

文章编号: 1006-4354 (2011) 06-0040-03

# 气象微博在陕西公共气象服务中发挥的作用

高晓斌<sup>1</sup>, 翟娟<sup>2</sup>, 闫靖靖<sup>3</sup>

(1. 陕西省气象局, 西安 710014; 2. 陕西省气象服务中心, 西安 710014;

3. 陕西省气象影视与宣传中心, 西安 710014)

**摘要:** 微博以其快速、方便、分享、互动、时尚的特点, 成为气象部门及时发布和传播气象预警信息的重要手段, 可以作为公共气象服务体系建设组成部分。陕西气象部门利用腾讯微博, 积极打造公共气象服务的新途径, 宣传西安世园会气象服务保障工作和气象科普工作, 取得了良好的成效。就如何进一步利用微博拓展气象服务的实现方式、建立长效机制, 提出了明确定位、加强管理、增强互动、合作双赢等措施。

**关键词:** 气象微博; 公共气象服务; 陕西

**中图分类号:** P49

**文献标识码:** B

当前, 微博已发展成为互联网最具代表性的应用, 也成为气象部门及时发布和传播气象预警信息的重要手段。经调查, 更多的网友希望每天都可收到来自媒体刊载的天气预报, 以及气象部门发布的预警信息或服务提示和指导等。随着网络媒体和手机终端技术的迅速发展, 气象部门纷纷开通官方气象微博, 开展公共气象服务。

## 1 微博已成为公共气象服务的重要手段之一

自2011年1月起, 中国气象网、中央气象台、中国天气网、中国气象频道以及大部分省、市级气象部门纷纷开通官方微博。和人们习以为常的天气预报方式所不同的是, 通过微博发布的天气预报, 常带有网络流行语或当地方言, 内容通俗易懂, 其新潮、亲和的表达方式, 迅速吸引网友的关注, 并广受追捧和热议。

微博在信息传递上有着传统媒体不具备的优势, 网友只要通过能够上网的手机、电脑, 便可随时、随地登陆微博, 查看、发布信息, 同样, 登陆当地气象局开通的微博即可获知当地的天气信息。通过微博, 公众不但可以接收更加及时、更为精细化的实时天气信息, 还能与气象部门及

时互动。凭借快速发布、快捷分享的特点, 微博已成为公共气象服务的手段之一。

## 2 全国气象部门气象微博的开展情况及影响

据不完全统计, 目前在新浪、腾讯两大主流网络媒体的微博平台上通过官方认证的气象微博已达120余家。在腾讯微博平台上, 中国气象、中国天气网、广东天气这3家官方气象微博的“粉丝”均已超过百万。在新浪微博上, 广东天气微博的“粉丝”数也遥遥领先。在此, 以广东天气微博为例来分析。

2011年3月9日和16日, 广东天气官方微博分别在新浪、腾讯上线, 开始为公众提供气象信息服务, 主要包括预报、科普、互动、话题等四大类信息。广东省气象部门开发了广东气象官方微博统一发布与管理平台, 制定了严谨、明晰的《广东气象微博工作流程及内容规范》, 严守内容采编流程及内容规范。截至8月5日, 广东天气微博在新浪和腾讯两网“粉丝”超过155万人, 共发布信息超过800条, 平均每天更新5~6次。7月公众直接转发量达3万次左右, 评论量逾3000次。在有实际意义的网友评论中, 赞

收稿日期: 2011-09-15

作者简介: 高晓斌 (1966—), 男, 陕西榆林人, 学士, 从事行政管理和宏观政策研究。

扬占 61%, 明显超过其它类别。

广东天气微博开通之后, 中山、佛山、深圳、汕尾等 21 个城市气象部门相继开通微博, 基本形成了广东气象官方微博服务群。广东省气象部门开通的官方微博已经实现了业务化运作。据深圳市气象局对 6 月一次暴雨过程气象服务满意度调查显示, 市民获取气象服务信息方式中, 微博占 26.39%, 仅次于气象网站; 公众最希望获取气象服务信息的途径中, 微博列第二, 仅次于手机短信。

