

文章编号:1673-8411 (2014) 02-0114-04

提升气象微博公众服务能力的策略探析

罗桂湘

(广西气象服务中心, 南宁 530022)

摘要:利用科技传播理论剖析微博个案,探析提升气象微博公众服务能力的策略:除了增强气象信息的科学性之外,还可借鉴其他科技微博的做法,在通俗性、可视性、贴近性、互动性等方面努力,扩大气象微博的影响力、增强粘度,力争使气象微博成为群众的好顾问、好帮手。

关键词:气象微博;公众服务;移动应用;互动;分享

中图分类号:P49

文献标识码:A

Discussion on strategy of promoting public service ability in meteorological micro blog

Luo Gui-xiang

(Guangxi Meteorological Service Center, Nanning Guangxi 530022)

Abstract: Based on analysis of some micro blog by technology spread theory, the strategy promoting micro blog in public meteorological service ability is discussed: Besides meteorological information have to be strengthened in profession, lessons from the practice of other technique micro blog could be draw, in terms of popularity and visibility, closeness, interactivity, the influence of meteorological micro blog should be expanded, and viscosity should be enhanced to strive to make meteorological micro blog as a good adviser, a good helper for the masses.

Key Words: meteorological micro blog; public service; mobile applications; interaction; share

1 引言

气象微博是近几年我国发展最为迅速的公共气象服务手段之一,尤其是2011年8月中国气象局下发《关于做好微博气象服务的通知》以来,各级气象部门充分利用微博开展气象服务工作,及时更新发布天气预报预警信息、气象科普知识,与网友沟通互动、答疑解惑,社会反响良好,粉丝数不断飚升。关于气象微博,气象服务工作者已经做了不少有益的探讨^[1-11],其中大部分是较为宏观尺度的分析。本文将从较为微观的尺度,运用科技传播理论剖析一些微博个案。

2 影响气象微博服务能力的因素

从经认证的官方气象微博中,抽取国家级、省级、市级一共56个微博帐号,从各帐号2012年至2013年的微博中抽取20条微博为分析样本,共得到1120个有效样本。

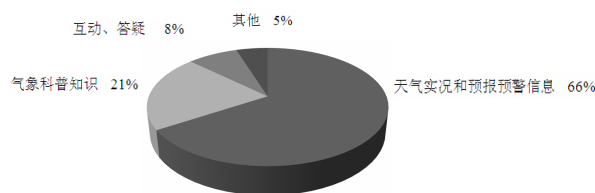


图1 气象微博主要内容分布

收稿日期:2014-01-10

项目来源:广西科学研究与技术开发计划项目《壮族地区气候变化科普工作新模式研究》、广西气象局气象科学研究与技术开发重点项目《广西公共气象服务产品包装与分发技术的应用》(项目编号:桂气科200901)。

作者简介:罗桂湘(1972-),女,广西资源人,高级工程师,从事气象服务工作。

从主要内容来看, 气象微博最多的是天气实况和预报预警信息, 占 66%; 其次是气象科普知识, 占 21%; 与受众的互动和答疑解惑, 占 8%; 其他内容, 占 5%(图 1)。经认证的官方气象微博据有权威性和科学性, 以发布气象信息为主业, 是受众选择气象微博的主要原因。结合天气现象和人们的疑问, 适时进行科普, 是辅助人们理解和应用气象信息的重要手段。与受众互动, 是增强情感粘度的好方法。

通过对比发现, 在样本微博中, 浏览、转发和评论数多的微博主要有: 重大灾害性天气过程的微博、有趣的微博。有图和视频的微博比无图微博浏览和转发数多一些。美中不足的是, 有不少微博是直接天气预报和公报的内容照搬过去, 并没有根据微博传播特点和受众特性进行包装和转化, 显得有些生硬, 缺少人情味, 而且专业性太强、通俗性不足。

以气象微博为公众服务, 首先要满足人们对气象信息的知情权, 尤其是防灾减灾方面的需求, 所以气象微博以科学性为第一位, 体现出专业性和权威性; 其次, 微博的主要受众是年轻人, 他们更崇尚活泼、随性的传播方式, 而且喜爱读图, 所以气象微博要增强通俗性和可视性; 为了更好地了解受众需求, 及时为受众提供贴心服务, 拉近与受众的心理距离, 有必要增强气象微博的贴近性和互动性。

