

浅析气象传播全球化的特点、原因及影响

■ 张格苗

发展到现在，气象信息全球化不仅体现在重大气象灾害发生时全世界铺天盖地的媒体报道，更体现在随时随地，只要你想，立刻就能获得全球几乎任何一个地方的天气预报预警、气候状况及各类气象生活指数。

美国斯坦福大学吉登斯教授认为全球化是“某个场所发生的事物受到遥远地方发生的事物的制约和影响，或者反过来，某个场所发生的事物对遥远地方发生的事物具有指向意义，以此种关系将远隔地区相互联结，并在全世界范围内不断加强这种关系的进程。”

尽管对全球化问题的研究由来已久，但在气象传播领域，仍鲜少有针对其全球化特征的分析的探讨。本文将试图探索气象传播全球化的特点、原因及影响。鉴于与气象信息有关的传递与交流都可称之为气象传播，本文中气象传播全球化特指气象信息传播突破国家和地区、民族的地域限制，实现在全球范围内的共享。

1 气象传播全球化的特点

人类的气象活动产生于旧石器时代末、新石器时代初。促进新石器时代到来的根本因素是农业产生，后者推动了气象知识的产生与发展，随着气象知识的传递，就出现了气象传播。而后，它贯穿于整个人类社会发展的全部进程，并且随着社会进步经历了不同的发展阶段，并呈现出不同的特征。

1.1 气象信息传播全球化

中国有句俗语，“一山有四季，十里不同天”。由于纬度、海陆位置、海拔高度、地质条件和地形地貌等的影响，不同地区的天气和气候系统也不尽相同。因此，古代气象传播的属地化特征非常明显。以我国二十四节气为例，因其主要反映的是淮河流域的气候规律，因此相对来说更适用于指导黄淮流域地区的农事活动。

即便是具有现代意义的气象传播，在20世纪90年代以前也大多受地域限制。从20世纪末开始，这种强烈的属地化特征逐渐“败下阵来”。首先表现在重大气象灾害的全球化传播上。1998年，我国境内发生特大洪灾，成为全世界媒体关注的焦点。据不完全统计，到8月下旬，全球有数百家新闻机构近4000名记

者云集湖北、黑龙江等灾区，对中国洪灾进行了直接采访和报道。2005年，美国史上破坏最大的飓风“卡特里娜”给路易斯安那州、密西西比州及阿拉巴马州造成灾难性的破坏，引发全球媒体关注。

发展到现在，气象信息全球化不仅体现在重大气象灾害发生时全世界铺天盖地的媒体报道，更体现在随时随地，只要你想，立刻就能获得全球几乎任何一个地方的天气预报预警、气候状况及各类气象生活指数。

1.2 气象传播者竞争全球化

作为传播行为的发起者，气象信息传播者也经历了由简单到复杂，由单一到多样的变化。从简单的政府加媒体组合到政府、企业、社会组织、个人及各种各样的媒介主体，气象传播者的队伍从未像今天这样壮大过。然而，由于越来越重视气象传播的内容及效果，他们之间的竞争也从未像今天这样激烈过，并且突破了国家、民族的地域局限。

与政府传播不同，企业传播是一种商业行为，为的是追求利润最大化。因此，在大数据时代，气象行业海量的数据资料成为全球各家企业青睐的对象。2016年1月，IBM斥20亿巨资收购天气公司除天气频道之外几乎所有资产，并推出了一款针对企业用户个性定制、能准确预报0.2~1.2英里小尺度局地天气的预报模式。事实上，两年前，谷歌也曾提出要收购天气公司的数据业务，但没有谈拢。除了全球知名企业，在俄罗斯，其最大的网络公司Yandex也在发布短时临近天气预报、实时更新小尺度区域天气提升用户体验方面下了很大功夫，并计划将其天气服务推广至巴西、印度、墨西哥、美国、英国等国。

1.3 气象传播者协作全球化

在竞争全球化的同时，气象传播者之间的协作也在全球范围内广泛展开，而且密切程度越来越深。

其中，最具代表性的就是2016年12月6日生效的《巴黎协定》。《巴黎协定》使得国际上又有了一个

具有法律约束力的气候协议，填补了《京都议定书》第一承诺期2012年到期后一直存在的空白，并且，《京都议定书》只覆盖了主要发达国家，而《巴黎协定》由全球发达国家和发展中国家近200个缔约方共同签订，意义非凡。联合国时任秘书长潘基文对此表示：“曾经难以想象，现在不可阻挡。”用这句话来形容气象传播者之间的协作也毫不为过。

