
地方气象新闻宣传中的新媒体应用现状与思考

——以龙南县为例

丁雪丹¹

(龙南县气象局, 江西 赣州 341700)

【摘要】: 新媒体时代下,越来越多的人通过手机互联网获取新闻资讯,气象新闻宣传利用新媒体优势,有助于提升气象信息传播效果,扩大影响力。但是,基层气象新媒体平台的应用相对起步较晚,仍然习惯于传统的新闻宣传方式。以赣州龙南为例,对气象新闻宣传中的新媒体平台使用情况、存在的问题进行了探讨,就地方气象部门如何做好气象新媒体工作给出了注重气象新闻宣传人才培养、丰富气象新闻宣传内容和强化新媒体用户互动的建议,以期推动地方气象新闻工作开展。

【关键词】: 新媒体 气象新闻宣传 龙南县

【中图分类号】 P451 **【文献标识码】** A

气象新闻关乎社会经济发展的命脉,是向人们提供气象服务的新闻,专业性强。其重要性主要集中在对灾害性天气的预估作用,为民生提供公共性服务以及辅助农业的正常执行。

近年来,手机APP、微信、微博、新闻客户端等现代化媒体传播技术快速发展,新媒体正在悄悄改变人们的生活方式和思维方式,成为人们日常生活中不可或缺的组成部分和传播科学知识的重要途径。新媒体传播已经成为新闻传播的主流,气象新媒体传播应用就是借助以数字信息技术为基础的互联网、社交网络、手机应用软件等平台进行气象信息传递,完成气象信息接受的目标。地方气象部门如何充分发挥新媒体传播优势,更好的传播气象信息、发布气象预警和宣传气象工作,值得探讨。

1 新媒体

1.1 新媒体含义

新媒体传播相对于传统媒体传播而言,是在互联网快速发展下出现的一种全新传播媒体形式,是区别于报纸、杂志、广播、电视四大传统媒体的“第五媒体”。

1.2 传统媒体与新媒体的差异

1.2.1 受众的差异。

作者简介: 丁雪丹(1988-),女,江西樟树人,硕士研究生,研究方向:农村工作和农业气象灾害。

基金项目: 江西省气象局软科学研究课题《气象助力精准扶贫的探索与对策》。

传统媒体是“主导受众型”，受众属于被动阅读和观看；而新媒体是“受众主导型”的，每个人都可以根据喜好、需求定制专属，有更大的选择权。

1.2.2 内容的差异。

传统媒体传播信息量少，难以完全兼容各类复杂信息；而新媒体可以创造出多元化的传播内容[6]，融入文字、图片、声音和影像等技术，内容表现形式更为丰富。

1.2.3 时效的差异。

传统媒体有明确的发布时效、时段，定时定量；而新媒体真正实现了信息实时发布，不受时间限制。

2 新媒体在地方气象新闻宣传中的应用

2.1 龙南气象新媒体使用情况

龙南县气象新媒体形式相对单一，2014~2018 年期间开设官方微博、微信公众号各 1 个，手机 APP 客户端 0 个。官方微信公众号运营时间 3 年，2016 年仅发布气象新闻宣传信息 12 条，2017 年 29 条，2018 年 24 条，与 2016 年发布的信息数量相比，2017 年、2018 年的增幅虽然高达 141.7%、100%，但信息发布基数低，年均发布信息数量只有 20 余条。截止 2018 年，官方微博粉丝量累计 245 人，与 2016 年相比增幅 61.2%；官方微信公众号粉丝量累计 194 人，与 2016 年相比增幅 351.2%，增长幅度看似大，实际基础粉丝数量少，目前仅维持在百位数，侧面反映发布信息内容单一乏味，难以吸引受众。

2.2 存在问题

2.2.1 地方气象新媒体运营缺乏投入。

目前，地方气象部门现有人员编制规定和基层业务发展水平不相适应，地方编制争取难度大，人才引进受限，从事气象部门新媒体运营、编辑的工作人员大多数是身兼数职、力不从心，他们对气象新媒体的内容选择、用户研究方面缺少主动性，对新媒体时代下的互联网技术使用方面不精通，加上基层领导对气象新媒体平台应用不够重视，没有从最大限度上激发相关从业人员的积极性和创造性，运营过程中人力、物力、财力投入不足，都是使气象新闻宣传在新媒体传播中受限的原因。

