

浅析新媒体环境下气象灾害报道的理念和方法

■ 张永宁 田曼

气象每时每刻都会产生大量的数据,当发生气象灾害时依然不例外。受众期待能及时“知情”,既包含了对信息传播速度的诉求,也有一种求真、求准的心理预期。

新媒体是一个相对的概念。每一项新技术的革新必然带来媒体传播环境和传播模式的巨大变革。移动互联网新技术的革新在为传统媒体环境注入新鲜血液的同时也在改变媒体环境。移动网络、智能终端等新技术的革新分流了传统媒体的受众,自媒体的崛起还改变了传统的单向传播模式,媒体和受众之间的关系正在发生变化。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第38次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2016年6月,我国手机网民规模达6.56亿,网民中使用手机上网的人群占比由2015年底的90.1%提升至92.5%,网民上网设备进一步向移动端集中。与传统的平面媒体、电视、网络PC端等媒体相比,当前互联网发展正在向移动端倾斜,衣食住行等各方面的需求都可以在移动端完成。媒体环境和社会环境的变化都给气象灾害新闻报道带来新的挑战 and 机遇,也是新闻媒体面临的重大考验。

1 气象灾害报道的现状和问题分析

气象灾害对社会和公众一般影响较大,具有重大新闻价值。经过几十年的发展,我国媒体对气象灾害报道的理念、模式、新技术的应用等都日渐成熟。但应该看到,在新媒体技术不断发展的情况下,我国的气象灾害报道依然存在着内容模式化、套路化现象,灾害报道传播方式比较陈旧,跟不上新媒体环境变化等诸多问题。

1.1 媒体反应相对滞后 重灾害报道轻预警信息

与其他突发灾害不同,气象灾害包括气象次生灾害大部分是可预知的,及时将预警和预报信息传达给公众,是尊重公众的知情权的体现,并能够提高公众防灾减灾的能力。追逐新闻现场是媒体的天然属性,而预报发出时与灾情出现会有一定的时间差,这时表面看起来“风平浪静”,难以引起综合性媒体的关注,因此从报道比例、位置编排等方面都不够理想。

灾害报道一般分为三个阶段:预警报道、灾中报道和灾后报道(图1)。媒体一般是“结果跟踪”报

道模式,较为重视灾害中和灾害后,对灾前的预报和预警信息重视程度严重不足。即使有,也一般是止步于照搬气象台的预报,内容相对同质化,较少有专业化且有针对性的深入解读。

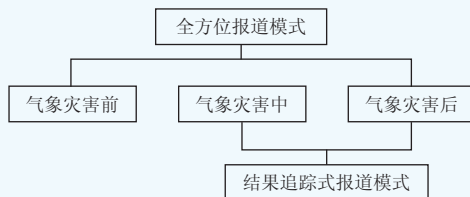


图1 目前媒体气象灾害报道的模式

1.2 媒体单兵作战报道 资源深度挖掘有限

由于部分媒体资源共享机制不完善,各自为政,在气象灾害报道时,往往多路记者同时报道同一条内容,造成大量信息资源浪费,给信息梳理带来困难,拉低媒体的运行效率,同时导致对报道资源的整合和有效挖掘方面难有作为,报道效果大打折扣。

在资讯和信息技术日益发达的今天,公众对气象灾害信息的接收渠道更多元,选择性更多,因此要求也越来越高。然而,很多媒体尤其是传统媒体在输出气象信息时依然较为保守,对网友关注的热点信息和气象需求视而不见,表现在信息输出渠道单一、信息内容刻板、信息传输方式维度单一,气象新闻报道存在着模式化、套路化现象,不够接“地气”。

1.3 新媒体技术利用不充分 对移动互联网重视不足

当前,虚拟现实技术、无人机技术、移动互联网技术等新技术和传播媒介发展日新月异,这些都有助于及时传递气象灾害信息,向公众第一时间播报气象灾害现场。然而,受限于平台技术水平、资金投入、专业人才等条件,目前国内在新闻报道中能够运用虚拟现实、无人机等技术的媒体单位有限,主要集中在新华社、中央电视台、门户网站等重量级媒体平台。大部分媒体在气象灾害报道时思维模式依然停留在传统媒体形态,继续以图、文、视频等传统报道形式,产品制作固守PC端传播方式,在移动端传播不能

满足公众不断变化的需求,影响了气象灾害信息的有效传播。

1.4 气象灾害报道的专业性有限 突发气象舆情引导不足

综合媒体的记者一般为非气象专业,气象知识比较薄弱,在报道中往往不注重专业性,甚至出现常识性错误,要么为了搏人眼球故意做“标题党”,要么进行夸大甚至歪曲性报道。新媒体时代,信息芜杂而且碎片化,公众难以甄别,往往导致气象灾害来临时谣言满天飞,严重影响信息的有效传达。

