

文章编号:1673-8411 (2015) 04-0113-04

谈谈气象影视节目的几点组稿思路

黎琮炜, 孔毅民, 罗桂湘

(广西气象服务中心, 广西南宁, 530022)

摘要:针对气象影视新晋编导,围绕影视节目版块结构、节目主题、选题策划、常见问题四个方面,介绍气象影视节目的相关组稿技巧,帮助新晋编导形成写稿思路,更好地开展气象影视服务工作。

关键词:气象节目;影视服务;组稿思路

中图分类号:P451

文献标识码:A

Discussion on Writing Technique of Meteorological programs

Li Cong-wei, Kong Yi-min, Luo Gui-xiang

(Guangxi Meteorological Service Center, Nanning Guangxi 530022)

Abstract: In allusion to the new directors of meteorological programs, the program's structure, topics of services and program planning, some common problems of meteorological programs, some writing technique were introduced to help the new directors learn the writing techniques and improve the progress in TV services.

Key words: meteorological Programs; TV Services; writing technique

广西电视气象节目从开播至今已有二十几年历史,期间有许多新晋气象编导加入到气象影视服务的行列。在实际工作中,我们发现新晋编导对于节目文稿的撰写,或多或少存在一些疑问和困难。本文结合我们的服务经验和具体个例,介绍几点节目文稿撰写技巧,帮助新晋编导形成写稿思路,更好地开展气象影视服务工作。

1 气象影视节目的通用结构

气象影视节目按先后顺序,一般可由四个内容版块串接而成,即天气资讯——天气实况——天气预报——气象服务。值得注意的是,受节目时长所限,有时需要对节目版块做出取舍,如果按重要程度排序,最先保留的是天气预报和气象服务两个版块,其次到天气实况和天气资讯。

1.1 天气资讯

天气资讯主要指和气象相关的一些资讯信息,

比如气象部门启动的重大气象灾害应急响应(如果当地气象部门启动、升降级、解除应急响应,节目中必须播发)、发布的预警信号(时效已过预警信号的可结合天气实况内容介绍,当成气象部门服务工作的宣传;正在生效预警信号的可结合天气预报内容介绍,作为对公众的提醒和强调)、开展人工增雨消雹作业、重大活动的气象服务保障工作等等。

另外和气象相关的社会资讯也可在节目中作为天气资讯播发,包括各个季节鲜花盛开的花讯、道路遇灾害天气损毁或阻断的交通资讯、寒潮袭来卫生部门发布防范流感的警示等等。

1.2 天气实况

天气实况部分主要介绍各类实时气象要素,包括天空状况(阴天、多云、晴天等)、气温、雨(雪)量、雷电、冰雹、霜冻、冰冻、雾、霾、风速、湿度等多个方面。

节目选取气象要素时,应优先选取当天对公众

收稿日期:2015-04-16

基金项目:广西气象服务中心科研项目《影视新业务平台技术研发与应用》广西壮族自冶区气象局软科学研究项目《广西气象灾害预警信息传播现状及提升策略研究》及资助。

作者简介:黎琮炜, (1984-),男,工程师,主要从事气象影视服务工作, E-mail: 45214570@qq.com。

影响最大的要素。比如夏季高温天气里,气温对公众生产生活影响较大,公众对气温的关注度要比其他要素更高,所以哪怕当天出现阵雨天气,也应当以高温为基调,讲解降雨时可以结合高温说“雨水不大,没能缓解炎热的天气”。在气温要素中,我们常用 08 时、14 时(或 15 时)的气温实况,来表示当天冷热程度,因为这两个时段是大部分人集中出门上班上学时间,也就是说,一天当中,公众对这两个时段的户外天气感受最为强烈。另外,14 时(或 15 时)往往是一天当中气温相对最高的时间,想表述当天炎热,可用 14 时(或 15 时)气温体现。

同时,天气实况还可以通过对比节目当天和之前的气象要素,从某些气象要素的持续、增强、减弱情况中,体现出天气变化的特点。比如可以对比当天白天特定时段雨量和昨天特定时段的雨量、雨水分布等等,体现出雨势强弱、降雨落区空间位置的变化,也可以对比连续 5 天来 14 时的气温实况,看看天气是逐渐变凉、变热或冷热交替等等。

