

新媒体时代气象服务面临的挑战及发展思考

王道朋

(山东省单县气象局, 山东 菏泽 274300)

摘要: 随着社会与科技的飞速发展, 新媒体凭借其实时性强、交互性强及传播范围广等优势在民众日常生活中日益发挥着不可替代的重要作用, 不仅彻底改变了民众获取信息的方式方法, 还使气象服务质量实现了显著提升。基于此, 本文首先阐述了新媒体的内涵与特点, 后重点针对新媒体时代气象服务面临的挑战提出几点发展思考, 以期能够为提高新媒体气象服务质量提供一定的借鉴与参考。

关键词: 新媒体; 气象服务; 挑战; 发展

1 新媒体的内涵与特点

1.1 新媒体的内涵

新媒体指的是以网络技术与数字技术为基础而逐渐发展起来的一种新型的媒体形式, 不仅能够提升信息传播速度, 并满足人们对信息的广泛需求, 还能为人类社会的发展起到一定程度的促进作用。从广义角度而言, 新媒体包括手机媒体、网络媒体及传统媒体经过更新与升级之后的新媒体; 而狭义的新媒体指的是与之前的媒体相比, 其传播理念、方式与技术等均发生明显改变的媒体。新媒体的应用使所有人能够同时扮演发布者与接受者双重角色。互联网和手机作为新媒体的代表, 被称为第四与第五媒体, 与报纸、广播、电视等传统媒体具有明显区别。

1.2 新媒体的特点

新媒体主要包括现代移动网络媒体及互联网媒体两种。就移动网络媒体而言, 手机作为主要信息传播载体。相关数据统计得出, 截止 2014 年 1 月底我国中国移动通讯用户已经达到 12.35 亿, 由此可见其受众资源较为丰富, 且具有庞大的用户群。而互联网媒体则表现出时效性与互动性强、数据资源量大等特点。

与传统媒体相比, 新媒体表现出以下几个特点: ①内容丰富。新媒体包含的信息量大, 而且所有信息不必局限于某一区域范围内, 全球的信息都能够在新媒体网络当中实现快速传播; ②人人参与。在新媒体环境下, 信息发送者与接收者之间呈现出一种双向的互动关系, 所有人既可以成为信息的传播者, 又可以是信息的发布者; ③信息发布速度快。使用新媒体发布与传播气象信息时不必再受到时间与空间的限制, 广大用户能够随时随地发布与接收各种各样的信息; ④表现形式多样化。新媒体能够将文字、图片、音频、视频等多媒体技术相互融合, 与传统媒体相比其表现形式更加多样化; ⑤个性化突出。每位受众都能够以自身的需求、爱好等为依据选择合适的信息, 彻底改变了被动阅读与观看的传统模式。

2 新媒体时代气象服务面临的挑战

2.1 传统气象服务面临的困境

(1) 公众气象服务“守旧”。新媒体时代背景下, 对以声讯 12121、手机短信、气象网站等为代表的公众气象服务形成了极大的冲击。近些年来, 声讯 12121 电话在加大宣传、内容改变等方面采取了一系列措施, 然而其拨打量依然与季节、天气过程等密切相关。手机短信作为人们获取气象信息的重要方式之一, 近些年来山东省气象短信的使用量也呈现出明显下滑趋势; 就气象网站而言, 多以发布天气预报信息为主, 且经过多年的发展也从未改变, 不仅

导致气象服务内容较为陈旧, 还无法与特定用户的需求相符合, 进而导致气象服务的质量不高。

(2) 专业气象服务产品不“专”。专业气象服务应当以特定用户的需求为依据为其提供有针对性的专业气象服务产品。然而, 现有专业气象服务产品缺乏针对性, 无法与用户的个性化需求相符合, 而且还普遍存在着使用公众气象服务替代专业气象服务, 以预报产品替代专业气象服务产品的现象。

2.2 新媒体技术未能完全融合到气象服务业务当中

新媒体技术的快速发展, 使气象信息服务形态日趋多样化。但是现有气象服务在新媒体技术、方法等方面的研究还比较薄弱, 采用新媒体技术开发出的气象服务产品较少。而且, 从事气象服务技术开发、方法研究、产品应用等方面的专业人员较少, 在实际业务当中也未能全面普及新媒体技术。再加上气象部门无法及时对气象服务技术进行更新, 且新媒体技术未能与气象服务业务之间相互融合, 进而导致新媒体气象服务的效果不尽人意。