气象科普工作是气象灾害报道的一项重要内容。但是媒体对于气象科普的重视程度不足,尤其在利用新媒体科普等方面还有所欠缺。科普工作要么是太过专业未进行通俗化的转化,要么形式老套公众“不买账”,这些问题都严重影响了气象科普的效果。

2 新媒体环境下气象灾害报道理念

2.1 追求信息传播即时性

气象信息往往与社会发展和公众生活息息相关。当气象灾害来临,公众有权在第一时间了解真相。媒体需要时刻保持快速反应,及早介入。一般来说,“谁主动、谁主流;谁失语、谁边缘;谁抢先、谁领先”,这样不仅能及时有效传递气象信息,增加信息的透明度,提高社会和公众防范气象灾害的意识和能力,还能有效抑制各种流言的发生,维护社会的稳定。

天气预报不断更新,气象灾害的信息也随时在变化,前几个小时的预报可能很快会过时,刚发布的新闻可能很快被新的消息替代。在灾难面前,每一条最新消息都对社会和公众有巨大影响。媒体需要保持对新闻的敏感性,全程介入,不断实时追踪并发布最新消息,充分保证公众的知情权这一基本权益。

2.2 增强信息传播互动性

在传统媒体背景下,公众对信息的接收方式是被动的、单向的。因此,常常会出现信息不对称的情况,导致公众对气象灾害的信息理解出现偏差。

在新媒体日益发达的今天,公众对信息的接收有多种选择,同时公众也是信息的发布者。尤其是在灾害现场,媒体记者可能不如当地的群众信息掌握得迅速、准确。近几年来,多个社会重大事件都是在微博、微信等社交媒体经网友爆料,引发社会的强烈关注。在气象领域,会发生一些突发性的灾害性天气事件,媒体要增强双向互动传播的意识,与网友保持良好的互动,实时关注网友的需求变化,同时让现场网友的爆料作为新闻线索来源,提高传播的针对性和有

效性。

2.3 信息传播形式适应新需求

如何让信息传达得更有效?网友对以往形式单一的“填鸭”式的报道已经逐渐不感兴趣。在讲求个性化的时代,媒体应及时转变思路,拥抱新媒体技术,加强创新的步伐,加大资源整合力度,制作出公众易于接受的报道产品,增加受众对媒体的认同感。

3 新媒体环境下气象灾害的多媒体互动报道

3.1 建立专业的多媒体直播报道模式

面对突发事件,直播是最快速有效地将信息传递给公众的方式。直播模式易操作、内容丰富,更新快。气象灾害往往持续时间短、突发性较强,致灾力强,易受到广泛关注,适合使用直播报道模式。

在一个直播专题中一般包括几个模块,标题、摘要、正文、评论、互动等,其中正文中有图片、动画、文字、视频等形态的信息,相对传统大而全的专题更倾向于轻操作,以便在突发事件中抢得先机。

2014年10月起,中国天气网开始通过直播专题形式报道重大气象灾害,并不断在用户体验和内容发布等方面进行优化。公众和其他媒体对这种权威与及时兼具的报道模式很认可,浏览量呈现明显上升趋势(图2)。

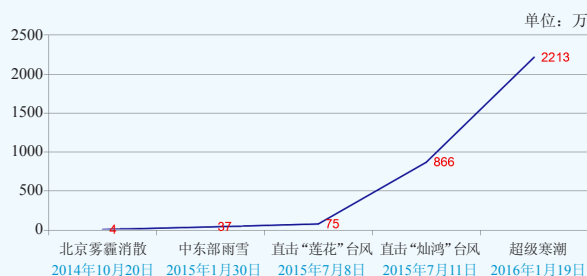


图2 气象灾害直播报道传播效果

除了传统的图文直播,视频直播成为当下互联网传播最热门的领域之一。视频直播具有时效性强、真实感强、参与感强等特点。各大媒体纷纷在高关注度的气象灾害报道中推出视频直播。2016年第1号台风“尼伯特”侵袭我国期间,腾讯网和中国天气网联合针对这次台风进行视频直播,在腾讯新闻客户端直播频道中,气象专家用一个多小时的时间实时带领网友追踪台风登陆全过程。直播过程中,专家不仅分析台风的最新动态,还会实时与网友进行互动回答提问,传播效果显著,总计在线观看人数超百万。

