

海洋预报与气象预报的电视节目对比研究

严俊¹, 洪萍², 蒋熾钦¹, 谢佳洁¹

(1. 浙江省海洋监测预报中心 杭州 310007; 2. 杭州市气象局 杭州 310051)

摘 要: 电视是气象和海洋预警信息发布的首要阵地, 相对于收视率较高且发展迅速的气象预报电视节目而言, 海洋预报电视节目收视率较低且发展缓慢, 无法满足海洋预报和海洋灾害预警信息发布的要求。当前对气象预报电视节目的研究很多, 对海洋预报电视节目的研究却很少。文章梳理了气象和海洋预报电视节目的发展历程及现状, 并对两者进行较为全面的对比分析, 同时借鉴气象预报电视节目发展的经验, 提出促进海洋预报电视节目发展的合理化建议。

关键词: 气象预报; 海洋预报; 电视节目; 收视率

1 引言

海洋预报与气象预报同为国家的基础性公益服务事业, 对社会经济和百姓生活都有着极为重要的意义, 尤其是在气象灾害和海洋灾害的防御和灾后恢复上有着不可替代的作用。根据职能分工, 各级海洋、气象预报机构每日通过报纸、电视、广播、短信、网络等媒体平台向社会公众及时发布预警产品, 为防灾减灾和生产生活提供信息参考。在所有的媒体平台中, 电视由于其传播迅速、权威性强、声像结合、老少皆宜, 当前仍然是人们接收预警信息的主要渠道。在传媒业发达的美国、日本等国, 电视早已成为社会危机管理系统中最为重要的信息传输方式, 有气象灾害、地震等灾难发生时, 人们习惯从电视上获取最新的消息^[1]。

各级气象、海洋预报机构也因此把电视作为信息发布的首要阵地, 陆续推出本级区域的海洋预报或气象预报电视节目。和气象节目相比, 当前海洋预报电视节目知名度和收视率均较低, 在如今电视媒体普遍强调收视率和经济效益的大背景下, 海洋预报电视节目发展缓慢, 无法满足海洋环境预报和灾害预警信息发布的要求。

本研究通过对比分析气象和海洋预报电视节目在发展历史、受众群体、外力支持、机构队伍、播出平台、节目类型、科研能力等几个

方面的不同, 力图为促进海洋预报电视节目的发展给出合理化建议。

2 发展历史

1980年7月1日, 我国首次在央视新闻联播节目中播报天气预报, 采用气象图表资料加字幕配音的方式, 传播8个城市的气象信息, 迈出了我国电视气象节目的第一步^[2]。1981年10月1日, 中国气象局和中央电视台合作, 首次推出了独立的天气预报节目, 紧随中央电视台《新闻联播》之后播出。1993年3月1日, 中国第一位天气预报电视主持人走上了荧屏^[3]。1996年初, 中国气象局和广播电影电视部联合下发的《关于进一步加强电视天气预报工作的通知》, 促成了我国气象影视产业的大发展^[4]。随后, 全国各省、市、自治区的气象部门也开始陆续建立了电视天气预报节目制作系统, 制作电视天气预报节目在当地电视台播出。2003年7月, 央视新闻频道推出《天气·资讯》节目, 将我国电视气象节目带入一个崭新阶段。《天气·资讯》在节目内容上不仅包括天气预报、出行参考、气象天文知识, 还将气象融入旅游、健身、住房、饮食、家居之中, 甚至插入一些相关的电影片段增加效果感^[2]。2006年5月18日, 中国气象局华风气象传媒集团开播了数字有线电视付费频道——中国气象频道, 专业从事气象类信息的播出^[5]。

