

新媒体时代背景下公众气象服务发展探究

李田 冯瑶 章娜

吉林省气象服务中心

DOI:10.12238/eep.v7i2.1902

[摘要] 在新媒体技术快速发展的背景下,公众气象服务面临着新的挑战 and 机遇。基于此,本文首先阐述了新媒体时代对公众气象服务发展的影响,然后从公众需求、信息传播、公众认知等角度详细分析了新媒体时代背景下公众气象服务发展中面临的挑战,并提出了一系列切实可行的发展策略,为公众提供更加准确、便捷、个性化的气象服务,以满足用户需求,保障人民群众的生命财产安全,助力经济社会可持续发展。

[关键词] 新媒体时代; 公共气象服务; 气象信息传播; 用户需求

中图分类号: DF468 文献标识码: A

Exploration of the Development of Public Meteorological Services in the Context of New Media Era

Tian Li Yao Feng Na Zhang

Meteorological Service Center of Jilin province

[Abstract] Against the backdrop of rapid development of new media technology, public meteorological services are facing new challenges and opportunities. Based on this, this article first elaborates on the impact of the new media era on the development of public meteorological services, and then analyzes in detail the challenges faced by the development of public meteorological services in the context of the new media era from the perspectives of public demand, information dissemination, and public cognition. A series of practical and feasible development strategies are proposed to provide the public with more accurate, convenient, and personalized meteorological services to meet user needs, Ensuring the safety of people's lives and property, and promoting sustainable economic and social development.

[Key words] The era of new media; Public meteorological services; Meteorological information dissemination; user demand

前言

公共气象服务是指面向公众提供的气象信息与服务,以保障生命安全、环境保护和经济发展为宗旨,主要包括天气预报、灾害性天气预警、气候预测、农业气象服务、海洋气象服务、航空气象服务等领域。在新媒体的助力下,传统的气象信息传播和服务方式正在经历着深刻的变革,大数据加持下可以为用户提供更精准、更便捷的气象服务。因此,研究新媒体时代背景下公众气象服务的发展具有重要意义。

1 新媒体时代对公众气象服务发展的影响

传统的气象服务主要通过电视、广播和报纸等传统媒体向公众传递气象信息,而新媒体的兴起使得信息传播更加便捷和快速。公众可以通过手机APP、社交媒体和网站等渠道获取实时的气象数据和预报信息,不再受限于传统媒体的时间和空间限制。这种改变使得公众能够更加及时地了解天气变化,做出相应的应对措施,提高了公众的生活质量和安全水平。

新媒体时代的气象服务更加注重信息的多样性和个性化。公众可以根据自己的需求选择不同的气象服务产品,如天气预报、气象预警、气象科普等,满足不同群体的需求。同时,新媒体还可以通过视频、动画等形式生动形象地展示气象知识,提高公众对气象服务的接受度和参与度。

新媒体时代的气象服务更加注重与公众的互动和参与。公众可以通过社交媒体平台与气象部门进行实时互动,提出问题、反馈意见,并得到专业的解答和回应。此外,新媒体还可以通过用户生成内容的方式,鼓励公众分享自己的气象观测和体验,形成更加丰富和真实的气象信息资源^[1]。

2 新媒体时代背景下公众气象服务发展面临的挑战

2.1 公众需求的挑战

随着新媒体的普及和发展,公众获取信息的渠道日益多样化,对气象服务的需求也变得更加个性化和多元化。传统的气象服务往往以大众化的方式提供信息,无法满足不同群体的特殊

需求。例如，一些用户可能更关注空气质量指数、紫外线强度等信息，而另一些用户可能更关注降雨量、风力等数据。传统气象服务往往只提供基本的天气信息，无法满足这种定制化需求。

在新媒体时代，公众对气象信息的及时性、准确性和实用性有着更高的要求。他们希望能够通过各种渠道随时随地获取到最新的天气状况、灾害预警等信息，并能够根据自己的需求进行定制化的查询和分析。传统气象服务往往无法满足这些需求，导致公众对服务的满意度下降。

在新媒体时代，信息的可信度成为了公众关注的焦点。由于信息的传播速度极快，虚假的、不准确的气象信息很容易在网络上迅速传播，给公众带来误导和困扰。因此，公众对气象服务机构和媒体的专业性和可靠性提出了更高的要求。传统气象服务需要加强与新媒体的合作，提高信息发布的准确性和可信度，以增强公众对其的信任^[2]。

