

融媒体环境下气象新闻宣传对策

王晶晶 张欣彤 贾雪梅

吉林省气象服务中心, 中国·吉林 长春 130062

摘要: 随着全球气候变化日益加剧, 极端天气事件频发, 气象新闻在公众生活中的重要性愈发凸显。融媒体时代的到来, 打破了传统媒体与新兴媒体之间的壁垒, 为气象新闻的传播提供了新机遇和挑战。如何利用融媒体技术提升气象新闻的传播效果, 增强公众的气象防灾减灾意识, 成为当前亟待解决的问题。论文旨在探讨融媒体环境下气象新闻宣传的对策, 期望更好地服务公众, 服务社会。

关键词: 融媒体环境; 气象新闻; 新闻宣传

Countermeasures for Meteorological News Promotion in the Integrated Media Environment

Jingjing Wang Xintong Zhang Xuemei Jia

Jilin Provincial Meteorological Service Center, Changchun, Jilin, 130062, China

Abstract: With the increasing severity of global climate change and frequent occurrence of extreme weather events, the importance of meteorological news in public life has become increasingly prominent. The arrival of the era of integrated media has broken down the barriers between traditional and emerging media, providing new opportunities and challenges for the dissemination of meteorological news. How to use integrated media technology to improve the dissemination effect of meteorological news and enhance public awareness of meteorological disaster prevention and reduction has become an urgent problem to be solved. This paper aims to explore strategies for meteorological news promotion in the context of integrated media, with the hope of better serving the public and society.

Keywords: integrated media environment; meteorological news; news promotion

0 前言

气象新闻宣传是关于天气变化及其对人类社会影响的传播活动, 涵盖天气预报、自然灾害预警和防灾减灾知识等多个方面。作为科技新闻的一个重要分支, 气象新闻宣传不仅提供最新的天气信息, 还致力于提升公众的防灾减灾意识和能力, 保障社会经济的健康发展。气象新闻宣传作为连接气象科学与公众生活的重要桥梁, 将继续发挥其不可替代的作用, 为保障人民生命财产安全、促进社会经济健康发展做出更大的贡献。

1 气象新闻宣传的基本概述

气象新闻宣传是指通过各种媒介渠道, 向公众传递天气变化、气候趋势及其对社会生活影响的新闻和信息。这些内容包括但不限于当日和未来的天气预报、极端天气事件的预警、气象灾害的实时报道以及防灾减灾科普知识。气象新闻宣传的核心在于准确、及时地传递信息, 帮助公众做出科学的决策和应对措施。气象新闻宣传具有时效性强、社会影响大以及科学性强等特点。天气变化瞬息万变, 气象新闻宣传必须紧跟天气动态, 及时更新和发布信息, 以确保公众能够迅速做出反应。气象信息与人们的日常生活、生产活动密切相关, 直接影响交通、农业、能源等多个领域, 因此气象新闻宣传具有广泛的社会影响。气象新闻宣传依赖于气象学

的专业知识和技术手段, 必须确保信息的准确性和科学性, 避免误导公众。

气象新闻宣传通过多种形式进行, 包括电视、广播、报纸、网络、社交媒体等现代传播手段。天气预报节目通过电视、广播和网络平台, 每天定时向公众提供天气预报和气候趋势分析。预警信息发布则是利用手机短信、社交媒体、警报系统等渠道, 及时发布极端天气预警, 提醒公众采取防范措施。通过举办气象科普展览、开放气象台站、组织气象夏令营等形式, 向公众普及气象知识和防灾减灾技能。

气象新闻宣传的最终目的是提高公众的防灾减灾意识和能力, 减少气象灾害带来的损失。及时准确的天气预报和预警信息能够帮助公众提前做好防范准备, 最大限度地减少灾害损失, 保障人民生命财产安全。气象信息对于农业生产、交通运输、能源供应等关键领域具有重要影响, 准确的气象新闻宣传有助于维持社会经济秩序, 促进社会经济稳定。通过气象科普宣传, 公众能够了解气象知识, 增强科学意识和环保观念, 提高应对自然灾害的能力, 提升公众科学素养。

随着科技的不断进步, 气象新闻宣传也在不断创新和发展。卫星遥感技术、超级计算机、大数据分析等现代科技手段的应用, 使得天气预报更加准确, 预警信息发布更加及时。未来, 气象新闻宣传将更加注重个性化服务, 利用大数据分析公众需求, 提供定制化的气象信息; 同时, 加强与社

交媒体的合作,提升信息传播的覆盖面和时效性。

2 融媒体环境下气象新闻宣传的现状以及挑战

2.1 融媒体环境下气象新闻宣传的现状

2.1.1 信息平台的融合

在融媒体时代,关键之处就是融合,即将各种媒体融为一体,以实现气象新闻宣传工作。随着互联网科技的兴起,网络技术和数字媒体成为时代的宠儿,气象信息的发布不再局限于传统媒体,开始融入电脑、手机、平板、自媒体、公众号等多种渠道上。这种融合使得气象新闻宣传工作变得更加多样化,信息传播从传统的静态传播转变为了动态传播,甚至成为立体的、多维的、全方位的传播。

