

浅析气象新闻的特征和质量控制

苗艳丽 王昕

气象新闻报道经历了从“天气简报”到“气象新闻”，从“直线报告”到“立体解读”的转变，从而使气象新闻在媒体上由配角成为主角。

气象信息是一项重要的信息类别，从其社会性来看，它是针对具有鲜明时效性和地域性的天气气候事件，通过获取、理解、转化、利用等再加工手段而形成的信息，公众可以利用它获取生活上的便利、精神上的满足或是经济上的收益。气象新闻、气象情报、气象报告、气象相关文献等都可归为气象信息。本文的研究对象定位于气象新闻，即通过大众媒介传播的与新近或即将发生的天气气候现象相关的事实。

1 气象新闻的特点与呈现方式

气象新闻通常涉及以下几个方面的内容：天气气候实况回顾；气象灾害场面描述、利弊影响及应对措施；气象监测预报预警服务产品的新闻化表达；气象灾害影响分析预估、科学解析及生产生活建议。一些和气象部门甚至国家机构相关的气象基础设施建设、相关政策和决策等实时新闻，也可以归入气象新闻中，但不作为本文讨论的重点。气象新闻的每一个方面都可以形成独立的新闻产品，也可以通过组合形成立体化的报道模式。成熟的气象新闻呈现的时态大都是回顾过去，立足现在，预告未来，且会对极端破坏性和特殊影响性给予突出强调和提示。

2016年9月14日中新网文字报道《“最强台风”逼近厦门全市停产停工休市防台风》与高清图片组合刊发，是一个典型的气象新闻案例。该新闻生动全面反映台风临近时，厦门“三停一休”防御部署落实情况。其间，该网站还刊发了《强台风“莫兰蒂”登陆厦门 风雨潮三碰头》《“莫兰蒂”台风“登鹭”见闻：风雨同行中秋夜 仍有微光似曦》等文章，从标题便可清晰判断出其中有的报道侧重于介绍气象灾害影响预报，突出科学性；有的则侧重于反映灾害现场的民生状况，突出人文性。

1.1 气象新闻的特点

1) 权威性。天气气候是一种自然现象，对大气领域的研究也形成了相应的学科，对于复杂、深奥事物的报道必然要体现出科学性，如实况统计的科学

性、预报结论的科学性、原理分析的科学性、决策部署的科学性等。囿于现阶段人类对气象科学问题认识的局限性，天气预报预测存在不确定因素，应对和研判也时常遇到未知局面，气象新闻可能会出现非主观原因导致的失实，但在“当下”还是极具权威性的。现实中，要特别注意将气象新闻的非主观失实与气象谣言区分开，以法律手段对后者予以管理和惩治。所谓气象谣言就是指部分个人、团体以博眼球或谋利为目的，故意编造的关于天气的不实之说。

2) 时效性。众所周知，时效性是判定新闻价值的重要指标。气象新闻的时效性特征最为显著，生命力具有较大弹性。长期业务化运行的气象预报时效多为3天，而且准确率相对较高，气象新闻的时效与预报时效相对应。近些年，随着气象预报能力的增强，气象预报时效延长到5天、7天，甚至10天，气象新闻的时效也随之调整，只是随着时间推移，天气实况对预报结论和气象新闻随时进行着检验，一旦预报出现偏差，气象新闻的生命也随之陨灭。由于气象信息的特殊服务属性，法律法规赋予了媒体明确的传播职责，为保障气象新闻的时效，特别是遇有重大突发气象事件，媒体通过开放“绿色通道”可以实现即时性插播、滚动播放。

3) 实用性。气象新闻在满足公众知情权的基础上，往往更注重受众现实层面的需求，因而更接地气、更具实用价值。气象新闻从来不是“天气报告”的有闻必录，而是经过精挑细选后，附着了不可替代的服务指导功能。随着气象服务产品种类的增加和内容的改进，例如与旅游、健康、出行相关的各类生活指数、生活指南的问世，让气象新闻的实用性也更加突出。

4) 全球性。大气无国界，天气气候事件的发生未必局限于一国一地，影响力也常常会延伸到国际领域。相应地，气象新闻便具备了明显的全球性特征。在互联网科技的支撑下，气象新闻的国际传播范围和能力得以扩大，更加强化了气象新闻的全球性特征。

例如大国在气候变化上的最新态度和举措、美国卡特里娜飓风等报道，都是全球性较强的气象新闻。

1.2 气象新闻的呈现方式

新闻界长期以来都十分推崇内容为王的理念，但快读时代的“包装”也日益成为不可忽视的因素。当下，气象新闻正走向深加工、细加工的模式，表现形式和手段也日益呈现出多元化、分众化特征，有时形式甚至成为了内容的一部分。分析其原因，一方面在于随着全球气候变暖的影响深入，极端气象灾害呈多发、频发、重发之势，这是备受瞩目的不可回避的客观现实，也是极具新闻价值的媒体关注点；其次，社会公众在提高生活品质过程中需要气象服务的深度参与，这种需求的增长和要求的提高对于气象新闻生产也是一种牵引和刺激；再者，在信息爆炸时代，在媒体融合发展的大背景下，新闻的内在规律也始终在引导气象新闻表现形式不断进行创新和变革。