2.2 信息传播的挑战

当前，大量的气象信息以文字、图片、视频等形式迅速传播，使得公众面临着海量的信息选择和辨别的困难。在新媒体平台上，各种气象信息来源众多，包括官方机构、媒体、专家以及个人等，这使得公众很难区分信息的可靠性和权威性，从而增加了信息的不准确性和误导性。

而且在新媒体时代，信息的传播速度极快，一条重要的气象预警信息可以在短时间内传遍全球。然而，这也导致了信息的过载和碎片化，公众往往无法及时获取到全面准确的气象信息，从而影响了他们做出正确的决策和应对措施。此外，由于信息传播的广度，公众往往会接收到大量的无关气象信息，这进一步增加了公众对重要气象信息的关注和理解的难度。

2.3 公众认知的挑战

一方面，公众对气象信息的可信度产生了质疑。在传统媒体中，气象部门发布的天气预报经过专业人员的科学分析和判断，具有较高的可信度。然而，在新媒体时代，任何人都可以发布自己的观点和预测，导致了大量的虚假信息和谣言的传播。公众往往难以辨别真伪，容易受到误导，从而降低了他们对气象信息的可信度。

另一方面，公众对于气象知识的了解程度存在差异。在传统媒体时代，气象部门会通过专业的语言和图表向公众传达复杂的气象知识，这需要一定的专业背景和学习成本。而在新媒体时代，公众获取气象信息的方式更加便捷，但同时也缺乏对气象知识的深入了解。这使得公众对于气象信息的理解程度参差不齐，无法准确理解和应对复杂的气象情况^[3]。

3 新媒体时代背景下公众气象服务发展策略

3.1 大数据整合，创新气象服务体验

在新媒体时代背景下，公众对气象信息的需求日益增长，他们希望能够随时随地获取准确、及时的气象信息，并能够根据自己的需求进行个性化定制^[4]。因此，提供良好的气象服务体验对于提升公众满意度和忠诚度至关重要。

大数据整合通过收集、整理和分析大量的气象数据，可以为

公众提供更加精确、个性化的气象服务。比如，利用大数据分析技术，对历史气象数据进行挖掘和分析，找出天气变化的规律和趋势。通过对不同地区、不同季节的气象数据进行分析，可以建立起准确的气象预测模型，为公众提供准确的天气预报。同时，还可以根据公众的个人喜好和需求，将气象信息进行个性化定制，比如根据用户的位置、时间等信息，提供相应的天气预报和建议。此外，还可以利用大数据整合技术，将气象数据与其他相关数据进行关联分析，比如与交通、旅游等数据进行结合，为公众提供更加全面、实用的气象服务。

除了大数据技术，还可以利用移动应用程序、社交媒体平台等渠道，向公众提供便捷的气象服务。例如，智能天气微信小程序、APP，用户可以随时随地获取实时的气象信息，并且可以根据自己的需求进行个性化设置。此外，还可以利用虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术，为公众提供身临其境的气象体验。通过将气象数据与虚拟环境相结合，用户可以在虚拟场景中感受不同天气条件下的气温、风力等感觉，从而更好地了解气象信息。

3.2 精准定制，满足不同公众需求

在新媒体时代背景下，公众对气象服务的需求呈现出多样化的趋势。不同的人群、不同的地区、不同的行业都对气象服务有着不同的需求^[5]。例如，农民需要了解农作物生长所需的气候条件，以便合理安排种植和收获；旅游者需要了解目的地的天气情况，以便选择合适的旅游时间和路线；户外运动爱好者需要了解天气变化，以便做出相应的安全防护措施。因此，更有必要精准定制以满足不同公众需求。

为了实现精准定制这个目标，可以先建立完善的气象观测网络和数据采集系统，收集不同地区的气象数据，并进行深入的分析。同时，结合社交媒体平台上的用户行为数据，分析用户对气象信息的关注点和需求，从而更准确地把握不同公众的气象需求。基于用户数据分析的结果，将气象信息进行分类和标签化，针对不同公众群体提供个性化的推送服务。例如，为农民提供农作物生长所需的气象信息，为旅游者提供目的地的天气预报，为户外运动爱好者提供特定活动所需的气象预警等。通过个性化推送服务，能够更好地满足不同公众的需求。

在传播的时候，利用新媒体平台的优势，建立官方网站、微信公众号、手机APP等多种渠道，将气象信息传播到更多的人群中，并与相关媒体合作，将气象信息融入到新闻、电视节目等中，提高公众对气象服务的关注度和接受度。