2.1.2 信息资源的交融

大数据时代的到来使得气象新闻资源不再独立存在,可以使用全国统一的大数据来传播各种气象信息资源。新旧媒体的相互融合使得气象信息由相对独立逐渐转变为共同为社会大众提供服务。这种转变不仅显著提升了气象宣传的时效性,丰富了气象信息资源的传播途径,还使其传播范围明显扩大。

2.1.3 宣传理念的转变

在传统气象部门中,存在一种“天朝上国”的思维方式,这极大地限制了气象宣传工作的与时俱进。在融媒体时代,用户掌握着未来的决策权,为了强化宣传效果,人们应注重以用户为主体,强调满足大众需求的思想。气象部门需要与时俱进,认清自我,改变宣传观念,紧跟社会发展形势。

2.2 融媒体环境下气象新闻宣传的挑战

2.2.1 信息真实性的保证

融媒体时代,主要凭借网络平台传播信息,导致信息的复制性较强,同时又无法确定信息的来源,进而导致在气象宣传过程中气象信息的真实性无法得到有效保证。如何在信息爆炸的时代确保气象信息的真实性和可靠性,是气象宣传面临的首要挑战。

2.2.2 受众注意力的分散

多媒体技术的快速发展,使广告市场与受众也发生了明显变化,逐渐向着分散性的方向快速发展。大量新型媒体的涌现使得受众的注意力被各种媒体所吸引,如何在众多媒体中脱颖而出,吸引受众的注意力,是气象宣传工作的重要挑战。

2.2.3 宣传内容的创新

长期以来,气象宣传内容单调,无法吸引受众的持续关注。在融媒体时代,气象宣传需要在内容上进行创新,贴近群众生活,增强新闻的生动性,从细微处挖掘有价值的气象服务信息。例如,在气象新闻中加入交通、民俗文化等主题,使观众感到亲切,增加对天气信息的关注。

2.2.4 新旧媒体的深度融合

虽然融媒体时代强调新旧媒体的融合,但在实际操作中,新旧媒体之间的壁垒仍未完全打破。如何有效整合新旧

媒体资源,实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”,是气象宣传工作面临的重要课题。

3 融媒体环境下气象新闻宣传的对策

3.1 创新优化内容

气象新闻宣传要摒弃传统格式化、脱离实际的传播方式,从群众日常生活角度出发,采用通俗易懂的语言,增强内容的实用性和生活气息。例如,结合北方小麦夏收季节,提供准确的天气预报,帮助农民合理安排收割时间。同时,融入交通出行、民俗文化等主题,如在清明节期间,提醒公众注意天气变化,选择最佳出行路线,并做好防寒保暖措施。这样的生活化内容不仅能提高公众对气象信息的关注度,还能让他们切实感受到气象服务带来的便利。

在融媒体时代,单一的内容形式已无法满足公众的需求。气象新闻宣传应注重多元化,通过文字、图片、声音、视频等多种形式,全方位、多感官地传递信息。利用VR全景、网络视频直播等先进技术,提供沉浸式的视觉体验,增强信息的吸引力和传播效果。同时,内容要遵循精确、新颖、全面的原则,紧密结合社会热点,提高公众的关注度和参与度。

大数据技术的运用为气象新闻宣传提供了新的可能性。通过对公众需求和行为数据的分析,可以实现气象信息的精准传播。例如,根据不同地区、不同人群的特定需求,定制个性化气象服务,提供有针对性的天气预报和防灾建议。同时,利用大数据技术,还可以对气象信息的传播效果进行评估和优化,不断提升宣传工作的科学性和有效性。

3.2 提高信息的时效性与准确性

融媒体时代下,互联网、大数据、人工智能等技术的广泛应用为气象新闻宣传提供了强大的技术支持。气象部门应积极引入这些先进技术,提升信息处理的效率。例如,利用大数据技术,可以快速整合和分析来自不同渠道的气象数据,提高天气预报的准确性和时效性。人工智能技术则可以应用于自动化信息发布和实时监控,减少人工操作的时间延迟,确保气象信息能够在第一时间传递到公众手中。

在信息爆炸的时代,确保气象新闻的准确性尤为重要。气象部门应建立健全信息审核机制,严格把关信息来源和发布内容。设立专业的审核团队,对重要气象信息进行多层次、多角度的审核,确保信息的科学性和准确性。此外,加强与权威科研机构 and 专家的合作,获取专业的技术支持和指导,进一步提升信息的可靠性。

3.3 深度融合传播渠道

融媒体的核心在于“融合”,即将新旧媒体有机结合,共同完成气象新闻的宣传工作。传统的报纸、电视、广播等媒体与新兴的互联网平台如电脑、手机、平板、自媒体、公众号等相互融合,使得气象信息的发布不再受限于单一渠道。通过整合这些平台,气象新闻可以从静态传播转变为动态、立体的多维传播。例如,利用短视频平台直播天气变化过程,通过微博、微信等社交平台实时发布预警信息,借助

