

# 气象行业官方微博管理方法浅谈

——以“气象北京”微博为例

■ 孙雪婷 尤焕苓 刘燕 李津 尹焰寅

2012年“7·21”大暴雨，微博提示“今天能宅您就宅吧！”风趣地给予了市民出行提示，很多躲过了大雨的网友表示甚是感激。

微博，一种新兴的互联网络交流工具，其使用者可通过手机、电子邮件、网页等多种手段，将简短的信息（包括文字、图片、视频等）实时布告于网络，实现与其他用户沟通。2006年，Twitter的诞生及走红推进了国内微博的发展；2009年起，新浪、搜狐、网易等门户网站的微博逐渐兴起，随后，伴随着人民网、新华网等媒体网站微博的相继推出，国内微博呈现出井喷式的发展。“气象北京”于2012年2月23日开通，选取风向标作为头像（图1），27日试运行公开发表第一条微博，内容很简单，介绍北京当天的天气。作为官方微博，其发布的一字一句都影响广泛。这就不仅需要兢兢业业的工作人员，还需要好的管理方法。



图1 “气象北京”微博头像

## 一、发展与完善

### 1. 发布内容

“气象北京”2012年2月27日发布的第一条微博只写了具体的预报内容，没有标题，网友需要读整个内容才能知晓天气；没有发布时间，网友需要根据系统自带的发布时间理解。之后逐渐增加了预报时间、标题、话题、配图和链接等来充实微博内容，使网友能够准确理解预报、预警信息。

### 2. 发布频率

最初，“气象北京”一天发布3条微博，内容固定且简单。后来为方便网友及时获取信息，明确了3

次常规预报发布时间为6时30分，11时和17时，延后不能超过10分钟。遇到雷雨天气，北京市气象台一旦给出天气快报、临近天气预警、天气预警、雨情信息等详细内容，需在第一时间上传到微博，供网友及时了解天气变化。

### 3. 语言形式

“气象北京”微博在语言形式上经历了从生硬到亲民、笼统到细致、专业到普通化的转变过程，正在向多样化、灵活化和趣味化发展。

起初的微博内容里多为气象台给出的预报，显得过于生硬和单调，例如“晴间多云，北转南风二三级，最低气温10℃”。在提示语句上过于笼统，如“注意防风”“注意防晒”。此外，像“受高空槽过境的影响”一类的专业术语被应用到其中，对于老百姓来讲理解较为困难。

140个字的微博需要字斟句酌。随着经验的积累，在语言上有了明显变化。“晴间多云”描述成“蓝天白云、天气晴好”，“能见度低”可以西山作为参照物，描绘“远处的西山清晰可见”，更容易让网友理解。在提示语句上，变得更加细致和温馨，风力较大的天气提示市民及时关窗，远离广告牌和高大悬浮物，外出注意防风保暖等；紫外线较强时提示市民涂抹防晒霜、打遮阳伞、戴太阳镜等，更加亲民实用化。同时，也在向时尚化、潮流化发展，诸如“亲们、给力”一些网络用语的恰当应用会拉近与网友的距离。2012年“7·21”大暴雨，微博提示“今天能宅您就宅吧！”风趣地给予了市民出行提示，很多躲过了大雨的网友表示甚是感激。《北京青年报》也提到了“气象北京”的幽默。

### 4. 粉丝互动

截至2011年底，我国微博用户已超过3亿，注册账号达到7亿，每天发布微博约2亿条。同时，依赖于

世界第一的网民数量，传播迅速、交互性强的微博特点在中国得到更为明显的体现。由于微博具有实时性强和传播迅速的特点，当突发的“爆炸性新闻”产生时，微博会以极快的速度进行响应。

微博不仅是发布消息的工具，也是分享和交流信息的平台，同粉丝的交流可有效提升微博的影响力。大多数粉丝只为获取天气信息，不会过多地评论转发。也有一些粉丝会表达观点、提出疑问；或将重要的信息转发出去，@自己的好友引起他们的关注。从“气象北京”各条微博的关注度可以看出：预警发布要比解除信息关注度高；双休日和节假日关注天气的人较多；有车的粉丝对天气关注较高；全市预警的关注度高于区域预警。