国际组织不但本身承担了气象传播者的重要角色，还协调和推动了各气象传播者之间的合作。在世界气象组织（WMO）官网上，在全球或部分区域开展的国际合作计划就有32项之多，涉及空间天气、农业气象、洪水预警等多个方面；在每年3月23日世界气象日之际，发动全球气象部门共同就一个主题开展庆祝活动。

1.4 全球范围内气象传播公认的规则和价值理念得以形成

传统看来，由于气象传播都是本国家或地区内的事情，各国历史、国情、文化和利益的不同，各国的气象传播规则都有彼此的差别。但公众对准确及时气象信息的需求已成为全球共识。在这种需求的引导下，各机构、组织通过激烈的竞争和深入的合作，逐渐形成了公认的规则和价值理念，如：气象预报预警的时效性、准确率和精细化程度至关重要，无论传播者身份如何，谁的气象信息越及时、越准确、越精细、越贴心，谁就越能吸引到更多受众的支持，也越能得到同行尊重；气象信息只有与行业、生产、生活紧密结合，才能使其效益最大化，因此针对不同行业、不同领域，制作、加工和传递有针对性的气象信息尤其重要；携手应对气候变化是全人类共同的责任，没有任何国家、团体或个人可以置身事外、独善其身；在任何气象灾害的报道中，尊重生命、彰显人文关怀是普世的价值观和准则。

2 气象传播全球化的原因

2.1 经济全球化是气象传播全球化的基本原因

全球化首先是经济的全球化，在经济占主导地位的基础上，世界各种民族和文明在多种领域内逐渐进行交流和融合。在这一过程中，天气气候信息的重要性得以凸显，它影响到生产的效益，贸易和投资的盈亏，也是决定交通、旅游等民生相关活动安全性和舒适度的重要因素，由此催生了世界范围的气象传播需求。着眼于这种迫切需求，气象信息就意味着生产力和利益。谁最先掌握、提供了最有效的信息，谁就在市场上占上风。气象传播全球化的趋势正是为满足世

界范围内气象信息需求而发展起来的。

2.2 全球利益一体化是气象传播全球化的根本原因

在全球化中，世界上各个主体并不是孤立的，而是彼此联系、合作，存在着共同利益，如全球环境问题、生态问题、疾病和健康、和平发展问题等，都关系地球上所有人的利益。正是这些共同的利益使全世界不同文化、不同信仰的人注意力集中到一起，共同关注世界上每个角落发生的事情。

2.3 气象科学发展是气象传播全球化的自然基础

气象科学发展不断证明了地球表层环境的整体性：一个圈层的变化会导致其他圈层的变化，一个地区的变化会引起其他地区的变化，局部变化也会引致半球甚至全球环境的变化。以厄尔尼诺现象为例，原本它只是指南美洲西海岸向西延伸、经赤道太平洋至日期变更线附近的海面温度异常增暖的现象。但从20世纪70年代起，科学家发现厄尔尼诺是全球异常天气的重要原因。近年来，事实更加清晰：在厄尔尼诺年，印度尼西亚、澳大利亚、南亚次大陆和巴西东北部均出现干旱，而从赤道中太平洋到南美西岸则多雨。中国东北可能出现低温，全国大部分地区降水可能偏少。

另一方面，气象科技的进步则让全球气象监测、高分辨率的全球气象预报和高质量的全球气象服务成为可能。欧洲中期天气预报中心的全球数值模式可以提供分辨率达9 km的全球数值预报产品；中国气象局GRAPES全球预报系统也能为东南亚和中亚等地区提供洪水、暴雪、强风、干旱等灾害性天气事件预测信息。

2.4 信息传播方式变革是气象传播全球化的技术基础

在20世纪很长一段时间里，无论在中国，还是在欧洲等发达国家和地区，大众信息传播方式主要由报纸、广播、电视媒体组成。从20世纪90年代开始，几乎与经济全球化同步，国际互联网在全球范围内打破了“三足鼎立”的格局，而经济全球化与国际互联网之间相生相依、彼此促进的关系也颇耐人寻味。现在，全世界网络、手机、移动终端、微博、微信、app等新媒体和自媒体迅猛发展，网络、数字技术出现裂变式发展，互联网呈现出移动化、社交化、视频化、个性化和碎片化等诸多新特点，大数据和云计算能为人们提供海量信息，从而满足不同的人的个性化的信息需求。

