视频号;河北、上海、福建、宁夏未开通今日头条号。此外,各省还有一些其它的融媒体渠道,如 B 站、喜马拉雅、学习强国、直播等,值得学习借鉴。

2 贵州省气象融媒体发展现状

近年来,贵州气象部门创新传播渠道、整合传播资源、加大传播力度,不仅在报纸、电视、广播等传统媒体上优化传播内容、提升传播质量,同时不断探索传播新模式,入驻微信、微博、今日头条等新媒体平台,采取文字、图片、视频等多种形式,为公众提供权威、真实、具有价值的气象信息。截至目前,“黔气象”微信公众号粉丝数达 10.5 万,微博粉丝数达 41 余万,今日头条粉丝数达 2.3 余万。“黔气象”微博荣获年度贵州省十大政务微博,“黔气象”气象服务品牌影响力与日俱增,公众气象服务满意度连续 5 a 居全国前 10 位。

2.1 强化新媒体阵地建设,创建信息共享机制

组建省市县联动气象信息共享微信群,全省各级气象部门第一时间共享上传当地最新气象信息;组建贵州气象媒体群,强化内外联合宣传,密切关注社会舆情,直面热点话题,及时回应社会关切问题,用科学的声音引导社会公众。针对重大天气过程、季节天气特点等,及时通过新闻媒体通报会等方式开展宣传报道;组建跨行业跨部门微信联盟、贫困山区灾害性天气服务微联盟、多部门气象服务群,通过新媒体手段及时推送气象服务。

2.2 策划专题活动,加大整体传播效益

2019 年联合全省气象部门共同策划制作《知否知否,应是风雨无阻》宣传活动,通过歌曲改编、MV 拍摄等方式,以音视频的形式传递气象声音、弘扬气象精神,并在黔气象微信、微博等平台加大传播力度。此策划一经推出,微信公众号阅读量达 3.9 万,微博阅读量达 8.8 万。

2.3 与媒体联动,开启视频直播新模式

2020 年 5 月 8 日,联合贵州广播电视台开展以“高温打‘冰雹’,凉快一夏”为主题的人工影响天气科普宣传直播,首次实现双机位、双主持人、一端两微(动静贵州 APP,动静贵州微博,黔气象微博)同步直播、今日头条图文直播,累计观看人数达 10 万,高峰时期,同时在线观看人数达 3.5 万。

2021 年 12 月 9 日,联合动静贵州、百姓关注、

贵州交通广播3家媒体,邀请交管部门及路网中心专家,通过动静贵州、百姓关注、腾讯新闻等APP及多家视频号共同直播贵阳追雪,直播视频同步在腾讯新闻播出,2 h 累计观看60万人次。

2.4 打造“黔小象”卡通IP形象,提升科普宣传效果

以气象元素及日常生活为主题,设计与制作微信表情包,上架微信表情商城并完成“黔小象”卡通形象版权注册及商标注册。截至目前,已在微信表情商城上架“黔小象表情包”第一弹、第二弹,总发送量达5.2万,相较于2021年,目前微信公众号粉丝数已增加0.5万。黔小象表情包的上线改变了以往气象预警信息传播的局限性与复杂性,将气象预警信息编码为卡通人物搭配文字的设计,使气象预警信息传播变得多元化、可视化。

3 贵州气象融媒体发展存在问题分析

3.1 融媒体气象服务机制尚未建立,服务能力不强

传统媒体和新媒体业务各自独立,业务人员、办公区域尚未打通,资源和技术缺乏有效共享,融媒体服务机制尚未建立。气象影视节目、气象融媒体服务产品制作环境、设备落后,业务人员缺乏编导、拍摄、后期制作、节目主持、形象包装等方面的专业培训,团队整体服务能力有待提高。

3.2 融媒体服务产品形式单一,传播渠道有限

气象数据挖掘不够,图形和影音制作能力较弱,高质量的气象融媒体服务产品少。现有新媒体平台的日常发布内容以文字为主,图形、动画、视频等内容较少,缺乏创意主题策划,难以吸引受众眼球;其它媒体传播渠道,如腾讯视频、西瓜视频等,仅仅是将每日气象影视节目简单上传,没有根据不同的受众群体制作相应的融媒体服务产品,气象信息传播效果不佳。

全国绝大多数省份气象部门均已开通以抖音、快手、微信视频号为主的短视频业务,而贵州省级气象部门在2023年1月才开通“贵州气象”微信视频号,暂未开通省级气象官方抖音及快手号。

3.3 全省气象媒体各自为政,未能形成合力

全省各级气象部门的媒体工作仍较分散,缺乏统一的组织策划,各部门往往以自身关注点为导向传递气象信息,各级媒体之间缺乏协同合作和联动传播,传播合力未能充分发挥。

4 贵州气象融媒体工作发展设想

4.1 观念创新,整合资源

目前传统媒体迈向多媒体融合最缺的还是“理

念”,认识不足已成为传统气象媒体进行新媒体改造的最大障碍。媒介融合是未来媒介发展的大势所趋,在媒介融合的背景下,任何一种媒介形态都难以形成绝对传播优势,充分掌握每一种媒介的优势和特点,将新媒体与传统的媒体进行优势整合,才能够实现媒体的价值最大化,才能真正地走向融媒体时代。因此,对于传统媒体而言,越早转型,越早向新媒体融合进军,就越有未来,越有发展前景。我们应加快整合网站、微博、微信公众号、抖音、快手、直播等多元业务类型,根据原有传统媒体优势和媒体发展格局进行加工创意,实现不同内容分发的优势互补。