## 5. 评论管理

### (1) 听取意见和建议

许多网友十分关注“气象北京”的官方微博，每一条内容都看得很仔细，对每一句话甚至是每一个字都有研究，善于思考的网友会就自己的意见和建议给“气象北京”留言，这一点对于官方微博的改进工作有很大帮助。

例如，开通微博后的前几日，发布信息条数不多，有网友提出缺少生活提示。这条评论确实提醒了微博编辑。市民的吃穿住行都离不开天气变化，比如昼夜温差是否达到了需要增减衣物的程度，出行是否该带把伞、涂抹防晒霜等。于是，在之后加入了生活提示，显得更加亲民，更加实用。

春季里多晴朗、气温适中、风力不大的好天气，微博编辑常会写“拿起背包，出发去踏青”之类的话，可这就容易引起被禁锢在办公室里的上班族的不满情绪，坏情绪有时会一触即发，随即发泄在微博评论里。于是，微博编辑就在报告天气时尽量应时应景，避免掺杂个人意愿，粉丝的不满情绪大大减少。

### (2) 及时解答问题

及时解答网友提出的专业问题有助于气象知识的科普与宣传。“3·23”气象日，“气象北京”对气象部门举行的公众参观活动进行了追踪报道，一位网友看到其中的一张图片后提问“上边的是百叶箱，下边的几个锅好洋气。”微博编辑在请教老师后风趣地回复提问者：“洋气的锅啊，那是L波段探空雷达，用来跟踪探空气球。”也有网友询问“地形雨”的名词解释，微博编辑理解后，会给网友进行解释；3月底北京的大风沙尘肆虐，粉丝提出“为什么不发沙尘暴预警”，微博编辑会在学习了沙尘暴预警的相关知识后给予答复。汛期上传的雷达图有网友看不太懂，微

博编辑也会就所提问题给予解释，现在，已经有很多网友可以自己看懂雷达图，经常会在要下雨的时候留言想要雷达图。

还有一些问题涉及部门间的合作，例如，“请教早上我在白颐路魏公村至民族大学地段还看到工人在给绿植浇水，难道他们不知道今天下雨吗？还是雨水不够？个人觉得今天浇灌有点浪费水资源”，这是某天清晨一位网友给“气象北京”的留言。微博编辑会记录下类似的问题，并及时向上级领导汇报，对部门之间的合作协调有很大帮助。

## 二、发展方向与管理方法

“气象北京”在实践中摸索，在摸索中进步，但仍存在许多问题。比如：能否加密、加密到什么程度、面对粉丝提出的问题怎样给予快速准确的答复。虽说众口难调，但怎样做出更受欢迎的预报、能否为公众普及气象知识、对某些天气现象做出解释，都是需要努力的方向。

### 1. 打造“新、奇、趣”的“气象北京”来吸引粉丝

粉丝数量是衡量微博价值的重要指标之一，微博需要吸引更多的关注。粉丝多了，带来的需求信息就多，服务方向就容易确立，有助于改进工作；粉丝带来的有价值评论有助于提高编辑自身水平。同时，在重要天气来临的时候，可以借助粉丝的力量将信息及地传递扩大，尽量减少伤亡事件的发生。

这就要求气象微博在“新、奇、趣”方面下功夫。试着以多种风格进行描写：“淘宝体”、“甄嬛体”、“咆哮体”都可以尝试，让粉丝感觉到新鲜。重要天气信息及时发布、重点气象新闻密切跟踪、举行问答活动、有奖竞猜等增强互动性。一些网络用语也可以适当使用，活跃一点，给直白的天气预报加点料，让“气象北京”别有一番风味。但应注意不能偏离主题，美化描写要适时适度，不过分张扬，重要天气过程以突出天气为主，树立良好的官方部门形象。

### 2. 诚恳合理地解释

天气预报的准确率一直是个热议的话题，气象工作者日夜辛勤地工作，每一个数据的得出都要经过计算推敲，为的就是能得出更为接近实况的结论，更好地服务百姓。但时常是付出和努力不成正比。

面对这个问题更多的应该是理解，气象工作需要网友的支持和理解，气象工作者也应理解网友的不满，做到不躲避、不埋怨，勇于承担责任，并能够诚恳、合理地向大家解释，树立良好的部门形

