

# Application of Converged Media in Meteorological Services

Baihe Ren

Hohhot Meteorological Bureau, Hohhot, Inner Mongolia, 010051, China

## Abstract

By analyzing the current situation, development trend and advantages of fuse media at home and abroad, aiming at the problems of poor timeliness, narrow coverage, and difficulty in meeting the public's demand for "weather forecast", this paper proposes that the meteorological disaster early warning information should be combined with the fusion media, and the obvious characteristics of super space-time, super region and strong two-way of fuse media should be used interactive, vivid image of the picture, information and text, and so on, so as to provide users with a variety of types, rich content, rapid dissemination, wider coverage and greater visualization of meteorological services.

## Keywords

converged media; meteorological information; transmission channel; public; meteorological services

## 融媒体在气象服务中的应用

任柏合

呼和浩特市气象局, 中国·内蒙古 呼和浩特 010051

## 摘要

论文通过分析融媒体在国际现状、发展趋势和优势特点,针对当前传统气象服务存在时效性差、覆盖面窄、公众对于“天气预报”的诉求难以得到满足等问题,提出气象预报预警信息与融媒体相结合,利用融媒体显著的超时空、超地域的特征与较强的双向交互性,生动形象地将各类气象信息以视频、图片、动画以及文字等相结合的形式进行传送,进而为公众和广大用户提供类型多样、内容丰富、传播迅速、覆盖面更广和可视化程度更大的气象服务。

## 关键词

融媒体; 气象信息; 传播途径; 公众; 气象服务

## 1 引言

现阶段互联网科技正处于快速发展的时期,手机、电脑等移动电子设备成为公众必不可少的工具,而随着社会的进步和时代的发展,人们对气象服务提出了更高的要求,邮件、短信、传真等传统的气象信息传播方式已远远不能满足人们对信息的实际需求。对于严重影响人们正常生活的灾害性天气,传统气象服务存在时效性差、覆盖面窄、公众对于“天气预报”的诉求难以得到满足等问题,导致气象服务水平的提升及相关业务的长远发展受到影响。

融媒体在气象服务中的应用旨在气象灾害预警信息与融媒体相结合,将气象服务“最后一公里”打通,使之不拘泥于文字形式,而是结合图文、视频等可视化的信息,利用融媒体显著的超时空、超地域的特征与较强的双向交互性,生动形象地把图片、信息以及文字等相结合,进而给用户提

供更多类型的服务,做到信息传播迅速,可视化程度最大化。同时,通过不同的渠道将服务信息传送给各类受众人群,提高人们的生活水平,更好地推动信息领域之间的合作与创新,促进气象服务朝着更好的方向迈进<sup>[1]</sup>。

## 2 融媒体的概念

融媒体是充分利用媒介或载体,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,使媒介或载体的功能、价值得以全面提升的一种运作模式。可以说,融媒体是一种实实在在的科学方法,既是在实践中看得见摸得着的具体行为,也是实现“资源通融源、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体。融媒体对外是一个单位,一个声音,一种效果。<sup>[2]</sup>

除此以外,广播、电视、网络转变为共同为一个项目互动服务的三种形式、手段和方法,价值上也会比单一媒体要

高得多, 公众对这种活动的认可度也大大提高。融媒体的重要意义在于理念的创新, 除了扩展对媒介既有的狭义理解之外, 还意味着对传统媒介产业链的延伸和创新。融媒体出现以后, 媒介的产业链不再局限于新闻生产、交换、消费等环节, 产业链的线条会因新媒体的加入而有新的变化<sup>[3]</sup>。

### 3 融媒体气象服务现状

融媒体从 2004 年发展的初级阶段开始, 可谓突飞猛进, 以喜闻乐见、平易近人的形式, 采用“使用 + 娱乐 + 互动”等多元化的模式逐渐引领当下媒体传播途径朝着更广泛、更新颖、更能迎合大众需求的方向发展。

目前, 传统媒体仍占据气象信息传播途径的主要位置。随着融媒体消费群体与日俱增, 中国气象局、中国北京市气象局、中国广东省气象局等中国范围内多个气象部门已大力开展融媒体在公众气象服务中的应用。2011 年起, 中国凤凰卫视, 中国北京卫视等多个电视台的天气预报节目引入新型“虚拟演播模块”节目模式。中国气象局所属的“中国气象局”官方账号粉丝量已达 419 万人次, 单日阅读量达到 100 万余次, 并获得“人民日报”“共青团中央”等国家级官方账号的关注与转发<sup>[4]</sup>。

### 4 融媒体气象服务的必要性

从中央到地方, 再到基层, 各行各业影响力强、交互程度高的融媒体不断涌现。其中, 以长微博、微信公众号论文、移动客户端等为代表的自媒体市场的社会影响力越来越凸显, 甚至已成为当前中国媒介生态一个重要构成部分。做为现代化的一种传播途径, 融媒体以数据化、可视化的媒体传播为主, 通过网络数字数据、移动工具、社交软件、数字媒体平台等形式进行传播, 这些新的传播方式对人们产生了巨大的影响, 移动互联网条件下融媒体大发展时代正在来临。因此, 建立融媒体模式下的公众气象服务体系势在必行<sup>[5]</sup>。