气象新闻呈现形式按照载体可分为文字、图片、图例图示和影像新闻。其中，文字新闻的兼容性强、表达力强，可以承载各种气象资讯内容；其余几种则在表达上各有优势，例如图片和音视频的直观、现场感更适合展示气象灾害场面，图例、图示则适合反映科学原理的诠释和预报结论过程的解读。而在处理具有重大影响的气象新闻时，网络媒体则往往会采用“多媒体”的呈现方式，以增强表达的感染力、通俗性和传播力。

经过实践的打磨，气象新闻报道经历了从“天气简报”到“气象新闻”，从“直线报告”到“立体解读”的转变，从而使气象新闻在媒体上由配角成为主角，由当初无足轻重的服务性信息变成新闻媒体上重要的新闻品种。

据统计，最近30年，全球86%的重大自然灾害、59%的因灾死亡、84%的经济损失和91%的保险损失都是由气象灾害及其衍生灾害引起的。我国作为典型的季风气候国家，气候种类多且复杂多变，自20世纪中叶以来，高温、干旱、暴雨、台风等极端天气气候事件趋多增强。在气象灾害的社会敏感性越来越强的趋势下，新闻媒体必须对关乎人民生命财产安全的气象报道予以重视，这是新闻规律使然。

在我国传媒格局中，不论是传统的报纸、广播、电视，还是如今兴盛的网络、微博微信、新闻客户端，气象新闻都占据了纸媒一席之地。《新京报》是较早开辟气象新闻版的，2003年创刊至今，始终将A叠最后一版作为“气象版”，以刊发气象新闻图片、预报产品、生活贴士为主。在都市类报刊中，开设气

象板块、栏目早已司空见惯，固定版面、版位对于气象新闻的处理也提出了更高的要求，同时满足了读者的多样化需求，也培养了读者新的阅读习惯。

对于牵涉面广、灾害损失重、民生影响大的天气气候现象，以及针对气象灾害展开的防御处置、科学认知、灾后重建等气象新闻事件，媒体在处理上往往要经过深度挖掘和横向延伸，这类气象信息远远超越了日常生活服务类信息的范畴，如党委政府对暴雨洪灾开展防御部署、严寒天气下启动“看天供暖”机制、厄尔尼诺事件波及粮食安全，这些已经进入政务要闻、民生新闻、经济新闻等范畴。

1.3 案例分析

2016年7月3日上午，台风“尼伯特”在西北太平洋生成。7月9日13时45分，“尼伯特”以强热带风暴级在福建石狮沿海登陆。受其影响，福建中部沿海地区发生暴雨到大暴雨，局部特大暴雨，造成多地内涝严重，引发生命财产损失。

《福建日报》7月4—6日一版要闻连续发文《今年1号台风，7日起影响我国外海渔场》《“尼伯特”6日进入我省48小时警戒区》《“尼伯特”可能于8日登陆闽浙沿海》拉开此番报道序幕，分别围绕防御救援和灾后重建阶段相继开设两个栏目予以强化，多次以整版、大半各版的篇幅刊发于要闻版，突出其作为版面的报道核心，并持续至7月18日（表1）。新福建客户端、东南网相关报道与之形成互动呼应。

表1 2016年7月1—31日《福建日报》关于台风“尼伯特”的报道统计

版位	文章/篇	图片/张	栏目	刊发频次
要闻版	107	42		27
国际/国内	12	12	《全力以赴防御“尼伯特”》 《齐心协力 重建家园》	3
民生	2	3		1

与此同时，《福建日报》2016年7月共出版4期《天下画刊》（每周四第16版）板块，持续通过图文并茂的形式，围绕防汛减灾的主打内容展开策划，突出人性关怀、强调协作互助、倡导科学防御，做足气象新闻的分量。

可以说，新闻图片作为一种重要手段不仅增强了传统媒体气象新闻报道的表现力，也正在“有图有真相”的新媒体风尚下，发展为不可替代的重要角色。

2 气象新闻传播的质量

气象新闻传播的质量问题，是指在人们接收气象新闻的过程中，一些虚假信息、误传或误导信息、缺乏时效性或无用的信息存在于传播中，从而影响经济社会活动的正常开展，造成决策的失误，甚至重大人

人员伤亡和经济财产损失。

2.1 影响质量的因素和危害

气象新闻传播是一项较为复杂的社会性工作，其内容质量生产会受到多方面影响。

1) 受经济社会发展水平影响。经济社会发展水平不同，信息传播内容、传播渠道和传播形式便不尽相同。在我国，一些经济发达、媒体发展环境好、科学资源丰富、人口集中的地区，气象新闻会实现广覆盖甚至重复覆盖；而在边远农村、欠发达地区，气象新闻传播手段有限，受众知识水平较低、信息利用率低，往往导致传播的成本高、效果差。这种由经济社会发展水平决定的影响往往会延伸到更深层次观念层面，其差异在短时间内很难消除。