1.3 天气预报

天气预报部分可以介绍未来天气形势分析、各类气象要素的预警预报,对于公众来说,了解预警预报信息是收看气象节目的首要目的。在天气预报版块,需要精确引用、播发预警预报内容,不能擅自更改预报员的结论。

在完整播发预警预报信息,不引起歧义的前提下,可以对预报内容加以解读,在整体上给观众一个感性的认知。比如对降雨预报进行概述,未来降雨落区是否转移、缩小、扩大;冷空气过境时,气温小幅下降还是大幅下降等等。

1.4 气象服务

公众收看气象节目的目的,还包括获得气象服务信息,为自己生产生活趋利避害提供决策依据。在这个版块,我们需要结合天气趋势、社会热点等方面,针对公众生产生活给出相关提示和建议。值得注意的是,气象服务当中应突出气象属性,比如介绍高温天气开车出行,节目提醒小心车辆爆胎时,可以结合“次日路面温度预报”等气象服务产品服务,凸显气象服务的独家优势。

气象服务想要做得好,编导就需要在日常生活和工作当中注重积累,了解某些天气现象发生时,当地公众生产生活当中哪些方面容易受到影响,以便提前提醒。值得注意的是,气象服务不要“假真诚”,避免在节目中空泛地给出提醒和建议,而是应当把

提示落到实处细处,以及公众容易忽略的地方。

我们前面讲的“天气资讯”当中,那些由外部门发布并与气象相关的资讯,通过结合天气预报信息,就可以作为气象服务信息进行介绍。比如在特定天气条件下,交通部门发布的公路、江河航道、飞机航班资讯;水利部门发布的江河水位超警情况、水库库容等资讯;农业部门发布的当季农事活动建议;旅游部门发布的假期旅游景区活动资讯等等。

2 如何确定当天节目服务主题

新晋编导特别是非气象专业的新晋编导,常常在天气比较复杂或者比较简单的时候,觉得难以确定当天节目服务主题。针对这个问题,我们有两个建议,一是节目编导参加当天的天气会商,咨询当班预报员,了解天气重点;二是通过收集、整理四个结构板块的材料(天气资讯、天气实况、天气预报、气象服务),基本可以发现当天的天气特点和服务重点,进而开始组稿。

一般来说,确定服务主题的依据,主要考虑某个气象要素,是否会对公众的生产生活,带来重大影响;或者该气象要素出现了持续、减弱、加剧或转折的情况,从而通过 4 个版块串接,突出节目主题。例如夏天,沿海地区在台风来临前,会受台风外围下沉气流影响,以晴热天气为主,节目可以用高温天气为服务主题,针对公众生产生活,介绍防暑降温措施。在台风临近,即将带来风雨影响时,节目开始以台风天气为主题开展防风防雨等服务。

3 如何对节目内容进行取舍

当有重大天气过程或重大社会活动时,受节目时长所限,文稿难以容纳 4 个版块,这时可以进行取舍,灵活运用通用结构突出服务重心。比如台风来临时,未来 24 小时会有严重天气影响时,可以省略天气实况,着重介绍天气预报和气象服务内容,包括台风未来移速移向、登陆地点、未来风雨情况;需要加强哪些方面的防灾避险措施等等。另外,如果当天当地气象部门启动重大气象灾害应急响应,必须在节目中播发。

4 做好节目策划,成系列开展服务

形成一定的写稿思路后,新晋编导就能基本胜任日常文稿的撰写工作,但当某种天气长时间持续,每天的天气基本不变的时候,很多新晋编导会面临

节目选题“枯竭”的难题,不知道节目服务内容如何避免重复。对于这个问题,就需要通过节目策划来解决,这也是最考验编导功力的地方。

我们在日常工作中,一般会提前一周完成节目策划,随后撰写当天节目文稿时,再根据最新的天气情况和服务需求,对策划内容进行调整。

4.1 以天气为主线,围绕公众生产生活开展策划

针对特定天气,节目可以围绕公众生产生活各个方面、不同人群来开展选题策划,以丰富节目内容。比如冬半年冷空气带来降温,针对生产生活不同方面,可以介绍冷天农林牧渔如何防寒、低温环境汽车如何保养、用取暖器小心低温烫伤、冷天锻炼如何避免受伤;针对不同的人群,可以介绍老人冬天如何预防心脑血管疾病、电单车一族上班如何防风、爱美的女士不要“美丽冻人”、婴幼儿冬天如何洗澡等等。