3 提升气象微博服务能力的策略

3.1 增强科学性

气象微博的科学性是增强服务能力的最重要一环, 除了对重大天气气候事件的及时报道, 还要深入挖掘社会关注热点, 依托丰富的气象数据和专家资源优势, 对气象信息进行深度加工和解读。

中国天气网编辑根据中央气象台整理的相关数据, 编发题为《“夜温”排行 黑夜淹没不了的热》的微博, 首次发布全国夜温排行榜(夜间最低低温 $\geq 30^{\circ}\text{C}$ 的城市), 引起社会广泛关注, 此微博被多家媒体官方微博引用。借助这一舆论热点, 引导公众更加科学、全面地认识高温现象, 气象微博的权威品牌形象也得以广泛传播。

3.2 兼顾通俗性

在确保科学性的前提下, 兼顾科学性与通俗性的平衡, 增添必要的辅助信息, 可以帮助人们更好地理解和应用气象信息。比较有效的方法之一是运用人们熟知的事物打比方、举例子。

腾讯微博“广西天气”的一则微博: “北海合浦党

江镇今早 07 时前 24 小时雨量高达 513.8 毫米, 相当于 1000 多瓶 500 毫升的矿泉水倒在 1 平方米地面上。”因为受众对于多少毫米的雨量没有直观感受, 所以换算成矿泉水, 有利于增强受众的感性认识。

新浪微博“浙江天气”的系列微博: “随着‘布拉万’的远去, 多变的‘天秤’好似后悔没有答应‘布拉万’的追求, 迅速折回, 反追它的白马王子, 能否追上, 请听下回分解。”“‘天秤’追随着‘布拉万’的轨迹飞奔而来, 虽然让我省沿海有些风中凌乱, 但人家一心想着‘情郎’, 无暇顾及沿途的风景。”“‘天秤’和‘布拉万’上演的‘牛郎织女爱情大戏’已基本落幕, 我省又重回风平浪静。”这些微博用类似于章回体小说的形式, 报道双台风的活动, 用“牛郎织女爱情大戏”来比喻双台风互旋, 将复杂的科学事件讲解得比较通俗有趣。

3.3 增添可视性

在这个读图时代, 人们期待“有图、有真相”, 图片和视频可以直观报道所发生的事件、激发起人们对气象科技的兴趣、满足人们的好奇心。在气象微博中适当应用可视化信息与文字信息相辅相成, 形成传播合力, 强化传播效果。

腾讯微博发布图片报道上海高温, 用数层楼高的大温度计照片来显示已达 42°C (图 2)。新浪微博“广东天气”发布五彩云图片给公众讲解科普知识。《中国国家地理》杂志社执行总编单之蔷的微博, 常常编配精美罕见的图片, 趣味与科普并重, 吸引大量粉丝, 这可能是他荣获 2011 年“年度公众最喜爱科学传播人”的原因之一。科普组织“科学松鼠会”也常通过大量包含图片的微博宣传科普知识, 深受公众喜爱。



图 2 上海大温度计显示高温

3.4 增加贴近性

要让粉丝感觉可亲可近,需要从心理上、文化上多方面想办法拉近与他们的距离,加强贴近性,努力营造人际传播的氛围,增强微博黏度。

新浪微博“中国气象网”:【太阳表面出现 7 年来最大黑子群】“近日,中国气象局国家空间天气监测预警中心监测表明,太阳表面出现 2005 年以来最大黑子群,但是对我国短波通信和导航定位未产生影响。”太阳黑子活动,看似与人们相去甚远,最后一句话,体现了该事件与人们的交通、通讯的关联。

新浪微博“浙江天气”,用当时在网络流行的“咆哮体”来讲台风的防御知识,比简单照抄防御指南效果要好,拉近了与网民的心理距离。

新浪微博“广东天气”:“冷空气到咗广州啦,又是风又是雨,广州 15 时同比昨日下降 7.4 度。一场秋雨一场凉,您须及时添衣裳——着多件衫啦!”方言的运用,本地化表达,很是贴心。

新浪微博“苏州气象”:“今天立冬,天气果然就有了点冬的米道,高低温相差只有 2 度,跟前几天判若二季,让人情何以堪哪。明天仍然是这样的天气,雨还会似有若无地下着,高低温还会这样粘稠着,北风还要大些,所以 9 日上下班路途你可要穿暖和了,如果路途遇到下雨还得注意小心慢行,这天黑得越来越早了呢。”用类似于吴依软语的提示,既有地域上的接近,又有文化上的内涵,贴近当地百姓需求。