### 3 陕西气象腾讯微博的开展情况及效果

以西安世界园艺博览会举办为契机, 2011 年 3 月 16 日, 陕西省气象局官方微博“陕西气象”(http://t.qq.com/sxweather) 在腾讯网正式开通, 现已开设网播天气、世园动态、服务之窗、科普园地、活动广场、温馨提示等多个固定栏目, 同时根据天气变化, 还适时增加天气趋势、天气实况、气象预警多个栏目。新颖、醒目、特色的标题, 吸引了众多粉丝, 特别是“地球一小时”、“陕北沙尘暴”、“暴雨预警”等话题, 从实况、图片、科普等多层面发布微博, 与网友展开互动, 受到高度关注与好评。自开通之日起, 关注微博动态的人数以每天 2 000 余人在不断增加。截止 9 月 10 日, 人数已达 14.5 万余人。借助腾讯网络庞大的受众群体, 通过上传文字、图片、视频等丰富的气象信息, 使得气象服务信息覆盖范围日益广泛, 对实现“最后一公里”做好防灾减灾预警信息服务也是一种全新的尝试和突破。

陕西气象微博的开通和运行, 不仅是传播气象信息的有效途径, 而且充分宣传和推广陕西气象系统的业务、服务、技术、科普等各类资讯。通过一系列话题的发起并引发关注, 增强了气象科普的传播率。气象微博使气象部门以一种“平民化”身份, 与网友真实、随时、及时互动交流, 从而真正了解和搜集到社会公众对气象的需求、问题、意见、建议、满意度等反馈信息, 使气象服务更有针对性。不仅有效促进和提升公共气象服务的能力和水平, 从某种意义而言, 也成为气象部门形象塑造和开展危机公关的有效手段。

### 4 利用气象微博拓展气象服务的思考及建议

气象部门利用微博的快速发布、快捷分享、

广泛互动、全面参与等特点, 创新了气象信息传播的途径, 加快了气象信息在社会多层面的传播速度, 改变了气象部门参与社会管理、与公众交流互动的方式。微博作为一种新兴媒体已经在气象服务中发挥了重要作用, 成效显著。因此, 在新的信息时代下, 要深挖微博在做好信息公开、网络问政方面的作用, 不仅要继续充实预报预测实况、科普知识宣传等公共气象服务内容, 更要利用微博这个平台, 及时发出官方第一声音, 塑造良好的部门形象。

#### 4.1 明确定位, 重视和发挥气象微博的作用

为充分利用微博开展气象服务, 将气象微博纳入气象业务体系建设, 作为公共气象服务业务的一项内容大力发展。充分利用网络、手机媒体等, 搭建微博传播的新载体和新平台, 大力宣传气象业务和服务。建立全省微博服务体系, 包括建设依托多平台的省、市、县三级气象官方微博, 开发全省统一管理和发布支撑系统, 将气象官方微博发展为陕西省气象部门及时发布和传播气象预警信息的重要手段, 打造成为“百姓生活的参考、气象科普的园地、应急信息发布的平台以及与公众沟通互动的桥梁”, 实现提高公共气象服务能力, 引导社会公众参与、打造部门品牌形象。通过“微博”建立起三个窗口: 一是建立陕西气象部门对外服务与宣传气象的窗口, 二是建立推广世园会等重大活动气象服务的窗口, 三是建立了解社会关注的焦点热点、了解百姓需求问题和意见建议的窗口。

通过微博及早发现气象服务存在问题, 及时对公众关心、关注的气象科普、气象热点焦点事件、重要天气过程、重大气象服务等问题作出回复和正面引导, 快速解惑答疑、增信释疑, 将可能产生的气象服务舆情解决于萌芽, 并将其制度化、常态化。同时, 还应建立微博问题库以及以科普、预警防范、温馨提示等内容为主的资料库, 根据网友点评, 有效应对和引导在网上发起的各类舆论。