海洋预报电视节目起步稍晚,1986年7月1日,国家海洋环境预报总台的海浪预报正式在中央电视台播出,节目长度为1 min,主要预报内容是我国近海、日本海、菲律宾以东和关岛附近海面的海浪形成的浪区和海浪浪高数据等预报产品^[6]。随后,部分海区预报中心、中心站相继与当地电视台建立联系,依托电视台的节目制作力量,定期或不定期地制作播出海洋预警信息。2002年5月,挂牌成立不到半年的浙江省海洋监测预报中心在浙江卫视固定时间段播出浙江所辖海域的海洋环境预警电视节目。之后,福建、江苏等省级海洋预报机构相继成立,并通过当地电视台发布所辖海域的海洋环境预警电视节目。

从发展历史上看,气象和海洋预报电视节目的起点和起步时间相差不大,但气象的发展步伐更大、速度更快,更已开播了专业气象频道,使我国成为为数不多有专业气象频道的国家之一。

3 受众群体

气象影响每个人的日常生活、工作和出行,气象预报节目自登陆电视起,就受到广泛关注,节目受众几乎覆盖了社会中所有群体,其影响力和收视率常年高居不下。2003年初,中国社会科学院系统研究所等机构完成的“2002年全国电视观众抽样调查”显示,气象预报电视节目高居电视节目类型排行榜的首位^[7];2004年,央视——索福瑞媒介研究发布的《中国数字电视报告》中显示,93.57%的观众会从电视中获取天气预报信息,73.95%的观众认为电视是获取天气预报的最主要的途径,58.91%的观众几乎天天看电视里的天气预报^[8];2009年,中国气象局与国家统计局联合完成的公众气象服务调查表明,我国每天有10亿公众接收气象信息,电视是公众获取气象服务的最主要手段^[7];截至2012年4月30日,中国气象频道在全国30个省、市、自治区的294个地级以上城市落地(含地级城市),覆盖数字电视用户数约7000万户^[5]。

海洋环境状况的好坏将对海上生产、出行、游玩等的特定群体产生影响,但对其他群体没

有直接影响,因此其他群体特别是广大内陆区域的人们很少关注海洋预报信息。当前,国内尚未有研究海洋预报电视节目的影响力和收视率的公开报道,其相关数据尚不得而知。根据浙江省2012年在沿海14个县市针对社会公众开展的海洋预报公共信息服务问卷调查的情况来看,有75.7%的调查对象表示收看过海洋预报电视节目,有57.4%的调查对象表示日常非常关注或关注海洋预报信息。

由此可见,在浙江沿海地区,海洋预报电视节目还是有较好群众基础和影响力的。但由于受当前收视率调查方法的局限,根据浙江省广电集团的反馈,从全省范围的收视率调查情况来看,海洋预报电视节目影响力弱、收视率低也是不争的事实。就全国沿海地区而言,情况也是大同小异。

显然,气象预报电视节目的受众群体和影响范围广大,为全国的“一个面”,而海洋节目的受众群体和影响范围就小很多,基本为沿海的“一条线”,这也是两者收视率差距甚大的根本原因。

4 政策支持

1994年8月18日颁布实施的《中华人民共和国气象条例》第十七条明确规定“广播电台、电视台以及其他广播单位,应当保证气象预报节目的定时播发”,2000年1月1日起施行的《中华人民共和国气象法》第二十四条进一步细化规定“各级广播、电视台站和省级人民政府指定的报纸,应当安排专门的时间或者版面,每天播发或者刊登公众气象预报或者灾害性天气警报”,这些法律条例的实施,为气象预报节目在电视媒体中的播出和推广打下坚实基础。此外,《关于进一步加强电视天气预报工作的通知》《中国气象局关于进一步加强气象宣传工作的意见》等部门文件的出台极大地推动了气象预报电视节目的发展壮大。

长期以来,海洋预报电视节目的发展靠海洋行政主管部门扶持和相关从业人员推动,缺乏国家政策支持,节目在电视媒体中播出工作开展困难。这种情况到2012年才有所改善,2012年6月1日施行的《海洋观测预报管理条