4.2 以社会热点事件和重大活动为主线策划

除了特定天气外,还可以围绕社会热点事件、重大活动和公众假期开展策划。比如针对春运、高考、国庆黄金周、当地旅游节庆、体育赛事等等,通过介绍当地气候背景知识、生活当中的出行攻略、饮食穿衣的小窍门等内容开展服务。

4.3 策划注意时间的连续性和空间差异性

做策划除了注意选题多样性外,还要注意时间的连续性和空间差异性。时间连续性主要指每天的节目策划注意前后连贯和承接,比如针对国庆长假做策划时,应当有国庆前其出行准备、国庆期间活动攻略、国庆后期回程提醒和身心状态调整等内容。空间的差异性是指节目策划要注意地域差别。互联网上可以找到很多节目选题,但是大家做策划时候要注意南北方差别,比如讲解二十四节气中的某个节气时,要注意我们南方地区和北方地区差异,不能一概而论,生搬硬套。

5 节目组稿值得注意的问题

熟练掌握文稿通用结构,形成自己的写稿思路,并且具备一定的策划能力后,新晋编导基本就能顺利完成节目撰稿工作。不过在撰稿时,还需要注意避免一些错误,才能让节目更加契合服务需求。我们把实际工作中,新晋编导容易出现的一些问题列举如下,供大家参考。

5.1 对当天服务重点把握欠缺

前面说过,节目服务主题、服务重点,应当公众生产生活当中,受到天气高度影响的方面。比如预

报次日有暴雨,节目只说对公众出行造成不便,会有避重就轻的感觉,造成服务本位缺失。对于暴雨之类这种灾害性天气,应当针对恶劣天气可能对群众生命财产造成更大损失的方面来服务,比如提醒山区和地质灾害易发区,防范强降雨引发的山体滑坡、泥石流等灾害,还可以进一步介绍遇到泥石流如何逃生等等内容。

5.2 气象要素时间空间特征缺失

气象要素有着时间和空间属性,比如同一地点不同时间的气温是不一样的,同一时间不同地点的气温也各有差异。我们在文稿当中,涉及气象要素的时候,一定要讲清楚它的时间和空间属性。比如“今天气温在 28 到 32 度之间”,这样的表述就缺乏科学性,应当讲明今天是什么时间、什么地点的气温——改成“今早 8 点,南宁各区县的气温在 28 到 32 度之间”的描述,会让文稿逻辑指向更加清晰,观众收看节目也会更加明白。

5.3 气象数据取舍需谨慎

气象数据是客观的,涉及到数据四舍五入的时候,我们要避免主观概括和客观事实不相符的情况。首先,在概括某个城市,各区县的气温时,要注意“之间”和“左右”的区别。比如三个地方“27.8 度、28.1 度、28.6 度”的气温数值,可以概括为三个地方气温在“27 到 29 度之间”或者“27 到 28 度左右”,不能说“27 到 28 度之间”,因为“28.1, 28.6 度”已经超出了“27 到 28 度之间”的范畴。

其次,气象数据会有某些特定等级划分,在文稿中,要严格遵循气象标准来描述数据。比如我们以气温达到 35 度以上,作为出现高温天气的标准,当气温只有 34.9 度时,就不能四舍五入说当天出现了高温天气。在数据没有达到特定标准,我们又想体现数据特殊性的时候,可以把气象标准一起放到文稿中,比如“今天下午 2 点,我市最高气温有 34.9 度,接近了 35 度的高温线”。

5.3 气象数据对比缺乏参考标准

气象数据进行对比,需要有客观的参考标准,比如说“炎热重回天气舞台”,应当是前期出现过炎热天气,否则不能用“重回”二字,只能说“天气开始热起来了”。要说“今天比昨天更热”,就要讲清楚是某个时刻的气温,比如下午 3 点的气温对比,或者当天最高气温对比得出的结论。