3 新媒体时代气象服务发展思考

3.1 优化传统媒体服务

3.1.1 打造传统气象服务品牌

传统媒体主要包括声讯 12121、手机短信及气象网站, 这些传统媒体历经了多年的发展虽然占据了一定的服务用户市场, 然而在品牌建设上其步伐相对迟缓。而新媒体具有内容丰富、发布快捷、交互性强、表现形式多样化及个性化突出等特点, 在新媒体的影响与冲击作用下, 传统媒体服务群体正显著减少。因此, 传统媒体必须重视品牌服务建设, 不仅能够提升其核心竞争力, 还能在新媒体的冲击作用下占据有利地位。打造传统气象服务品牌, 不仅要逐渐深化气象服务内容, 还要积极对气象服务形式与方式进行创新, 以实现气象服务水平与质量的显著提升。另外, 传统媒体应当重视社会热点问题及民生问题, 既能够打造气象服务品牌, 还能使用户对传统媒体气象服务的粘性实现显著增强。

3.1.2 使传统媒体服务于微博、微信等新媒体之间实现良好对接

传统媒体受到单项传播的限制, 导致信息发布者与接收者未能进行有效的沟通, 更无法及时作出反馈。气象部门通常将自身以为大众需要的信息发布出去, 然而却无法与广大用户的需求相符合。微博、微信等新媒体具有内容丰富、传播速度快等特点, 而且还鼓励受众及时进行反馈, 以充分了解广大受众的需求, 并确保气象信息能够更加贴近民生。因此, 新媒体应当与传统媒体相互对接, 两者之间相互联合以确保为大众提供更加优质的气象服务。

3.2 强化气象服务人才队伍建设

气象服务工作涉及的领域较多,因此不仅要求工作人员掌握专业的气象知识与技术能力,还要具备融合多元化知识与技术的能力。在新媒体时代,气象部门还应当培养工作人员的创新意识,以实现气象服务领域的大幅拓宽。而且气象服务工作还要求工作人员具备一定的沟通能力、服务意识及协作意识。除此之外,气象部门还应当积极引进高层次人才,以充实气象服务人员队伍,并定期组织新旧气象服务人员参加相关技能培训活动,以实现气象服务队伍整体质量与水平的显著提升。

3.3 加强合作,形成气象服务发展合力

3.3.1 借助政府、主流媒体开展公益服务

在新媒体背景下,气象服务也应当逐渐拓宽思路,并强化与政府部门之间的合作,以尽可能使气象服务被政府购买,以期能够免费为广大受众提供气象服务,并实时发布覆盖各个地区的气象信息,以拓宽公益服务的覆盖范围。另外,还要强化与主流媒体之间的合作,并使新媒体的优势得到充分发挥,既能够及时做好气象科普宣传工作,还能及时发布权威的气象信息,进而实现公益服务范围的显著拓宽。

3.3.2 开展精细化气象服务

目前,气象部门正加速构建新型的气象服务体系。在此过程中,气象部门积极引进社会力量,并充分利用媒体网络、农业龙头企业、公司等多项社会资源,并使其完全融入到社会服务体系当中,不仅能拓宽气象服务产品发布渠道,还能推动社会各领域精细化气象服务的顺利开展。另外,气象部门还应当积极引进社会力量参与到气象服务工作当中,为精细化气象服务工作的顺利开展注入了新的活力,以期能够使气象部门获取可观的经济效益与社会效益。

参考文献:

[1]王小娟,梁春旺.新媒体时代邢台市气象服务现状及应对措施[J].科技与创新,2019(4):61-62.

[2]张质信.新媒体时代的气象服务探讨[J].南方农业,2016(27):140-141.

[3]褚希,石振彬.新媒体时代的气象服务发展探讨[J].科技传播,2015(10):168-170.

[4]滕景文,樊慧娟,莫家尧等.浅析新媒体在气象服务中的应用与发展[J].气象研究与应用,2016,37(增刊I):110-111.

作者简介:王道朋(1963-),男,汉族,山东菏泽单县人,大专学历,助理工程师,从事气象服务与应用气象工作。