例》第二十四条明确规定“沿海县级以上地方人民政府指定的当地广播、电视和报纸等媒体应当安排固定的时段或者版面，及时刊播海洋预报和海洋灾害警报”，这无疑为海洋预报电视节目在沿海各级政府指定电视媒体的播出扫清了障碍。

国家政策的支持，是制作播出气象和海洋电视节目的基础。在电视媒体越来越强调收视率和追求经济效益的环境下，相对低收视率和公益服务性质的海洋预报电视节目需要来自行政主管部门的支持，才能迅速发展。

5 机构队伍

经过多年发展，气象预报电视节目的制作机构现已遍布全国，形成国家、省（市、自治区）、市、县四级架构体系。截至2006年，已建有国家级气象影视（含电视）制作机构1个，省级31个，地市级320多个^[9]。国家级节目的制作由中国气象局直属企业华风气象传媒集团承担，华风拥有国内最强的气象影视制作力量，拥有500多人的庞大技术队伍^[10]，配备了全系列的尖端影视制作设备，其为凤凰卫视制作的“凤凰气象站”节目代表了当前国内气象类影视节目的最高水平，牵头举办的两年一次的“华风杯全国电视气象节目观摩评比活动”更是促进了各机构间的交流合作，提高了气象电视节目的整体水平；省、市级电视节目制作由各省、市气象局直属气象服务中心或气象影视中心等专职机构承担^[10]，其技术人员专业完备，人员数量和业务量相衬，省级人员数量较多，多的如福建有80多人^[11]，少的如青海也有20多人^[12]，市级技术人员数量相对较少，一般有10多人，省级和大部分市级机构都配备整套先进影视制作设备，建有演播室，制作主持人出镜的节目^[13]；县级电视节目制作地区差异较大，一部分条件好的县级气象局配备人员自行制作节目^[14-15]，甚至少部分县局建有演播室，制作主持人出镜的气象电视节目^[16]，一部分条件差的县级气象局则引入集约化制作模式，由市级气象局代为制作节目^[17-18]；另一部分则由当地电视台制作^[19]。

当前，海洋预报电视节目的制作多由海洋

预报机构承担，但数量少、力量薄弱，尚未形成体系。国家级的情况较好，国家海洋环境预报中心下属公共产品服务部（海洋影视中心）拥有近20人的专业技术队伍，以及完整先进的节目制作设施，建有演播室，并在旅游卫视上实现主持人出镜；沿海省级（含直辖市）仅有辽宁、浙江、福建、海南等制作播出海洋预报电视节目，其中浙江和福建有专职制作机构和成套软硬件设施，但专职技术人员数量较少，情况最好的福建也不到10人，只有福建和浙江推出有主持人的节目，其他机构有的是专职播音员幕后配音，有的则只能靠电脑语言库为节目配音；市、县级仅有厦门、宁波等个别沿海市和象山、岱山有播出海洋预报电视节目，但无专职技术人员，节目制作由当地电视台或气象台完成，海洋预报台仅提供预报信息。

专职机构的缺乏，致使海洋预报电视节目的制作无法形成规模化效应，各制作机构只能独立运作，各自发展，彼此之间缺乏交流合作，无法形成上下联动和宣传合力，致使海洋预报电视节目数量少、公众认知度低。

同时各级机构专职人员数量和装备水平普遍偏低，多数省级海洋机构的人员数量及软硬件设施尚不如市级甚至县级气象机构，这也导致海洋预报电视节目的品质整体上也不如气象节目。

6 播出平台

除中国气象频道每天滚动播出气象预报信息外，气象预报电视节目还覆盖了国内其他大部分电视频道，播出时段多数占据了新闻栏目或热播影视剧前后的黄金时段。华风气象传媒集团在中央电视台（10个频道）、新华社、旅游卫视、中国教育频道、凤凰卫视、阳光卫视、中华卫视以及中央人民广播电台等22个频道播出，首播节目达130多档，每天19时31分左右在中央电视台播出的《联播天气预报》节目更是家喻户晓^[5]；省级电视节目的电视频道覆盖率比较高、日播节目档数多^[20-23]。以浙江省气象服务中心为例，其制作的气象节目已实现浙江省内8个省本级电视频道全覆盖，每天多时段播出14套节目^[24]；市级气象电视节目的电视

