

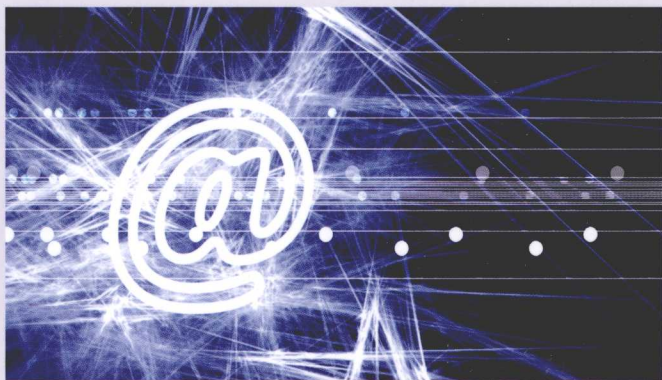
微博

舆论影响力研究

——基于突发公共事件视域

On Public-opinion Influence of Microblogs
—A Perspective of Public Emergencies

周志平 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

013936279

G206.3
25

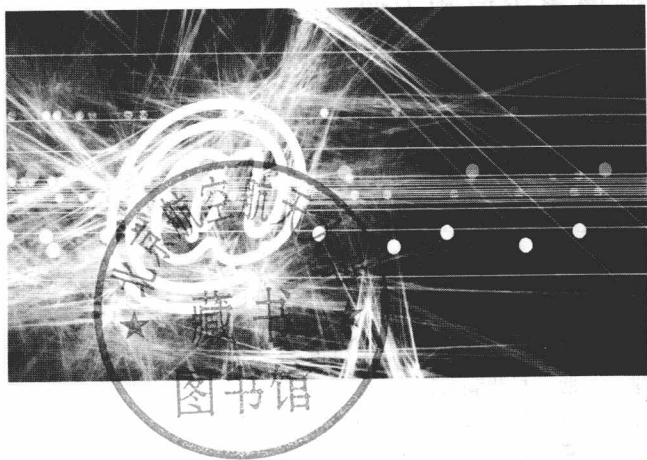
微博

舆论影响力研究

——基于突发公共事件视域

On Public-opinion Influence of Microblogs
—A Perspective of Public Emergencies

周志平 著



北航

C1643821



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

G206.3
25

079880810

图书在版编目(CIP)数据

微博舆论影响力研究：基于突发公共事件视域 /
周志平著. — 杭州：浙江工商大学出版社，2013.4
ISBN 978-7-81140-725-9

I. ①微… II. ①周… III. ①互联网络—舆论—影响
—突发事件—公共管理—研究—中国 IV. ①G219.2②D63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 057240 号

微博舆论影响力研究

——基于突发公共事件视域

周志平 著

责任编辑 郑建 梁春晓

封面设计 王妤驰

责任印制 汪俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排版 杭州朝曦图文设计有限公司

印刷 杭州杭新印务有限公司

开本 889mm×1230mm 1/32

印张 7.75

字数 201 千

版印次 2013 年 4 月第 1 版 2013 年 4 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-81140-725-9

定价 19.80 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227

本书为 2012 年度杭州市社科规划课题研究成果
(项目编号:B12XW01)

微博是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取平台,用户可以通过 Web、WAP 以及各种客户端组建个人社区,以 140 字左右的文字更新信息,并实现即时分享。据中国互联网络信息中心统计数据,2011 年上半年,微博用户数量已从 6311 万增长到 1.95 亿,成为用户增长最快的互联网应用模式。随着微博自身在信息传播速度、广度和便捷性等方面的优势加上其巨大的用户数量,使得微博快速发展成为重要的信息发布载体之一。据中国传媒大学网络舆论研究所发布的《2011 年上半年中国网络舆论指数年度报告》显示,微博已经超越网络论坛成为中国第二大舆论源头,仅次于新闻媒体报道。2012 年 10 月 30 日新浪微博发布的《2012 年第三季度政务微博报告》显示,截至 2012 年 9 月底,新浪认证的政务微博已达 50947 个,认证数量保持稳定的增长。报告认为,进入成熟运营阶段的政务微博自媒体意识显著增强,成为应对突发事件的优选渠道。