新浪微博“中国天气网”:“西湖历来有‘晴湖不如雨湖’之说,有人说西湖的雨好像不是下的,而是纺的,淅淅沥沥,一头拉着云,一头拽着雾。白蛇娘子和许仙雨中游西湖,正是因借伞还伞才相知相爱,结为夫妻,并导演了一幕流传千古的爱情佳剧。风从远处挤来,挤得伞斜了,柳斜了,雨斜了,整个西湖都斜了。”这种小清新的文艺范儿,非常对文艺青年的口味。

3.5 强化互动性

要充分发挥微博的特性,需加强与受众的深层互动、线上与线下活动相结合,增强微博的影响力;及时回复受众的问题,为他们答疑解惑,提供有价值的信息,培养忠实粉丝。

新浪微博“中国国家地理”:“再次邀请您,去世界上幸福指数最高的国家不丹迎接新年。”将受众的关注由线上延伸到线下。《中国国家地理》杂志社执行总编单之蔷,提前把候选的杂志封面放在他的微博里,让读者投票选出最中意的封面,作为发行参考。这种深层次的互动,使杂志的出版方向更明确,

更受读者欢迎,多种媒体的整合传播、互相造势,的确是多赢互利的行为。

2012 年春运期间,中国天气网推出“用微博记录春运天气故事”活动,非常吸引人气,同时也为出行的人们实实在在地提供了参考。

台湾大爱电视台气象主播“气象达人”的新浪微博关于球迷询问职业棒球赛天气的答复:“今晚台中风向是左外野往右外野吹,明后天高雄是左外野逆风,球迷们要坐对地方啊!”

新浪微博“天气问问”每天下午三点到四点,安排专家为网友在线解答天气疑问,成为网友喜爱的“顾问”。

中国气象局的电视气象节目主持人宋英杰、广西气象局的电视气象节目主持人张雷等,利用个人微博与受众互动,与受众探讨气象知识,分享个人关于气象的感受,人性化的传播方式很受欢迎。他们将电视气象节目链接到微博里,扩大了信息容量,也方便一部分没来得及看电视节目的群众了解气象信息。宋英杰在电视节目当中,把中国天气网微博中的沙尘暴照片与全国观众分享,既方便了公众,也实现了气象新闻资源的最大化利用。



图3 中央电视台《天气预报》节目应用微博照片

4 气象微博发展的方向

我们可以借鉴一些先进的传媒技术和理念,改进气象微博的互动方式和内容。如“Leafsnap”(树叶快照)项目^[12]。“Leafsnap”是世界上首款识别植物的移动应用程序。用户可以随时随地拍摄自己不认识的植物的叶子,将照片上传,然后系统会自动上传到数据库进行匹配,最后它会反馈出来一些与你观察的叶子样貌类似的植物,包括名字和相应信息。我们可以参考这种思路,公众随手拍的天气现象、云的形状等等,如果有技术支撑,就可以实时互动,通过微博在线反馈相应的信息,强化服务 (下转第 124 页)

人事档案信息存储量是巨大而复杂的,经常会因为不可抗拒或未知的因素导致破坏与丢失,而且造成的损失更是难以估计的。因此,及时、快速、安全、可转移性强地对档案数据进行备份是非常重要的。在本系统中,提供了常规的 EXCEL 与 ACCESS 数据库备份方式外,还提供了一个永久归档功能,此功能技术特点是将目录数据与扫描原文数据有机地组织合成为一个特殊的档案文件,设置有特殊的密钥,标记有单位水印,且不能篡改,方便管理和移交,可以作为一个永久文件进行保存。

3 结束语

人事档案管理的信息化、自动化是各级气象部门人事管理的发展趋势和要求。南宁市气象局等单位开发的南宁市气象局干部人事档案管理系统走在广西地市级气象部门人事档案管理信息化的前列。从 2 年多的实际应用情况来看,该系统所提供的人事档案信息化管理的应用平台既解决了日常档案利用率与档案易损物理性间的矛盾,又规范了人事档案的保管标准与方法,提高了干部人事档案管理的科学化水平,加强县级气象局档案科学化管理,同时,大大地减轻了人事档案管理人员的劳动强度,把