2) 受传播主体影响。20世纪50年代，传播学者大卫·怀特将社会学的“把关人”理论引入大众传播领域，提出了新闻传播的“把关”过程模式。传媒组织或传播主体对新闻信息进行取舍，决定哪些内容能与受众见面，实际承担的便是“把关人”的角色。比如，在传播气象新闻时，记者要用大众化、通俗化的表达方式对专业性的气象术语进行选择性的“翻译”，这个过程势必要融入自己的理解，这就是传播主体影响新闻传播的一种表现。如今，在新媒体冲击下，“把关人”群体扩大了，参与气象新闻传播的主体多、载体多、层次多、社会成分复杂，直接或间接地影响气象新闻质量的主体因素由此变得更为复杂。

3) 受技术因素影响。历史上，每一次传播技术的突破，都会带来气象传播质量新的重大发展。但技术也是把“双刃剑”，在网络化时代，一个特定气象新闻事件可能引发多元化的评论，有失偏颇甚至谬误的观点容易掩盖真相，造成社会舆论的混乱。如对2015年百度排名前50的气象服务网站^①进行跟踪分析发现，有半数网站没有标注数据的具体来源，这就需要根据相关法律法规，进一步加强对网络气象信息服务的管理与规范。

包括气象新闻在内的气象信息事关人民群众生产生活安排，尤其是气象预报预警信息关乎人民群众生命财产安全，因此气象传播若存在质量问题将会引起严重的社会后果。它将扰乱人们正常的生产生活

节奏，影响气象防灾抗灾决策，干扰正常气象工作秩序，降低政府部门和媒体的公信力。

2.2 提高气象新闻传播质量和效益的途径

从更及时、更便捷、更可信、更通俗，覆盖面更广的质量控制角度来讲，气象新闻传播效益还有很大提升空间，这也是信息生产者和传播媒体共同的责任。可以从以下几个方面着力改善。

1) 畅通媒体渠道，发挥主流媒体主导作用。主流媒体具有较强的权威性，站在维护人民生命安全的立场，应更加重视对气象信息的传播，特别是对成为热点、难点、焦点的气象话题给予更优的版面、篇幅和时长，强化舆论引导。同时，积极有效地融合新兴媒体，扩大自身的传播力、影响力。

2) 增强信息发布和传播者的综合素养。客观、权威的信息，公开、公正的评论和分析，可以帮助每一位受众成为“智者”。要对从业人员即传统职业“把关人”加强职业道德、思想品德和业务能力的培养，以高标准把住第一道关口；同时吸纳意见领袖的主动参与，引导“影子把关人”发挥正效益，以创新的方式形成强大的信息推送力。

3) 强化监管，对违法违规传播行为进行追责。发布和传播气象新闻，无论是主流媒体还是自媒体都应该遵守规范，政府组织和相关部门应强化对这部分工作的监管。对于制造虚假气象信息，违反法律法规发布和传播气象信息的行为均应依法予以追究，形成法律的震慑作用，从而为气象信息传播营造良好氛围。

深入阅读

陈娟, 2005. 从直线报告到立体解读——解析气象新闻二十年嬗变. 中国记者, (11): 74-75.
郭庆光, 2011. 传播学教程. 北京: 中国人民大学出版社.
苗艳丽, 2017. 地市级报刊做活气象新闻报道的思考. 中国新闻出版广电报, 2017-02-16(4).
彭莹辉, 刘立成, 叶梦姝, 等, 2016. 新媒体时代的气象信息传播公共政策. 阅江学刊, (1): 21-25.
王淞秋, 2014. 网站气象信息服务现状评估分析. 气象软科学, (4): 95-99.

(作者单位: 苗艳丽, 中国气象报社; 王昕, 中国气象局公共气象服务中心)

^① 包括: 中国天气网、2345天气预报、Ip138天气预报、天气在线、天气网、8684天气查询网、欣欣天气预报、中国气象局天气预报、hao123天气、米胖天气频道、搜狗天气、360天气、网易天气预报、114啦·天气、搜狐天气、搜狗网址导航天气、中央气象台、腾讯天气、同程网天气预报、中国网天气预报、携程天气、新浪天气、气象网、嘻嘻网天气预报、121天气、春运网天气、高速宝天气预报、便民查询网天气预报、天气预报网、铁友天气、The Weather Network、风云录、91天气预报、中国气象视频网、查天气、高铁网、火车网天气、新华网天气预报、天气321、心知天气、昆明国旅天气预报、天气主播网、天气预报(5566)、天气预报查询网、天气预报15天、询天气、好天气网、qixiangtai、中华天气预报网、逍遥天气。