加强微博舆论生成、引导和监测机制研究对于提高社会管理水平具有重要意义。当前,微博社会影响力和舆论影响力日益增强。有关资料显示,一种传播媒体用户普及到 5000 万人,电视用了 13 年,互联网用了 4 年,而微博只用了 14 个月。在 2010 年舆论热度靠前的 50 起重大舆论案例中,由微博首发的就有 11 起,占 22%。据人民网舆论监测室所做的“2011 年网络舆论展望”预测,微博将成为网

络舆论的主要载体,而事实也验证了这一预测。随着微博影响力的扩大,越来越多的专家学者、社会名人和突发事件当事人开始使用微博。微博话题也从日常琐事转向社会事件,逐渐发展成为介入公共事务的新媒体,成为网络舆论中最具影响力的一种,改变了传统网络舆论格局的力量对比。传统媒体不再是唯一的信息源。微博成为网民收发信息的首选载体之一,其涉及领域已渗透到网民社会生活的各个层面,无论是在重大事件、防灾救灾,还是公民权益、社会救助等方面,微博都成为了重要的信息发布载体之一,往往也对事件的发展起到重大的影响和推动作用。

加强对微博舆论生成、引导和监测机制的研究,在当前舆论热点、突发事件不断的情况下,对于提高社会管理水平,构建和谐社会、促进社会可持续健康发展等具有十分重要的意义。

本书便是在深入分析一些比较具有代表性的突发微博舆论事件的基础上,对微博在舆论表达、舆论引导和舆论监测中的机制、原理进行深入系统的研究,从而提出具有较强现实意义和创新价值的相关理论、模型和对策。全书主要包括以下几方面内容。

第一章:导论部分。这一章主要是阐述本课题的研究背景、总结国内外微博舆论及突发公共事件现有的相关研究成果,并提出研究构想。

第二章:微博舆论的形成特点、传播路径与微博舆论意见领袖。主要通过对一些代表性的微博舆论事件进行分析,通过调查研究和文献研究手段探索微博舆论形成与传播的特点、机制与规律,通过与其他网络媒体、传统媒体、人际传播的比较,分析微博舆论的形成特点、传播路径以及意见领袖在微博舆论传播中的作用,并试图建立微博舆论的传播规律与模型。

第三章:微博舆论监督的社会影响力分析。这一部分主要是在

分析微博舆论监督特点的基础上,基于近年来的热点微博事件分析微博舆论监督对于社会的正面影响和负面影响,剖析微博舆论的影响力。

第四章:微博舆论影响力的评价体系及微博舆论的监管机制和引导机制。这部分主要是探索两方面内容:一是试图建构微博舆论影响力的评价体系,为微博舆论的监控和引导提供判断依据。二是通过对政府和有关部门在以往和当前的微博舆论事件,特别是一些突发性、热点性舆论事件的引导与监测中的经验教训进行研究,以便发现其中问题,总结其中经验,构建微博舆论的监管与引导原理和模型,并提出具体方法对策。

第五章:微博与突发公共事件。这一部分主要在探讨突发公共事件网络舆论的特点和演变机理的基础上进一步探索微博舆论在突发公共事件中的作用和引导机制。

附录:回顾和评析 2010—2012 年影响力较大的微博舆论事件。这部分主要是节选和回顾 2010—2012 年间比较有影响力的 10 个微博舆论事件,并进行简要点评,以供社会相关部门和个人今后处理微博舆论事件时做到“以史为鉴”。

由于微博是一个出现还不到几年的新生事物,而且还在不断地发展变化,对它的研究也还有待于不断地深入,所以本书只能算是本人对微博舆论这个新生事物进行研究的开端,就算是抛砖引玉之举吧,里面肯定还有诸多不成熟之处,还请各位专家学者批评指正。

第一章 导 论	001
第一节 研究背景	003
一、理论价值	005
二、现实意义	005
第二节 基本概念的界析	007
一、微博概说	007
二、突发公共事件概说	017
第三节 相关研究述评	023
一、关于微博的研究现状	023
二、关于突发公共事件舆论引导的研究现状	028
第四节 研究框架与研究方法	032
一、研究框架	032
二、研究方法	033
第二章 微博舆论的生成与传播机制	035
第一节 微博传播的特点及要素分析	037
一、微博传播的特点	037
二、微博传播的要素分析	041