频道覆盖率也较高^[25], 以杭州市气象服务中心为例, 其制作的节目在杭州电视台 6 个频道、公交移动电视中播出, 节目总量 11 套, 实现杭州本级电视频道气象节目全覆盖^[26]; 县级气象电视节目也基本覆盖了县本级 1 个以上主要电视频道。

海洋预报电视节目的播出频道数量远少于气象节目, 且播出时段较差, 近半数都在午间或深夜, 收视率低。国家级的情况较好, 海洋预报节目每日在 CCTV-1 新闻、CETV-1、旅游卫视 3 个频道上播出, 节目总量 5 套; 省级的播出平台更少, 当前仅有浙江和海南在 2 个省级频道中播出节目, 日播的节目套数也只有 1~3 套; 市级则一般只有 1 个播出频道, 日播节目 1 套。

同级海洋预报电视节目的播出平台数远少于气象节目, 已播节目的播出时段差, 除去政策支持力度弱的外部原因外, 其内在原因在于收视率低, 也没有经济效益, 电视台没有播出动力。而播出平台少、播出时段差又反过来阻碍了观众认知度和收视率的提升。

7 节目类型

气象电视节目发展至今, 其内容和形式已非常丰富和多样化。播出内容从原始的气温、风力、风向、能见度、气压、湿度、降水、天空状况等的气象要素预报信息, 发展延伸出晨练指数、穿衣指数、洗车指数、通风指数、人体健康指数、防晒指数、森林火险等级等各种生活指数预报; 风格上既有严肃庄重的新闻播报, 也有平实亲民的生活化解说, 甚至为迎合当前电视节目整体娱乐化的趋势出现了轻松活泼的娱乐化主持^[27]; 包装上既有简单的图文展示, 也有炫目的三维特技, 甚至有采用最新影视科技的虚拟前后景应用; 节目名称上也不局限于“气象预报”或“天气预报”的固定称谓, 根据不同电视频道定位和节目内容, 换之以“天气资讯”“旅游气象”“生活气象”等名称。根据陈阳的研究^[28], 气象电视节目按照内容服务功能, 可分为天气预报类、资讯新闻类、生活服务类、文体娱乐类、综合杂志类等, 按主持人风格可分为气象专家型、知性稳重型、青

春时尚型、娱乐偶像型等, 按照节目播出时段可分为早间气象、午间气象、晚间气象、夜间气象等。

近年来, 为满足观众不断提高的信息获取和审美需求, 海洋预报电视节目也努力在内容和形式上求新求变。播出内容从原始的海浪、海流、潮汐、海水温度等的水文要素预报信息, 逐步扩展到航线舒适度、海水浴场游泳指数、海钓指数、滨海旅游指数等生产生活指数预报; 风格上基本是严肃的信息发布; 包装上则努力向气象部门看齐, 逐步应用了一些先进影视科技和包装手段, 如引入三维地图、主持人出境讲解等; 节目名称上仍以“海洋预报”的表述为主, 仅有国家海洋预报中心在旅游卫视上推出“滨海旅游”“全球滨海”等针对特定人群的节目。

节目的不同内容和类型, 迎合了不同电视频道和不同收视人群的需求。和气象预报电视节目相比, 海洋预报节目在节目内容生活化和节目类型多样化上还存在明显差距, 这也是收视率低的原因之一。

8 研发能力

经过 30 多年的发展, 气象部门培养了一大批既懂气象又通电视传媒的专业技术人员, 积累了丰富的节目制作经验, 节目制作紧随电视媒体的发展、密切贴近百姓的需要, 在气象科学和电视艺术的结合上做了很多有意义的探索和实践, 策划、制作播出了很多优秀的气象电视节目, 也催出了许多有价值的论文。这些论文一定程度上反映了当前国内在气象电视节目制作领域的技术水平和研发能力。