充分利用微博这个平台, 不仅能大幅度提高发布效率, 还能吸引各年龄层, 尤其是年轻人群对气象的关注, 建立支持陕西气象的公共友情队

伍, 建立关注陕西气象的用户群。

#### 4.2 多措并举做好气象微博的管理、运行及维护

微博气象服务应纳入业务化运作。各级气象部门指定专门气象服务机构负责气象官方微博的运行和维护, 建立微博气象服务业务流程和规范, 加强信息发布安全管理, 定期开展培训和交流, 并进行阶段性总结。要有专门机构负责微博信息的编辑审核发布、博友互动、用户反馈意见的搜集整理、微博专题策划与推广运营等多项职责。加强微博气象服务信息发布的安全管理, 实现采、编、发分离, 避免错误信息发布造成严重影响。组建专业的微博服务和保障团队, 培养一批业务素质高、文字功底好、应变能力强的微博发布和维护队伍。

#### 4.3 精心策划, 加强公众参与气象服务的积极性

互动是判断微博关注度和活跃度的标准之一, 也是微博气象服务质量的重要衡量标准。要积极探索并建立气象服务微博互动新模式, 采取有效措施使公众从单纯的信息接收者转变为信息传播者和参与者, 扩大气象信息传播范围。加强与微博用户的日常对话, 提高气象服务微博的活跃程度。

为了不断提升公共气象服务水平, 还要通过微博定期收集公众对气象服务的需求, 开展公众对气象服务满意度的调查, 开展公众对预报预测准确率的调查评估, 为改进气象服务工作、提高气象服务水平奠定基础。要加强微博气象服务效果评价, 定期对微博粉丝数、原创消息数、各栏目互动情况等进行统计分析。

#### 4.4 打造省市联动“气象微博群”的强势宣传体系

对省、市、县官方微博进行职责界定和分工, 在积极打造“陕西气象”微博这一省级官方微博的同时, 协助并带动各地市局迅速建立起各自的本地气象微博, 形成省、市联动的气象微博强势宣传体系, 充分彰显陕西公共气象服务的水平和

能力, 增强气象部门的影响力和美誉度。按照全省统一品牌、各地个性服务为原则, 力争实现微博服务与原有手机短信、网站等传统服务手段的良性互动发展。在微博发布过程中, 根据群众的关注率及意见, 不断对气象服务内容进行完善、调整, 以提供针对性强、精细化程度高的气象服务产品。同时, 各市局应及时沟通, 上下联动, 尤其是重大天气过程中, 各台站间要做好衔接, 避免上下不一、自相矛盾的情况出现。

#### 4.5 积极与社会媒体合作, 加强宣传推广

微博是个很好的营销平台, 是信息、服务或产品重要的推广渠道, 有助于开阔视野, 开拓市场, 增加社交范围, 更有利于信息沟通、扩大合作、促进了解、改善服务。努力吸引受众关注度, 不断扩大陕西气象微博的影响力。要充分利用网络平台的优势和资源, 与陕西主流媒体达成合作协议, 实现在各媒体上对陕西气象微博的链接和宣传推广, 扩大陕西气象微博的知晓率, 不断拓展网友互动圈范围, 提升气象部门相关业务、服务、技术、产品的知名度, 有效促进和深化气象部门与各级政府部门、重要行业之间的各项合作。同时通过开展富有个性和轰动效应的推广活动, 加强对气象微博的宣传推广, 扩大公众对气象微博的认知度。

#### 参考文献:

- [1] 王永庆. 气象微博: 传播新途径. 服务新尝试 [EB/OL]. 北京, (2011-06-15) [2011-09-10]. [http://www.cma.gov.cn/qxxw/xw/201106/t20110615\\_96050.html](http://www.cma.gov.cn/qxxw/xw/201106/t20110615_96050.html).
- [2] 何孟洁. 微博成公共气象服务重要手段 [N]. 中国气象报, 2011-09-02 (1).
- [3] 何孟洁. 公共气象服务进入“微博”时代 [EB/OL]. 北京, (2011-08-31) [2011-09-10]. [http://www.cma.gov.cn/qxxw/xw/201108/t20110831\\_102794.html](http://www.cma.gov.cn/qxxw/xw/201108/t20110831_102794.html).