第二节 微博舆论的形成机制与传播路径	063
一、微博舆论的形成机制	063
二、微博舆论的生成演变过程(传播路径)	066
三、影响微博舆论走势的要素分析	069
第三节 微博舆论的意见领袖	073
一、微博带给意见领袖的影响力变化	073
二、微博时代意见领袖应具备的条件	075
三、意见领袖在微博舆论中的作用	080
四、如何更好地通过意见领袖来引导微博舆论	083
第三章 微博舆论监督的社会影响力	085
第一节 微博舆论监督概述	087
一、微博舆论监督的现状	087
二、微博舆论监督的要素分析	088
三、微博引导舆论存在的问题	091
第二节 微博舆论监督对社会的正面影响	096
一、开辟了公民反映社会问题的新途径	096
二、使多媒体形成合力,强化传统舆论监督	098
三、实现情绪宣泄,促进社会协调整合	100
四、“微博问政”:参政议政的新途径,推进我国民主化进程	101
五、加强社会动员功能	105
六、有利于维护社会的和谐稳定	106
七、推动政府执政模式的创新	106
第三节 微博舆论监督对社会的负面影响	108
一、微博舆论监督对社会的负面影响	108
二、微博舆论监督产生社会负面影响的根源	114

第四章 微博舆论监测体系及引导机制	119
第一节 微博舆论监测体系	121
一、信息空间(I-space)	121
二、微博舆论的三维空间	122
三、监测指标体系	122
四、微博舆论的监测等级	127
第二节 微博舆论的监管机制	129
一、完善法规管理、加强微博监管	129
二、强化媒体引导、改善传播环境	134
三、提高技术水平、提升传播意识	136
第三节 微博舆论的引导机制	140
一、微博舆论监督的特点	140
二、微博舆论的引导技巧	144
第五章 微博舆论与突发公共事件	151
第一节 突发公共事件的网络舆论	153
一、突发公共事件网络舆论的形成	153
二、突发公共事件网络舆论的演变机理和传播环节	154
三、我国突发公共事件的网络舆论特点	158
四、我国突发公共事件网络舆论引导现状及其存在的问题	162
第二节 突发公共事件中的微博传播	166
一、微博在突发公共事件中传播的特点	166
二、突发公共事件中微博传播的模式	168
三、微博舆论在突发公共事件中的角色	172
四、微博对突发公共事件舆论引导的影响	173

第三节 突发公共事件中的微博舆论引导	179
一、微博对突发公共事件舆论引导的新挑战	179
二、突发公共事件中微博舆论的引导策略	181
附 录 2010—2012 年影响力较大的微博舆论事件节选与剖析	189
参考文献	224
后 记	234

第一章 导 论

2010年,我们周围的人群口中突然多了一个词汇“微博”,人们在交往的时候会不经意地问上一句:“你有微博吗?”如果你回答没有的话就说明你已经out了。那微博到底是一个什么样的东西呢?微博实际上是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取平台,用户可以通过Web、WAP以及各种客户端组建个人社区,以140字左右的文字更新信息,并实现即时分享。微博的发展势头极为迅猛,已经开始影响到我们生活的方方面面,微博正逐步发展成为网络舆论的主要载体,尤其是在突发事件中发挥的作用越来越明显。本章主要阐述该课题的研究背景,总结当前微博舆论及突发公共事件领域的大致研究现状并提出全书的研究构想。

第一节

研究背景

2006年3月,博客技术先驱 Blogger 创始人埃文·威廉姆斯(Evan Williams)创建的新兴公司 Obvious 推出了“大围脖”服务。在最初阶段,这项服务只是用于向好友的手机发送文本信息。后来风靡全球的 Twitter 则是威廉姆斯在 2006 年 3 月推出的,英文原意为小鸟的叽叽喳喳声,用户能通过诸如发手机短信等多种工具更新信息。Twitter 是一个社交网络及微博服务平台,用户可以经由 SMS、即时通信、电邮、Twitter 网站或 Twitter 客户端软件(如 Twitterrific)输入最多 140 字的文字更新。它一出现便在世界各地引起追捧热潮, Twitter 被 Alexa 网页流量统计评定为最受欢迎的 50 个网络应用之一。Twitter 的出现把世人的眼光引入了一个叫微博的小小世界里。