3.2 建立多方多级联动报道模式 革新报道形式

气象灾害报道一般有较强的专业性,综合类媒体

和气象专业类媒体可整合资源，互换报道资源，综合类媒体的报道中可多增加专业的分析，专业类媒体需要发布灾害现场的信息，双方争取报道内容全面、优质。例如，2016年在台风等专业性较强的气象灾害报道中，凤凰网嵌套使用中国天气网直播专题，凤凰网增强了台风报道的权威性，中国天气网扩大了台风信息传播的渠道，提高了气象灾害服务的效果。

目前，虚拟现实技术、无人机技术、移动互联网技术、电子地图等日益在各种重大报道中被使用。很多新闻客户端通过图文、短视频、动画、动漫、游戏等形式呈现新闻报道，实现了一维到多维，可读到可视的服务转换。在2016年报道安徽等地洪灾过程中，财新网VR实验室用VR新闻的形式全景式、沉浸式地报道了肥西县三河古镇受灾情况，公众对当地的灾情有了更深刻的印象，为气象灾害报道提供了新的视角。中国天气网利用超文本标记（html5）技术制作了基于手机的台风测距产品，当台风来临时，网友可以实时查询台风与所在地的距离，并与其他网友所测得的距离进行比拼排序，此外，产品还能提供台风导致的强降雨的预报，产品互动性和实用性兼具，公众更易理解和接收台风信息，做好防御工作。

3.3 建立多端发布的融媒体报道模式

融媒体时代带来传播方式的多样性和互补性，可以实现报道的全方位、高速度、贴近性，点面结合，报道的角度更为宽泛。在气象灾害报道中，媒体可充分利用新媒体发展技术，拓展媒体报道矩阵，将报纸、广播、电视、网站、微博、微信、app客户端统一排兵布阵。在整个报道过程中不同的媒介形态各司其职，满足公众对信息不同时段的不同需求。微博、微信等负责实时发布滚动信息，与公众保持互动，收集报道舆情，指导报道随时调整引导舆论。app客户端和网站等分别在移动互联网和PC端为公众提供较为全面的长文信息。被称为传统媒体的报纸、广播、电视则会为公众提供较为深度的报道，尤其是到了灾害报道的后期，公众会希望从碎片化的信息中整体把握事件的来龙去脉和最新走向。

建立融媒体报道的模式，统一采集素材，节省人力物力，根据不同发布端的特点进行内容加工，最后多元分发，从而满足不同用户的使用需求。目前多家媒体都在推行全媒体融合路线，实现所有信息生产的“一次采集、多种生成、多元传播”，生产管理运行一体化。例如，早在2014年10月，《光明日报》就成

立了融媒体中心，将分散在传统媒体和新媒体部门的内容资源、采编队伍、采编资源、采编发流程、产品形态、传播渠道、技术解决方案、市场对接等都融合到一个统一的平台上来。《光明日报》报业集团所属媒体记者在各地采访的新闻报道汇集在这个平台，再经过配图、视频编辑、FLASH制作等加工环节，发布到报纸、网站、手机客户端、微博、微信等不同的媒体渠道，实现报道的全媒体、全方面覆盖。

3.4 着重打造气象灾害精确报道 建立有效报道机制

气象科技的发展日新月异，在进行气象灾害报道时媒体可以充分利用最前沿的气象观测技术进行传播，充分体现气象科技发展的水平和能力，目前气象媒体使用较多的有卫星监测产品和气象数据可视化产品。例如，每当台风到来时，中国天气网会发布风云卫星在几百千米到几万千米的高空拍摄的台风卫星云图，云图上台风的结构、形状、运动路线等重要信息一目了然。

建立气象灾害精确报道业务，需要重视灾害报道的长效机制建设，将报道模式规范化、流程化。建立灾害天气报道应急响应等级制，根据灾害的严重性、天气预警级别、影响范围、影响区域可将灾害性天气报道分为一般、重大、特别重大3个等级，每个等级对应一定的报道内容和措施，及时根据天气预报进行预判，一旦达到报道等级标准，就立即打破编辑部的常规运行状态，进入应急状态，全员根据分工，按照新的流程和规范进行报道。

此外，气象灾害的人才队伍建设需要加强，通过内部培训、外部交流、报道演练等方式打造一支“招之即来，来之能战，战之能胜”的报道队伍。除了专业人员，气象灾害报道还应培养“编外”记者——通讯员，他们分散在世界各地，可第一时间提供天气线索和资料。

深入阅读

- 陈力丹. 1998. 论针对我国当代舆论特征的媒介引导. 新闻大学, (1): 10-13.
- 张立. 2015. 2014—2015中国数字出版产业年度报告. 北京: 中国书籍出版社.
- 中国互联网络信息中心. 2016. 第38次中国互联网络发展状况统计报告. 中国互联网络信息中心. http://www.cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/2016/201608/t20160803_54389.htm

(作者单位: 中国气象局公共气象服务中心)