## 5 融媒体气象服务产品

### 5.1 所涉及的气象服务内容

(1) 各类气象要素的定义及其发生发展和各种天气现象对人类活动的影响等气象知识。

(2) 转折性、关键性、灾害性天气的预测、实况和可能造成的影响、损失的分析研究。

(3) 常规天气气候预测信息, 城市预报等适宜人们生产生活的天气条件分析。

(4) 防灾减灾科普宣传, 气象条件与各行业生产、社会活动和百姓生活的关系, 三性(灾害性、转折性、关键性)天气带来的影响及其防御知识宣传。

(5) 气象文明动态, 各类气象文明活动编辑。

## 5.2 融媒体在气象服务中的应用方式

### 5.2.1 虚拟演播模块

突破现有电视天气预报模式, 建立虚拟演播模块, 对天气预报节目的优势、劣势进行分析, 调整优化结构, 利用虚拟演播模块中的柱状、饼状、视频窗、全球云图、城市预报、气温曲线六大模块将气象预报产品深加工, 提炼出图文并茂、内容丰富、生动直观、灵活多样的气象信息传递给大众, 使其具备较高的可读性和可视性, 以吸引更多受众, 提高全社会对气象信息的关注度。

### 5.2.2 访谈类栏目

改变传统气象节目单一服务模式, 针对不同天气、节日特点拟定相应节目主题, 邀请社会各界积极参与, 内外结合, 以贴近百姓、互动交流、答疑解惑等通俗易懂的形式传播气象科学知识, 逐步加大气象防灾减灾的宣传力度, 提高气象服务的影响力和公信力。

### 5.2.3 局校联合建立工作室

以局校合作的模式, 引入当下最具创造力与感知力的学校人才, 结合学校的教学要求和学生特点建立气象工作室, 利用年轻人活力和扎实的知识储备吸纳更多有能力、有思想、有创新的人才, 开发新颖的视频题材与内容, 促进气象事业与人才教育共同发展。

### 5.2.4 打造多元化气象服务产品

利用各种编辑软件制作视频、文本、动画和图文并茂的气象服务产品, 丰富气象宣传形式, 根据受众需求提高气象服务的趣味性, 从而逐步扩大气象服务受众群体。

## 6 融媒体在气象服务中的应用

根据融媒体的特点, 分析各媒体的优势及所面对的群体, 根据产品的内容、形式和针对性, 对气象服务产品进行分类, 分门别类在电视、报纸、广播、微博、抖音、微信公众号、直播上发布, 如图 1 所示。

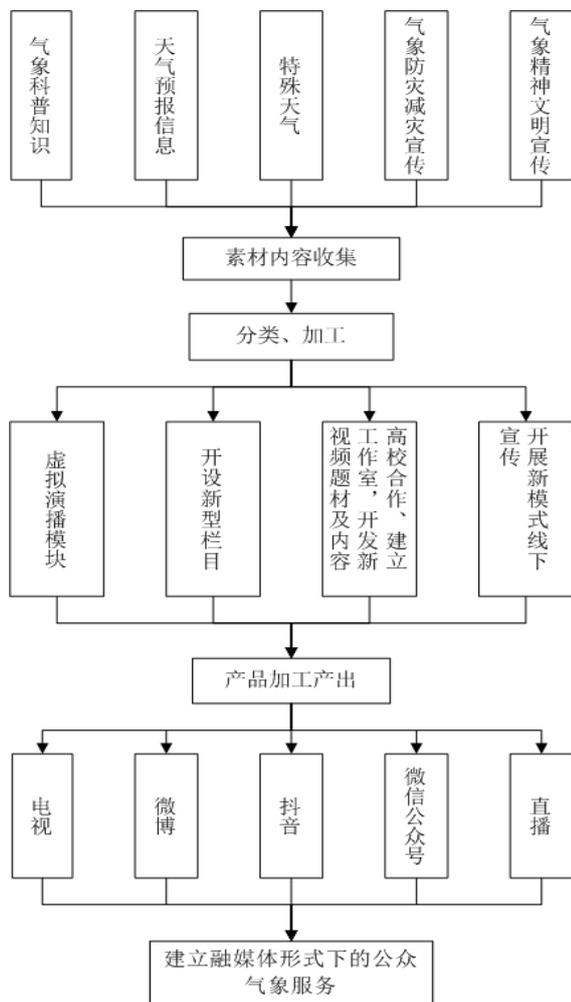


图1 气象服务中融媒体形式

## 7 开展融媒体气象服务的优势

(1) 提升天气预报的交互性、客观性和针对性, 提供内容丰富、精准易懂的气象信息, 更好为部门、行业、及公众服务。

(2) 与社会各界各部门强强联合, 让防灾减灾融入各行各业, 大幅度提高天气预报的公信力和深入感。

(3) 通过“两微一端”将气象信息以极高的时效性和平易近人、深入人心的模式第一时间输送到公众手中, 有效解决气象公众服务的“最后一公里”的问题。

(4) 融媒体气象服务的开展, 产生了气象服务“无所不在, 无处不有”的效果, 大大增加了气象信息的覆盖面。

### 参考文献

- [1] 张吕, 宋莉, 赵玉桥. 融媒体时代媒介应用型人才培养的实践与思考 [J]. 长沙大学学报, 2013(01):140-141+144.
- [2] 段文. 新媒体在气象科普宣传中的优势分析 [J]. 新媒体研究, 2016(19):50-51.
- [3] 黄煌. 浅析融媒体背景下的新闻采编之道 [J]. 采写编, 2016(03):23-24.
- [4] 孙博, 李丹. 融媒体时代广播节目的发展与创新 [J]. 记者摇篮, 2018(05):26-27.
- [5] 林莹, 朱琦. 融媒时代的品牌新传播 [J]. 中国广告, 2019(09):14-15.