5.4 撰稿人用自己主观感受代替公众认知

编导也是人民群众的一员,我们自己对天气的

感受,和老百姓会有共同之处,在文稿中适当描述,可以引起公众的共鸣。不过有时候我们在室内写稿,外面的天气影响,可能会超出我们的心理预期,导致描述不当。例如“今天下午2点,我市气温在33度左右,比较凉快”,这样的说法是不合适的。对于33度气温来说,当人走在阳光下的时候,体感温度会高于33度,不能称之为凉快。针对这样的错误,建议新晋编导多观察体验,多积累生活经验,再用合适的语言进行总结、描述。

5.5 节目用词感情色彩不当

气象节目是科学和艺术的结合,既有客观的一面,也有主观的一面,在节目当中,编导的语言风格、遣词造句也决定了节目是否准确和精彩。天气是客观的,但它给我们带来的影响却是一种主观感受,我们应当注重情绪表达,用准确的词语来体现感情色彩。比如“今天我们迎来强降雨”,“迎来了台风‘威马逊’”,“一场暴雨如期而至”这些表述是不妥的,面对灾害性天气,我们应当用中性或者贬义色彩,比如“今天我市大部地区有大雨到暴雨”,“今天局部地方出现了强降雨天气”,“冷空气来袭”等等。对于公众普遍期待的天气,可以适当用一些褒义或者喜庆色彩的词语,比如“久旱逢甘霖”,“好雨知时节”,“阳光和煦”,“吹面不寒杨柳风”,“清风徐徐”等词句,来表达概括天气给公众的主观感受。

5.6 文稿中使用过于专业的气象术语

气象知识具有很强的专业性,观众不理解的气象术语不仅会导致信息无效传播,并且会影响观众接收其余的有效信息。比如“热力抬升作用”“我区低层受台风外围偏北气流影响”之类的专业术语,不宜在节目中直接使用。如果要对气象术语进行科普介绍,比如讲解夏天高温持续原因,说到副热带高压时,可以在节目用一定的篇幅,配合天气图表或者动画来展示,这样才达到有效传播的目的。

6 结 语

节目撰稿和制作,需要系统的学习和多方面的经验积累,新晋编导既要掌握一定的撰稿思路 and 技

巧,也需要掌握特定的气象知识和生活常识,在日常节目中才能信手拈来,做好气象服务。新晋编导可以多参加天气会商,和预报员沟通交流,抓住当天天气和服务重点;同时多看一些气象科普网站,以及当地报纸关于天气的报道,学习如何针对某种天气开展服务,就能更快地取得进步。

参考文献:

- [1] 孔毅民,黎琮炜.提升电视气象节目服务价值的几点思考[J].气象研究与应用,2012,33(S1):322-324.
- [2] 罗桂湘,朱定真,李耀先.情景预估在气象科普中的应用[J].气象研究与应用,2014,35(4):92-95.
- [3] 黎琮炜.论气象影视如何服务经济社会[J].气象研究与应用,2012,33(S1):327-328.
- [4] 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.
- [5] 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.
- [6] 练江帆.电视气象节目专业性与通俗性的平衡[J].广东气象,2009,31(4):35-37.
- [7] 仇如英,张毅.电视气象节目的公信力[J].广东气象,2010,32(4):48-49.
- [8] 练江帆.天气预报节目中的专业宣传意识和技巧[J].广东气象,2014,36(5):59-61.
- [9] 容军.如何打造优质电视气象节目的品牌[J].气象研究与应用,2006,27(3):70-72.
- [10] 周晓湘,黄帅,魏璐,等.运用气象影视节目强化气象科普宣传[J].气象研究与应用,2014,35(1):119-121.
- [11] 吴丹娃,朱凯.怎样写好电视天气预报节目解说词[J].安徽气象,2003,32(3):17-19.
- [12] 容军.论气象影视服务如何应对新媒体的传播挑战[J].气象研究与应用,2009,30(S2):238-239.
- [13] 汪晓臻,夏晓丰.气象影视文稿编写的心得[J].浙江气象,2012,33(4):30-33.
- [14] 练江帆.天气预报节目中的专业宣传意识和技巧[J].广东气象,2014,36(5):59-61.
- [15] 练江帆.电视气象节目的服务性与竞争力的提升[J].广东气象,2008,30(2):45-48.