档案管理人员从传统的繁琐管理模式解放出来,腾出更多的时间学习先进的管理知识,提高人事档案管理水平。该系统所提供的人事档案信息化管理应用平台可以在广西各地市级气象局推广应用,共同提高各地气象部门干部人事档案管理的科学化水平。

参考文献:

- [1] 张珊瑛.浅谈气象部门人事档案的信息化建设 [J]. 现代化管理, 2004, 10 (2): 261-265.
- [2] 李冰兰.周小春.浅谈对人事档案整理工作的认识 [J]. 气象研究与应用, 2012, 33 (s2), 142-143.
- [3] 梁珊珊, 谢金霞.关于加强气象部门人事档案管理的思考 [J]. 气象研究与应用, 2013, 34 (1), 96-98.
- [4] 任思宇.浅谈气象档案管理系统在广西气象档案现代化工作中的应用 [J]. 气象研究与应用, 2011, 32 (s2), 271-272.
- [5] 银燕, 殷明.广西装备供应管理系统在装备保障中的应用 [J]. 气象研究与应用, 2011, 32 (1), 70-73.
- [6] 郑怡, 农艺, 丘凤等.广西气象部门用友 A++财务管理软件系统之研究 [J]. 气象研究与应用, 2012, 33 (4), 102-105.
- [7] 李欧.人事档案管理信息化的几点思考 [J]. 鞍山师范学院学报, 2013, 15 (4), 108-110.

.....
(上接第 116 页)

和科普效果。

微博还有一个重要的功能就是分享。Discovery 的移动应用“WhizzBall!”通过猜谜游戏来传播科学知识^[12],允许用户邀请自己 Facebook 和 Twitter 上的好友来解答自己的疑问。咱们气象微博也可以设置更多的可分享的内容和环节,增强趣味性和扩大影响面,让更多的粉丝参与到气象科学传播中来。

美国驻华使馆新浪微博显示,美国政府把环保宣传工作与 APP 应用相结合,推出一款“神奇的海军应用软件”^[13],通过文字、图片、音视频、超链接等多种新媒体技术,实现了微博内容的多样性和丰富性、互动性,也值得我们借鉴。

参考文献:

- [1] 梁晓妮, 雷俊, 周亦平.微博在气象服务中的应用探析 [J]. 浙江气象, 2011, 32 (3): 32-34.
- [2] 高晓斌, 翟娟, 闫靖靖.气象微博在陕西公共气象服务中发挥的作用 [J]. 陕西气象, 2011, 36 (6) 65-68.
- [3] 陈恒明, 朱平, 陈静等.广东天气微博传输气象信息服务的效益研究 [J]. 安徽农业科学, 2011, (31): 277-279.

- [4] 骆月珍, 谢国权, 钱吴刚等.对气象微博发展的几点思考 [J]. 浙江气象, 2011, 16 (04): 34-38.
- [5] 雷瑛.气象微博及其在公共服务中的发展建议 [J]. 安徽农学通报 (下半月刊), 2012, (06): 134-137
- [6] 李娜, 卢伟萍, 秦鹏.微博在公共气象服务中的应用及发展 [J]. 气象研究与应用, 2012, 33 (2): 107-109, 121.
- [7] 程莹, 周亦平, 李倩等.如何用微博做好气象服务的思考 [J]. 科技通报, 2013, (3): 67-69.
- [8] 邓长菊, 李津, 马小会.气象微博发展的问题分析及对策思考 [J]. 安徽农业科学, 2012, (33): 135-139.
- [9] 陈恒明, 高权恩, 陈玥煜等.如何做好官方天气微博信息服务 [J]. 广东气象, 2012, 35 (5): 89-91.
- [10] 王冠宇, 刘昕, 赵柳扬等.气象微博在防灾减灾服务中的重要作用 [J]. 黑龙江气象, 2012, (4): 77-80.
- [11] 刘成成, 杨琨.气象微博成最亲民公共服务方式 [N]. 中国气象报, 2012 年 3 月 23 日.
- [12] 刘相法, 肖云, 周荣庭.移动时代面向公众的科学传播方式的创新 [J]. 科普研究, 2013, (3): 53-57.
- [13] 杜志红, 侯悦.微博外交: 美国驻华使馆微博使用情况研究 [J]. 现代传播, 2013 (3): 66-71.