

气象信息传播载体效用的比较分析

■ 姜海如 杨夏

任何一种传播媒介都需要结合当地的生产生活状况，结合人民群众差别性的需求，以使其在气象相关信息的传播中发挥最大效用。

在我国，气象信息传播发展经历了从无到有、从简到繁、从传统媒体到新媒体的发展历程。目前，气象信息传播虽已进入历史最繁荣的时期，但要满足人民群众“无处不在、无时不在”以及“及时、准确、权威、实用”的要求，仍然有很大差距，尤其在一些偏远地区、经济落后地区及弱势群体中还存在气象信息传播盲区。因此，当前须进一步加强气象信息传播载体效用的研究，以不断满足人民群众对气象信息的需求，使气象信息更好地服务经济社会发展。

1 气象信息传播载体类型

传播载体作为手段、中介，包括了载体、渠道和符号系统。人类历史的传播载体演化大致可以分为五个阶段：原始载体阶段、语言载体阶段、文字载体阶段、印刷载体阶段和电子载体阶段。人类从最原始的运用自己身体为载体发展到利用外物为载体再到发明创造复杂的符号系统、信息载体和传输渠道，信息传播实现了由量到质的巨大变化。气象信息传播与人类社会的发展密切相连，我们依据气象信息的传播形式及其普及性，对现阶段在气象信息传播中所利用到的载体进行以下简单的分类：

1) 口头传播载体。口头传播是一种最早最传统的传播形式。今天利用口头传播气象信息仍是比较有效用的重要形式，这种形式有气象科技讲座、论坛、现场会议、咨询和讲课等，包括气象科技知识短期培训班、专题讲座、科技报告会、经验交流会、专题讨论会、现场参观等多种形式。传播受众通过亲自参加这些活动，可亲自看到和听到一些新的气象知识和气象技术信息的成功经验，而且可以互动交流，增进传播者和受众的情感。

2) 实物传播载体。在气象信息传播中实物传播载体是一种经常利用和非常见效的载体形式。包括气象科技书籍、气象科普读物、气象文化类书籍；挂图、黑板报、展板，活页资料、小册子、传单、年历等；气象科普基地、科普气象站、气象科普馆、气象

台站对外开放参观等实物。这些传播载体形式在气象科技信息传播中能起到了非常好的作用和效果。

3) 电信传播载体。电信传播是指利用电子技术在不同的地点之间传递信息的方式，主要包括无线电、电报、电话、短信、数据通信，也包括用于大众传播的广播、电视、计算机网络通信等。电信高效、可靠的传播方式被应用在人类社会、经济活动以及人们日常生活的方方面面。任何一种电信传播新技术一旦产生都会应用于气象信息传播。

现在多从传统媒体与新媒体划分载体，传统的大众媒体传播载体主要是指报纸、广播、电视等气象信息传播载体；气象科技书籍、杂志、科教电影、光碟、录像带、录音带等；还包括有线广播和气象专用电台等。

新媒体传播载体，一般意义上主要指在网格信息处理技术基础上产生的媒体形态，包括在线的网络媒体和离线的其他数字媒体形式，如微信、微博、手机app等，这是近些年来信息传播发展的方向和趋势，气象信息传播对新媒体的有效利用促进了中国气象信息传播服务业的发展。

2 气象信息传播不同载体效用的比较

传播效果是指传播对人的行为产生的有效结果。具体指受传者接收信息后，在知识、情感、态度、行为等方面发生的作用和变化，通常意味着传播活动在多大程度上实现了传播者的意图或目的。传播效果是一切传播活动的根本，不管有意还是无意，一切传播活动都是为了达到特定的目的，也就是说为了达到特定的传播效果。影响传播效果的因素很多，传播载体就是其中重要影响因素之一。不同的传播载体，对气象信息传播会产生不同的传播效果。

1) 传统传播载体效用。传播学对各种类型传统媒介的研究结果认为，书面资料、听觉信号和电视信号在劝说受众接收信息和通过教育提高受众的认知能力中最为有效。电视图像在改变态度上最有效，其次