(下转67页)

在公众群体和大众传播中发挥积极的信息普及和舆论引导作用。

气象灾害中,专业群体的信息网络支持是兴趣导向的,尚未建立常规的、正式的传播预警和应急机制。专业性的网络论坛是专业群体进行气象灾害预警和应急的重要平台,虽然此平台具有开放性和公共性,但其传播关系的效率和紧密程度决定了专业群体灾害应对的能力和效果。研究表明,网络论坛中专业群体的信息网络关系松散、通道密度低,而且其核心人员的信息传播多是兴趣导向,并未建立起严密的网络组织关系。气象灾害一旦发生,专业群体通过网络论坛进行灾害预警和应急的影响力十分有限。而互联网正逐步成为突发性事件应急处理的重要领域,专业群体要在这一领域发挥防灾减灾的积极作用,应该尽快通过各种网络媒介形式建立高效、科学的信息支持网络。

## 五、启示

重大自然灾害,往往具有不可预测性,灾害一旦发生,快速、准确、有效的信息传播,关系到灾后工作能否及时、科学、高效地进行,关系到能否将灾害造成的损失降到最低。

灾害发生时,政府公开真实信息的速度、透明度是政府能否引导网络舆情的关键性因素,如果政府

和相关部门愿意开诚布公,那么主流媒体的跟进报道必然会成为舆论的领导者,只有存在过多的不确定因素时,网络舆情才会产生负面信息以及传播不安定信息,这种趋势是不利于舆论发展以及舆情管理的。

所以,关注网络舆情的发展,在专业领域给予网友支持与指导,把握网络舆情的走势,从源头上监控网络信息的传播,是政府以及相关部门处理危机事件的有效措施。

本文由教育部人文社会科学研究青年基金项目(11YJC860063)资助。

(作者单位:华中师范大学新闻传播学院)

### 深入阅读

- 李卓卓,丁子涵. 2011. 基于社会网络分析的网络舆论领袖发掘——以大学生就业舆情为例. 情报杂志, (11).
- 刘瑛,孙阳. 2011. 弱势群体网络虚拟社区的社会支持研究——以乙肝论坛“肝胆相照”为例. 新闻与传播研究, (2).
- 毛夏. 2005. 数字城市中的气象灾害预警对策. 自然灾害学报, (1).
- 宋恩梅,左慧慧. 2012. 新浪微博中的“权威”与“人气”:以社会网络分析为方法. 图书情报知识, (3).
- 约翰·斯科特(著),刘军(译). 2007. 社会网络分析法(第二版). 重庆:重庆大学出版社.

(上接63页)

象,解释的同时也向网友传输天气学的相关知识,网友一旦得到合理的解释,学到了知识,很多误会是可以消除的。

### 3. 丰富微博编辑的专业知识

官方部门应对非大气科学专业毕业的微博编辑进行基础的专业知识培训,使其具备对网友的一些简单提问能够做出快速回复的能力,这样可以大大提高网友的满意度。对于一些较为专业的问题,经过专业的培训加上微博编辑的趣味解说,使问题变得普通化,使网友比较容易理解,无形之中促进了气象知识的传播。

### 4. 增加科普知识的宣传

天气事件时有发生,看似复杂的事件背后经常会有一些浅显易懂的知识,微博编辑要能够抓住天气热

点事件和每一次天气过程的机会,改变较为枯燥的气象科普宣传方法,用趣文与趣图相结合的方式向网友解读天气,达到润物无声的效果。

### 5. 注重图片和文字的积累

微博编辑要注意留心生活的点点滴滴,养成多拍照的习惯,阴、晴、雨、雪,天气无处不在,将一些有趣的、美好的现象用相机记录下来,将平日积累的素材进行筛选,之后应用于微博与大家分享,既改变了单调的文字模式,丰富了微博内容,也能带来美感。

同时,微博编辑要尽可能地多阅读,打好坚实的文字功底,多积累一些优美的语句,提高文字质量。真心地将微博作为一份事业,热爱、热衷、花心思去经营。

(作者单位:北京市气象服务中心)