新闻客户端推送深度报道,全方位覆盖不同受众群体。

信息资源的交融是融媒体时代的重要特征。气象部门应积极与各类媒体建立合作关系,实现信息资源的共享与联动。通过与中央级媒体如人民日报、光明日报等的合作,提升气象新闻的权威性和传播力。同时,鼓励地方媒体和自媒体参与气象信息的传播,利用其贴近基层、形式灵活的优势,增强气象新闻的生动性和贴近性。如在台风命名上,可以引入网友自主提出的名称,提升公众的参与感和关注度,从而有效传播防灾减灾知识。

3.4 强化气象新闻宣传的互动性与参与性

传统气象部门往往处于自我封闭状态,缺乏与公众的互动。在融媒体时代,用户决定未来,气象新闻宣传必须转变理念,以大众为主体,了解并满足公众的需求。宣传内容应从传递消息转向提供服务,关注媒体需要的、大众想听的、社会认同的信息。通过用户调研、数据分析等方式,精准把握公众对气象信息的关注点和需求点,制定更加贴近用户、生动有趣的内容。

新媒体的多样化为气象新闻宣传提供了广阔的平台。微信、微博、自媒体、多媒体平台等新兴媒体形式,可以实现气象信息的全方位、立体化传播。通过现场直播、短视频、动画等形式,将枯燥的气象数据转化为直观、易懂的内容,提升公众的接受度和兴趣。例如,针对台风、暴雨等自然灾害进行实时直播,让公众第一时间了解情况,增强互动性和现场感。

定期开展有奖活动、互动问答、话题讨论等,激发公众的参与热情。例如,利用社交媒体平台发起气象知识竞赛、防灾减灾经验分享等活动,通过奖品激励用户积极参与、分享和传播气象信息。同时,鼓励公众自主创作与气象相关的作品,如摄影、视频等,并通过平台展示和推广,增强用户的参与感和成就感。

建立多渠道的用户反馈机制,及时了解公众的需求和意见。通过微信公众号、微博评论区、在线客服等方式,与用户进行实时互动,解答疑问,回应关切。利用大数据技术,对用户反馈进行分析,不断优化宣传内容和形式,提升服务质量。此外,可以邀请用户参与气象新闻宣传的策划和实施,让用户真正成为宣传工作的参与者与共建者。

3.5 加强人才培养,提升专业素养

气象新闻宣传工作人员需要不断更新和深化自身的专

业知识,包括气象学基础理论、天气预报技术、气候变迁等内容。可以通过定期参加专业培训、学术交流会议以及在线课程等方式,及时了解气象科学的最新发展和研究成果。此外,还应掌握相关法律法规,确保气象新闻宣传内容的真实性和合法性。融媒体环境下,气象新闻宣传不再局限于传统的文字和图片,而是融合了视频、动画、虚拟现实等多种形态。工作人员需要积极学习并掌握新媒体技术,如数据可视化、交互设计等,通过图表、动画等形式,以讲故事的方式将复杂的气象信息通俗易懂地呈现给公众。同时,要熟悉各大媒体平台的运营规则,提高内容的传播效果。融媒体时代要求气象新闻宣传工作人员具备创新思维,不断探索新的宣传形式和手段。

4 结语

综上所述,通过分析融媒体时代的特点,如信息传播速度快、覆盖面广、互动性强等,人们明确了气象新闻宣传的优势和面临的挑战。为有效提升气象新闻宣传效果,需要整合资源,优化内容,创新形式,提升互动,加强监管,确保真实性等。此外,融媒体时代为气象新闻宣传带来了新的机遇和挑战。气象部门应积极适应新的媒体环境,不断创新宣传方式,提升气象新闻的传播效果,为公众提供更加优质的气象服务,助力气象防灾减灾工作,保障人民生命财产安全。

参考文献:

- [1] 敖银银.融媒体环境下气象新闻宣传对策[J].中国报业,2024(3): 138-139.
- [2] 郭静原.气象新闻科普宣传要有“新气象”[J].传媒论坛,2023,6(14):89-92.
- [3] 沈建红.融媒体时代加强气象新闻宣传工作的思考[J].新媒体研究,2018,4(19):124-125.
- [4] 柳荐秋,邢启超.融媒体环境下气象新闻宣传的策略分析[J].传媒论坛,2018,1(14):123.
- [5] 张晓霞,杨光武.浅析融媒体时代省级气象新闻对外宣传需求及优化[J].传播力研究,2018,2(15):52.
- [6] 吴洋.融媒体背景下传统媒体主持人的转型与发展研究[J].西部广播电视,2024,45(2):191-195.

作者简介:王晶晶(1997-),女,中国吉林抚松人,硕士,助理工程师,从事气象新闻宣传研究。