是听觉信号。这些传播载体的效果，也基本适合于气象信息传播。

在气象信息传播中，实物传播载体是特别重要的一种方式。实物传播载体具有立体化、看得见、摸得着的特点，让人身临其境得到全方位的感受，这种传播方式更便于公众参与，并得到记忆深刻的效果。如各种规模和层次的气象展览会、气象博览会、气象产品交易活动等等，在传播气象科技信息方面有着不可低估的作用。

在气象技术信息传播中，尤其是在直接面对基层受众的时候，一些比较简单的“小媒介载体”通常更为有效，如有线广播、活页资料、小册子、小挂图、黑板报、展板、录像带、录音带等。

在气象灾害技术传播中，大众传播媒介在与人际传播相结合的情况下往往更为有效。例如在防雷技术传播中，不仅大众传播媒介得到了高效利用，而且各级政府积极组织推广，防雷技术专家广泛参与，在一些地区防雷技术推广到城市每个社区和农村每个村组，从而大大降低了我国雷电灾害发生的概率。整体上看，传统传播载体主要由报纸、广播和电视等媒体构成，它们之间各具特色（表1）。

2) 传统与新媒体传播效用比较。传统媒体与网络等新媒介相比，二者在传播特性上差别非常大（表2），

传统媒体和新媒体传播气象信息效用差别比较明显，但也有各自的优势，因此在气象信息传播中传统媒体和新媒体将会长期并存。

气象信息传播内容十分丰富，不同的气象信息传播内容具有不同的传播特点和规律，就传播气象预警预报信息来讲，它具有传播责任大、受众范围广、传递时效快、地域性强等特征，必须遵循权威性、公益性、全覆盖性、及时性等基本传播规律。因此，无论新媒体，还是传统媒体都应发挥各自的效用优势，积极参与承担气象预警预报信息的传播。

3 气象信息传播载体多元化选择

在信息技术快速发展的今天，气象信息传播整体呈现出媒体融合发展的传播格局。所谓融合发展主要体现在两个方面：一是传播方式的多样化。在气象信息传播中，传统媒体报纸、广播、电视继续发挥作用，人群相对稳定，但占比逐步减少；新兴媒体网站、微信、微博、手机app等传播载体将逐步成为气象信息传播的主要渠道。二是跨媒体、多媒体联动传播方式正在深刻改变着传播格局，成为气象信息传播的主导模式。在气象信息传播领域，手机、网络等新媒体整合了文字、声音、影像等表达方式，成为了天气信息传播的新平台；网络融合、终端融合等技术使得在任何时间地点、通过任意方式接收天气信息成为

表1 传统传播载体效果比较

载体类别	报纸	广播	电视
特质性	报纸的信息传递主要是通过印刷在纸张上的文字、图片来完成的	广播的信息传递主要是利用声音符号作用于人们的听觉系统	电视的信息传递是通过声音和画面作用于人们的视觉和听觉系统而完成的
时序性	报纸信息的接收顺序灵活；读者完全可以按照自己的习惯和兴趣阅读	以时间为顺序的线性传播方式；广播听众只能按照其播出顺序收听，自主性较弱	以时间为顺序的线性传播方式；电视观众只能按照电视节目的播出顺序收看
重读性	报纸信息可以反复阅读，当读者看到感兴趣的信息可以收藏报纸或做剪报	广播信息相对难收藏，转瞬即逝，即使受众没听懂也基本没机会再重复收听	同广播
适合性	长于做深度报道，适合传达深度信息，不适合应急类气象信息传播	适合传递事实性信息、描述性信息，非常适合应急类气象信息传播	适合场景再现，其声画并茂的优势是其他两种媒体无法比拟的，非常适合应急类气象信息传播
时效性	时效性差，由于其制作、传播方式决定其传播信息的速度不如广播、电视	时效性强，直播节目几乎和事件同步发生	同广播
便捷性	信息接收与保存方便	信息接收可随身带，很方便，但难以保存	信息接收很不方便，也难以保存