本研究利用中国知网进行检索, 检索结果有 706 篇论文, 与气象预报电视节目相关的有 686 篇。这些论文探讨和研究的方向非常广泛, 涵盖了气象预报电视节目设计、制作和传播的每一个环节, 既有非线性编辑系统、灯光布局、演播室系统、三维动画、虚拟技术等硬件设备和软件系统实用技术的应用, 也有气象电视节目定位、策划、设计、包装, 编导艺术、主持艺术、语言艺术等思路、方法和理论的研究, 还有关注气象电视节目的品牌建设、服务价值、

人文关怀、行业发展等方面的思考,也有气象电视节目内插广告的创意、营销、价值等方面的分析。发表论文的期刊种类繁多,达126种,主要有两大类期刊:一类是气象类专业期刊,如《气象》《气象研究与应用》《沙漠与绿洲气象》《气象与环境科学》等;另一类是传媒类专业期刊,如《中国广播电视学刊》《广播与电视技术》《电视研究》《影视制作》《新闻前哨》等,其余还有科技信息类、农业类、计算机应用类等期刊。

而与海洋预报电视节目相关的只有6篇,远少于气象。其中有5篇是关于海洋预报电视节目制作技术的,1篇是回顾海洋预报电视节目发展的,在研究深度和广度上也远不及气象。5篇发表在《海洋预报》期刊上,1篇发表在《软件》期刊上。

以上数据的巨大差异,一方面证实了海洋预报电视节目制作机构、从业人员的缺乏;另一方面也说明了海洋预报电视节目制作播出在理论研究、技术积累和创新上已远远落后,不能紧跟电视传媒的飞速发展,整体节目品质提高没有足够技术力量支持。

9 结论建议

通过以上7个方面的对比分析,本研究认为,政策支持力度小导致过去海洋预报电视节目发展缓慢、播出平台难以拓展,而受众群体少则是海洋预报电视节目收视率低的根本原因;播出平台、专职机构和技术人员缺乏,使得海洋预报电视节目数量少、公众认知度低、研发能力弱、节目类型相对单一、节目品质提高后劲不足,无法紧跟电视媒体的发展,无法满足观众的收视需求,这也进一步阻碍了收视率的提高。由此,提出几点加快海洋预报电视节目发展、提高节目收视率的建议:

(1) 在《海洋观测预报管理条例》施行的支持下,加强对政府和公众宣传,努力拓展海洋预报电视节目的发布平台,已制作播出节目的预报机构应争取增加频道、调整时段,委托电视台制作的预报机构应争取节目的制作权,其他预报机构应争取在本级电视频道播出海洋预报电视节目。

(2) 以国家海洋环境预报中心为核心,沿海省级海洋预报机构为骨干,建立全国海洋预报电视节目制作体系,整合各方技术力量,加强相互交流合作,共享资源,形成合力。

(3) 参照气象部门的经验和做法,条件好的市、县级海洋预报机构配置设备和人员,自行开展节目制作,条件不具备的由省级或市级代为制作,形成全国沿海一线海洋预报电视节目全面开花的局面。

(4) 已开展节目制作的预报机构,应加强专职人员队伍建设,提高人员专业技能,紧跟电视媒体的发展,结合当前海洋开发利用热点,深入挖掘海洋预报和经济社会及百姓生产生活的关联性,开发基础海洋预报的衍生产品,从节目内容和形式上寻找创新点和发展点,制作贴近观众需要的节目,强化节目风格和品牌意识,提高节目包装质量,全面提升节目品质,吸引更多人群特别是非涉海人群的关注,从而提高节目影响力和收视率。