3.3 突破传统，打造气象服务通道

气象服务通道是指通过多种媒体和渠道向公众提供气象信息和服务的路径。这个通道不仅包括传统的电视、广播、报纸等媒体，还包括新媒体平台如互联网、移动应用等。通过打造一个多元化、便捷化的气象服务通道，可以更好地满足公众对气象信息的需求，提升公众的气象服务体验^[6]。

新媒体平台具有传播速度快、覆盖面广的特点，是推广气象服务的重要渠道。可以通过与各大社交媒体平台、新闻客户端等合作，将气象信息发布到更多的用户中去。同时，还可以利用

新媒体平台的互动性,开展气象知识科普、灾害预警等活动,提高公众的气象意识和应急能力。

虽然新媒体的发展给传统媒体带来了一定的冲击,但传统媒体仍然是公众获取气象信息的重要途径之一。可以借鉴新媒体的运营模式,通过改进节目内容、增加互动环节等方式,提高传统媒体的吸引力和影响力。例如,可以在电视天气预报节目中加入互动环节,让观众参与天气预测,增加节目的趣味性和参与感。

除了新媒体平台和传统媒体,还可以通过建立气象服务网站、手机应用等方式,为公众提供更加便捷的气象服务。这些网络平台可以提供实时的天气信息、灾害预警、气象知识等内容,同时还可以实现与用户的互动和沟通。通过建立这样一个完善的气象服务网络,可以满足公众对气象信息的多样化需求,提升气象服务的质量和效果。

在打造气象服务通道的过程中,要注重信息的时效性和个性化。随着科技的发展,公众对气象信息的需求越来越多样化和个性化。因此,在发布气象信息时,可以根据不同用户的需求,提供定制化的信息服务。例如,可以根据用户的地理位置和个人偏好,推送当地的天气预报和灾害预警信息。

3.4 广泛互动,提升气象科学素养

“广泛互动”是提升公众气象科学素养的关键手段。在新媒体时代,公众不再只是被动接受气象信息,而是能够主动参与、互动交流。通过开展各种形式的互动活动,可以激发公众对气象科学的兴趣和热情,提高他们的科学素养水平。在新媒体时代,社交媒体、在线论坛等平台为公众提供了广阔的互动空间。公众气象服务机构可以通过建立官方账号、开设专栏等方式,将气象科学知识以易于理解的形式传播给公众,并提供互动问答、在线讨论等服务,让公众能够参与到气象科学的学习和交流中来。

在新媒体时代,媒体具有强大的传播力和影响力。公众气象服务机构应与各大媒体建立合作关系,共同推出丰富多样、有趣

易懂的气象科学内容。例如,可以与电视台合作制作科普节目,与报纸、杂志等合作刊登专题文章,与网络媒体合作推出科普视频等。通过媒体的力量,将气象科学知识传播给更多的人群,提升公众的气象科学素养水平。也可以通过举办线上线下的气象科普讲座、展览、比赛等活动,可以吸引公众的关注和参与,提高他们对气象科学的认知和理解。同时,可以邀请专家学者、从业人员等进行讲解和解答,提供权威的气象科学知识,增强公众对气象服务的可信度和信任度。

4 结语

综上所述,在新媒体时代,公众气象服务正经历着深刻的变革。社交媒体、移动应用和物联网等技术的普及,使得气象信息传播速度更快、范围更广。然而,这也给公众气象服务带来了新的挑战,比如如何满足多样化的公众需求、如何应对信息传播过程中的失真和谬误、如何提高公众对气象科学的认知等。针对这些挑战,新媒体时代背景下的公众气象服务发展应该从大数据整合、精准定制、突破传统、广泛互动等方向出发,将有助于提高公众气象服务的质量和效率,满足新时代下公众对气象服务的需求。

[参考文献]

- [1]张丽平.提升锡林郭勒盟气象影视服务能力与水平的策略探究[J].西部广播电视,2023,44(20):88-91.
- [2]陈静怡,周毓,陈思静.贵州气象融媒体发展现状及思考[J].中低纬山地气象,2023,47(04):108-112.
- [3]陈农.全媒体时代气象科普传播策略研究——以黑龙江省气象服务中心为例[J].科技传播,2023,15(14):16-18+22.
- [4]杨玲,刘琚婷.公众气象服务可视化传播的现状与发展探析[J].湖南大众传媒职业技术学院学报,2022,22(04):15-18+85.
- [5]付雯,李树岭,张晓卿.公众气象服务的精细化发展方向探究[J].黑龙江气象,2022,39(02):28-30.
- [6]刘杰.新媒体时代武川县气象服务现状与思考[J].内蒙古科技与经济,2020,(14):70.