表2 传统媒介与新媒体综合效用比较

项目	传统媒体（报刊、广播、电视）	新媒体（网络、微信、微博、客户端）
传播时效	相对滞后性，需要经过采访、编辑、录制、审查等程序，才能与受众见面，受时空的影响	即时性，不受时空影响，可以实现即时传播，时效性强
信息来源	可控性，信息会受到传播者程度性审查，信息来源可靠性高	不可控性，信息发布传播自由，良莠难分，对受众信息识别能力的要求较高
传播方式	单向传播，互动性差，它传播者为中心，受众被动接收信息。广电媒介线性传播不利于受众延时接收信息	双向传播，互动性强，受众主动接受信息，也可以发布信息。具有多媒体特性。受众可以随时随地接收信息
传播内容	内容受限，受传播载体的限制，信息容量有限。信息的准确性高，但受众可选择性低	内容无限，海量信息。信息随意性强，有用与无用信息共存，受众可选择性强
可信程度	信任度高。传统媒体多为事业单位，近10年来商业化平面媒体增多，信任度有一定下降	灵活性高，创新性多，但信任度较低；政府和事业单位新媒体可信度较高

现实。

气象信息传播是一项涉及全民共同关心的事业，气象信息共享涉及全社会生命财产安全和民生基本保障。从目前我国国情看，许多现代化的气象信息传播设施，在基层许多群众可能还没有能力使用。因此，在现阶段的气象信息传播中，必须注重传播载体多元融合。具体建议有以下几点：

1) 合理有效利用各种传播载体。我国幅员辽阔，自然条件千差万别，经济发展不平衡现象突出，加之气象信息需求的全民性，可以说几乎没有适用于所有人群的普适性气象信息传播载体。任何一种传播媒介都需要结合当地的生产生活状况，结合人民群众差别性的需求，以使其在气象相关信息的传播中发挥最大效用。气象信息传播媒介的选择，会直接影响气象信息传播效果，电话、电传、计算机网络和电视、广播或有线广播、小报、村头黑板报等各有不同传播优势，包括选择必要的人际传播，如通过气象信息员进行面对面传播，在一些边远地区，可能还将使用一些最原始的载体传播气象信息手段，如在应急情景下敲锣、击鼓、口哨等方式传播气象信息，使群众在应急情况紧急逃生。

2) 大力推广普及现代传播技术。在城市和在一些经济相对发达的地区，可以重点发展网络气象信息传播，使新媒介在气象信息传播中发挥优势。现代科学技术不断地向前发展，信息量也在不断地扩大，信息更新的速度也越来越快，气象相关信息也随之不断增加和变化，通过发展气象信息网络，能够及时准确地为群众提供气象科技发展的最新前沿信息，拓宽他们的视野，提前获得最新的科技成果，从而推动气象技术应于经济社会发展。但由于基层群众整体文化水平限制，对于大多数基层普通群众来讲，智能手机和

电脑操作仍然需要学习和指导。在农村基层应考虑建设一支熟悉新媒介载体的气象信息员队伍，包括市、县、乡三级信息联络员，并且向乡村延伸，大力发展农村气象信息员，使更多基层群众学会应用网络媒介。

3) 处理好新媒体与传统媒体的关系。近些年来，一些经济比较发达的地区，城乡受众利用网络传播和获取气象信息已经成为现实，取得了很好的社会效果。但在一些欠发达地区，新媒介普及还不够广泛，特别是电视、广播等仍是当前农民获取信息的主要渠道，必须充分利用好这些传统媒介，以保证广大农村的气象信息覆盖率。当前，气象信息传播需要综合运用网络、电视、电话、广播、报纸等手段，把各种途径有机地结合起来，以充分发挥出各自优势，为不同情况的受众所欢迎，使气象信息传递更为便捷和顺畅，使气象服务产生更大的社会经济效应。

4) 确保基本公共气象信息传播。由于新媒体和社会传媒力量的参与，气象信息传播的时效和覆盖面大幅提高，得到了人民群众的高度认同。但在这种发展趋势下，气象部门一些传统的传播形式发展呈现下降趋势，在一些基层单位甚至出现退出参与传播气象信息现象。对此，一定应十分慎重，特别是在一些经济比较落后地区和部分脆弱的人群传播，对基本公共气象信息传播还需要依靠公益性组织承担，而不能单纯依靠社会力量。

深入阅读

- 戴元光, 等, 2001. 20世纪中国新闻学与传播学. 上海: 复旦大学出版社.
李广增, 1997. 新闻传播学. 石家庄: 河北大学出版社.
倪延年, 1999. 知识传播学. 南京: 南京师范大学出版社.
张迈曾, 2002. 播学引论. 西安: 西安交通大学出版社.

(作者单位: 湖北省气象局)