参考文献

- [1] 罗桂湘. 气象灾害电视报道策划[J]. 气象研究与应用, 2007, 28(2): 78-80.
- [2] 兰鑫. 浅谈电视气象节目的发展[J]. 科技信息, 2011(22): 683.
- [3] 胡云丽, 陈斌. 电视气象节目的发展现状[J]. 新闻爱好者, 2010(2): 78-79.
- [4] 刘爱萍. 气象影视发展中的问题与思考[J]. 安徽农学通报, 2006, 12(5): 39-40, 46.
- [5] 华风气象传媒集团. 企业简介和文化[EB/OL] (2013-02-21) [2013-06-10]. http://www.tvhf.com/about/node_160.htm. /2013-02-21.
- [6] 李英. 海洋环境预报电视节目制作与回顾[J]. 海洋预报, 2005, 22(Z1): 183-188.
- [7] 黄峥. 服务为王, 央视创建专业气象频道势在必行: 中西方电视气象节目之比较[J]. 声屏世界, 2004(2): 55-57.
- [8] 罗桂湘. 新媒体环境下气象影视创新与发展[J]. 气象研究与应用, 2007, 28(Z2): 165-166.
- [9] 郭金. 揽气象万千风云 创华风精彩品牌: 华风气象影视信息集团打造中国气象影视航母[J]. 中国经济周刊, 2006(23): 42-43.
- [10] 朱定真, 张映丽. 我国气象影视人才的现状及其

- 出路[J]. 青海气象,2010(3):47-51.
- [11] 邱章奴. 十年风雨相知 开创全新福建气象影视[J]. 东南传播,2007(9).
- [12] 巨克英,雒福佐,韩隆青. 青海气象影视业发展途径的探讨[J]. 青海气象,2004(3):79-81.
- [13] 练列敏. 贵港市天气预报节目的运行与发展思考[J]. 广西气象,2006,27(A01):118-118,121.
- [14] 周明,孙荣芳,陶元宏. 一枝红杏耀荧屏:十堰市天气预报节目制作侧记[J]. 湖北气象,2000(1):46-47.
- [15] 熊传辉. 自制电视天气预报节目与地方气象事业发展的关系[J]. 湖北气象,1997(3):44-45.
- [16] 洪冉. 县级市气象影视节目制作[J]. 浙江气象,2010,31(2):31-32,34.
- [17] 李笑飞,常红丽,郭天才. 浅谈市县气象影视集约化发展思路[J]. 科技风,2008(20):141.
- [18] 雷哲,王宗贝,黄久军. 对市、县电视气象服务节目发展的思索[J]. 河南气象,2006(3):12.
- [19] 孔毅民,容军. 广西县级气象影视服务发展对策研究[J]. 气象研究与应用,2011,32(2):93-96.
- [20] 邱章奴. 气象与电视:共同打造观众喜爱的电视气象节目[J]. 东南传播,2008(9).
- [21] 章娜,李田,章劲松. 对省级电视天气预报节目制作的思考[J]. 吉林气象,2009(4):45-46.
- [22] 赵妙文,张中杰,王黎娟. 省级气象影视现状及集约化模式研究[J]. 科技信息,2009(29):418-419.
- [23] 王彬,周忠宁,雒福佐. 对青海省气象影视节目的几点思考[J]. 青海气象,2008(2):48-50.
- [24] 程莹,冯国标,郭帆. 气象影视服务差异化策略研究[J]. 浙江气象,2012,33(1):23-26.
- [25] 林荣惠. 地市级气象影视制作存在问题及建议[J]. 陕西气象,2012(3):51-52.
- [26] 杭州市气象局. 杭州气象影视[EB/OL]. (2012-11-15)[2013-02-21]. http://www.hzqx.com/hzqx/zfxxgk/web/ZWGK/view_news.aspx?ArticleId=5235.
- [27] 张兆利. 中国电视气象节目的形态演变[J]. 浙江气象,2010,31(1):33-38.
- [28] 陈阳. 浅析省级电视气象节目的基本元素与表现形态[J]. 气象研究与应用,2008,29(Z1):36-37.