2.2.2 气象新闻“专业性表述”与新媒体用户阅读需求差异大。

新媒体用户倾向于阅读声情并茂、形式多样、交互性强的信息内容。地方气象部门在运用“互联网+气象”新媒体模式时，多以“三段式”固定结构的传统气象新闻报道为主，即“天气事件描述+产生的主要影响+未来预报及提示”，宣传形式单一，且对气象新闻的描述语言过于“专业化”，新媒体用户在阅读这类信息时很难完全理解而无法产生兴趣，以至于阅读一半甚至一个开头就会放弃，无法吸引受众，气象信息的传播效果因此大打折扣，导致粉丝量停滞不前，无法突破。

3 地方气象新媒体应用的几点建议

3.1 注重气象新闻宣传人才培养

地方气象部门一直面临着“人少事多”的困境，让基层组建一支“玩转”新媒体的专业气象新闻宣传队伍是不切实际的，但

应该有意识的培养 1~2 名具备一定专业气象基础知识和文学写作功底、有敏锐的新媒体观察视角、能读懂用户粉丝体验和善于沟通互动的气象新媒体人才,并建立相应的气象新媒体工作激励机制、给予足够的平台运营经费投入。

3.2 丰富气象新闻宣传内容

气象新闻是一种实用性、专业性都很强的新闻,气象新闻的制作常常有固定的表达方式和专业用语,如何摆脱这种专业的思维表达方式,让气象新闻宣传更加“鲜活”、“生动”,让专业词汇转化为浅显、直观的生活语言,是地方气象部门需要掌握的写作技巧。此外,气象新媒体内容需进一步拓宽视角,气象新闻宣传不能仅局限于天气预报预警和科普宣传,应该延伸到政治、经济、文化等方方面面,将气象与人类衣食住行相结合,充分运用图片、表情、声音、影像等表现形式,让内容更加丰富有趣、贴近生活,如此才能有吸引力。

3.3 强化新媒体用户的互动

针对新媒体的特点,地方气象部门应该采取更具社交、互动式的气象信息传播形式,实现气象新闻宣传的双向互动。如:在官方微博、微信平台上推送气象信息时设置评论、点赞抽取气象科普产品(画册、购物袋、雨伞等)环节;对用户粉丝的留言及时给予回复和反馈;结合实际,设置具有讨论性、参与性的气象公共话题,从而吸引新媒体用户关注,提升气象信息的传播能力。

4 结束语

综上所述,地方气象部门利用新媒体开展气象新闻宣传是顺应时代的必然,新媒体在气象新闻宣传中的应用应该引起基层重视,并充分发挥其优势,扩大气象信息传播效果和范围,以此提升气象工作在地方上的认知度和影响力。

参考文献:

- [1] 韦炜. 浅析报纸中的气象新闻——从气象新闻工作者角度看气象报道中的困境及应对之策[J]. 新闻研究导刊, 2016(20):212.
- [2] 窦玉翠. 气象新闻报道特点及其传播发展[J]. 科技经济导刊, 2017(05):295.
- [3] 陈建军, 王剑林, 韩湘云. 浅析新媒体在气象科普宣传中的应用——以微博、微信为例[J]. 科技与创新, 2017(20):33-35.
- [4] 任俊. 媒体融合环境下提升气象新闻传播效应的思考[J]. 中国科技纵横, 2017(10):228.
- [5] 周祺昉. 对外传播中的新媒体应用[J]. 科技传播, 2018(6):51-52.
- [6] 曲红辰. 新媒体与传统媒体传播方式的比较[J]. 科技风, 2016(5):35.
- [7] 高学浩, 彭莹辉, 余水淼, 等. 制约县级气象局发展的若干问题研究[J]. 气象继续教育, 2011(1):24-30.
- [8] 陈曦. 气象新闻常见“槽点”浅析[J]. 青海气象, 2016(4):69-73.
- [9] 黄丽华, 赵顺. 地方新媒体气象新闻报道的经验与启示[J]. 青年记者, 2017(3):61-62