4.2 加快改革步伐,加大资金投入,加快技术研发应用,打造全媒体、跨渠道、一体化的融媒体气象服务业务平台

媒体传播方式的每一次变革,都与技术进步密不可分,推动贵州气象传统媒体与新兴媒体融合发展,必须以先进技术为支撑。目前,贵州省在媒体技术研发、应用、产品制作、传播媒介融合等方面还很滞后,新媒体的研发力量严重不足,下一步应紧盯技术前沿,瞄准和顺应互联网传播移动化、社交化、可视化的趋势,加强资金投入和人员技术培训,不断以新技术新应用引领和推动融合发展;加强省市协同、上下合力,打造一个全省范围内统一指挥、统一策划、协同配合的一体化融媒体气象服务业务平台,逐步实现全省气象信息的采集汇聚、策划调度、数据分析、内容生产、内容审核、融合发布和运营等功能,完成从上游的内容产品到中游的传输渠道,再到下游的产品及衍生产品的合理组合,达到资源的最优配置,致力打造一条高效互惠的全媒体传播链条。

4.3 根据新媒体特点打造有个性的气象节目

为了迎合新媒体受众的特点,应开辟有别于传统的适合新媒体的服务节目。根据新媒体互动性这一特点,最大可能地邀请受众参与到气象服务节目制作中来,树立“大资源观”的理念,充分吸纳民间资源、网络资源,从而让气象服务节目更丰富,题材更多样。每当有特殊天气过程或者热议天气话题时,通过天气网、微博、微信公共平台和手机客户端进行线上直播。在直播的过程中与观众充分互动,专家分析解说的时候让大众参与进来,根据受众感兴趣的问题和对信息的需求,进行现场的分析。有效调动受众“进入节目、设计节目、共筑节目”的主题激情和生产主动性,让节目在互动中创造性地发展和推动。

5 小结

贵州气象积极融入融媒体时代发展,取得了一些阶段性成效,但因体制机制及渠道融合等原因,对于融媒体传播气象信息的重要性认识不足,资金、人员投入不够,仍存在服务能力不强、传播渠道有限等问题,贵州气象融媒体发展任重道远。贵州事业高质量发展进入新阶段,对气象融媒体发展也提出新的要求与挑战,在今后的工作中应创新工作思路,破除体制机制障碍,坚持以用户为中心、内容为王,加大技术、资金投入力度,打通媒体渠道融合,努力打造全媒体、跨渠道、一体化的融媒体气象服务业务平台,进一步提升贵州气象融媒体服务水平,不断增强气象信息覆盖面和关注度,提升群众的气象服务获得感和满足感,践行防灾减灾第一道防线作用,更好地服务于“生命安全、生产发展、生活富裕、生态良好。”

参考文献

- [1] 刘立成,胡倩倩. 融媒体环境下气象短信发展的困境与突破对策[J]. 中国地市报人,2022(8):45-48.
- [2] 朱宝峰,胡瑞,章娜,等. 融媒体时代气象影视面临的危机与对策[J]. 农业开发与装备,2020(9):95-96.
- [3] 丁海清,黄莹霞. 融媒体时代气象服务信息传播渠道的变革[J]. 信息记录材料,2021,22(4):36-37.
- [4] 郑奕,周毓. 传统电视天气预报业务与新媒体融合发展的思考[J]. 贵州气象,2017,41(4):85-88.
- [5] 尚阳阳. 融媒体时代下气象视频信息的传播[J]. 记者摇篮,2020(9):105-106.
- [6] 王晨,胡亚,安娜,等. 新时代气象宣传业务融合发展思考与建议[J]. 新媒体研究,2020,6(11):77-79.
- [7] 巩建波,李威. 融媒体时代下如何做好气象科普[J]. 传媒论坛,2020,3(23):80-81.
- [8] 袁超,刘娟,刘丹妮. 融媒体时代天气如何玩转直播[J]. 浙江气象,2020,41(2):27-29.
- [9] 陈蕾娜,张程明,任美洁,等. 融媒体环境下打造气象服务品牌的思考[J]. 新媒体研究,2019,5(10):103-105.
- [10] 刘娟,张眉,徐海军,等. 浙江气象融媒体业务发展的实践和思考[J]. 浙江气象,2020,41(1):30-34.
- [11] 游立杭,曾颖婷,王彦琦. 融媒体气象信息传播模式设计——以福建为例[J]. 海峡科学,2022(7):80-82.
- [12] 金晨路,韩照全,何婧. 全国气象抖音号现状及“爆款”短视频影响因素分析[J]. 科技传播,2022(6):130-133.
- [13] 付铭. 融媒体时代下短视频在气象宣传科普工作中的应用思考[J]. 河北农机,2021(5):151-152.