这种变革使气象传播全球化在技术上成为可能。数值预报产品可以通过“气象云”实现快速共享；气象服务信息通过新媒体手段和社交网络平台得到更快

速和更广泛传播,受众还可实时反馈、评价,甚至提供信息,将原本的单向传播变为双向甚至多项互动传播,将自己变成气象传播者。以全球天气精准预报网(The Weather Underground)为例,截至2016年,它汇聚了全球超过20万个个人气象站。这些气象爱好者将放在家里或院子中的气象站实时监测数据分享上传,相应可以接收该网提供的定制位置天气预警、14d天气预报服务,长期积累后,还能获得所属站点的气候趋势。由此可见,借助新的手段,参与气象传播的方式愈加多样和便捷,气象传播者与受众的身份也不再具有严格界限,这为气象传播全球化提供了重要的技术基础。

3 气象传播全球化的积极影响

3.1 促进气象科技进步,提升气象服务质量

曾任欧洲中期天气预报中心主任的阿兰·索普和同事2015年9月在《自然》杂志封面文章中将数值预报近30年的巨大进展称之为“静悄悄”的革命。值得关注的是,过去十年,几乎所有数值预报模式都取得了明显进步。英国气象局科学部主任安迪·布朗指出了其中一个原因:在这个密切联系的国际化世界中,友好竞争和大量信息共享是这些中心的常态。

3.2 气象传播全球化是全球气候治理的监督力量

在全球气候治理行动中,这一点尤为突出。今年6月1日,特朗普宣布美国退出《巴黎协定》。消息一出,国际社会一片哗然。全世界各个国家,从政治首脑、科学家、商人到普通公众,对其谴责、批评之声不绝于耳。在如此强大的舆论压力之下,特朗普虽仍未改变自己的决定,但这种力量已经更加激发了美国国内部分州府、大批经济活动遍及全球的美国企业及影视明星、普通公众等自发行动,携手应对气候变化。

4 气象传播全球化中存在的问题

4.1 传播力量、传播流向、传播内容不均衡现象依然存在

在气象传播全球化进程中,居于主导地位的仍是欧洲、美国、日本等强势地区和国家。他们借助最先进的技术和最发达的网络,及强大的资本力量,在传播中输出自己的技术方式和价值理念,使其成为其他弱势地区和国家模仿的“范本”。由此,不可避免地,会导致全球范围内气象传播力量、流向的不均衡。

4.2 国际化气象谣言频现

传播方式的变革使气象信息发布、接收更加便捷,但在硬币的另一面,气象谣言的传播也更加方

便。在气象传播全球化趋势下,一些广为传播的谣言或误解开始呈现国际化。

在中国,每逢大雨,有城市出现较大面积积水时,德国慕尼黑、法国巴黎、英国伦敦及日本东京等城市下水道“神话”就会被人反复提及。且不论这些城市的下水道工程是否有描述的那么神奇,但它们并不能保证让城市永不积水。人们常常忽略,暴雨中的巴黎、伦敦、东京也曾屡屡“看海”。

今年7月3日,非洲东部国家肯尼亚位于赤道附近的Nyahururu地区迎来降“雪”,在全球社交媒体上引发了一场狂欢。我国一篇微信公众号文章标题直指“肯尼亚7月飘雪,是天降异象还是大选造势”,传播甚广。事实上,当地气象局首席专家7月5日就表示,赤道地区不可能下雪,这并非雪,而是非常细密的冰雹。

由此可见,作为气象传播者,特别是权威政府部门、社会组织、媒体和企业等应当对气象信息进行甄别,确认其准确性后再行传播。当谣言开始蔓延时,也应及时辟谣,确保受众接收到正确的气象信息。

5 小结

气象信息传播全球化的本意就是要打破各种空间的限制壁垒,突破国家和民族的地域限制,从而在全球范围内实现气象信息资源共享,并进而在此基础上促进各国、各种类型气象信息传播者的交流和融合,最终提升全球气象服务的质量。从本质上看,气象传播全球化具有积极且进步的历史意义。

随着我国经济的崛起和社会的发展,对我国政府、组织、媒体、民众来说,应积极参与、主动迎合气象信息传播全球化的趋势,在资源更大程度共享的基础上,借助新媒体等力量和手段,积极参与国际气象竞争与协作,努力提高自身的气象服务水平和气象传播能力,并争取机会主导创建全球气象行业公认的规则与理念,提升我国在全球气象领域的话语权。

深入阅读

- 陈力, 2004. 现代新闻传播全球化的发展与启示. 郑州: 郑州大学.
樊晓国, 1998. 西方媒体关于中国洪灾报道的分析. 国际新闻界, (z1): 21-25.
沈正赋, 2015. 信息采制主体及其传播方式的历史嬗变与现代转型. 现代传播(中国传媒大学学报), 37(8): 12-18.
张格苗, 译, 2016. 欧洲人照亮了天气预报. 中国气象报, 2016-01-27(3).
Anthony G., 1990. The Consequences of Modernity. New York: Policy Press.

(作者单位: 中国气象报社)