随着国外 Twitter 的“大红大紫”,国内的互联网经营者们也争相效仿。2005 年从校内网起家的王兴,在 2006 年把企业卖给千橡互动后,于第二年建立了饭否网。2007 年 5 月饭否网作为国内微博网站的开拓者,成功上线,到 2009 年 7 月 8 日网站第一次关闭,其用户已经近 100 万。随后,作为后起之秀的新浪网也开始试水微博,从 2009 年 8 月 14 日开始到 2010 年 10 月新浪微博的注册用户已经突破了 5000 万。几乎是在同一时间,网易、腾讯、搜狐等互联网也搭建微博平台,如今做得都很不错,发展势头很猛。据中国互联网络信息中心的统计数据,2011 年上半年,微博用户数量从 6311 万增长到 1.95 亿,有报告显示,至 2011 年 12 月,中国微博用户总数已经达到 2.498 亿,成为用户增长最快的互联网应用

模式^①。随着微博自身在信息传播速度、广度和便捷性等方面的优势加上其巨大的用户数量,使得微博快速发展成为重要的信息发布载体之一。据中国传媒大学网络舆论研究所发布的《2011年上半年中国网络舆论指数年度报告》显示,微博已经超越网络论坛成为中国第二大舆论源头,仅次于新闻媒体报道。

微博的用户在不断壮大的同时,其社会影响力也与日俱增。如2010年7月28日中央电视台《新闻直播间》报道的“7·28南京爆炸”事件,其最早传递的载体是微博;2011年8月7日泥石流冲毁舟曲的时刻,网友“Kayne”利用微博,第一时间打破封锁,让外界知道这场可怕的灾难,成就了著名的“微博救援”;^②后来的“3Q大战”、宜黄拆迁事件、旭日阳刚借助微博走红、“我爸是李刚”成为流行语、“金庸被去世”、“郭美美事件”以及轰动全国的借助微博解救拐卖儿童事件等,几乎每一件都能和微博联系在一起,让广大民众感受到了微博所爆发出来的力量。

如果说2009年是中国微博元年,2010年就是微博在中国爆发的一年。创新工场董事长兼CEO李开复曾经这样说:“如果在微博上你有1000个粉丝,就相当于办了一份内部刊物;如果粉丝数量达到10万,你的声音就会像全国报纸的头条一样有影响力。”微博作为一种全新的互联网应用工具,正在改变着传统大众传媒,也改变着网民的生活。李开复甚至断言:“微博,改变一切。”一方面,由于它的使用零门槛从而改变了舆论发起的根源,每一个人都可以是一个通讯社,微博成了信息量最大的传播载体和杀伤力最强的舆论载体。另一方面,微博对信息传播的速度无人能及,其特有的病毒传播模式可以使一条来自普通草根的新闻被迅速传递给任何人。

① 《微博用户2.5亿 中国全球第一》,联合早报网2012年10月15日。

② 李继锋:《微博报道舟曲泥石流第一人:灾难中方知酸楚滋味》,《南都周刊》2010年9月2日。

当前,加强虚拟社会的管理已经成为社会管理的重要组成部分。随着微博用户数量的日益增加,微博的舆论影响力和社会影响力将逐渐加强,加强对微博在舆论形成中的机制与引导以及监控研究,不仅具有重要的理论价值,而且具有很强的现实社会意义。

一、理论价值

微博作为一个新的传播形态,在传播方式、用户使用习惯和舆论生成与引导机制上都具有不同于其他网络传播方式和传统媒体形态的特点。加强微博舆论的形成机制、引导机制和监测机制等内容的研究,可以丰富舆论学、新闻传播学的相关研究,具有十分重要的理论意义。

二、现实意义

加强微博舆论生成、引导和监测机制研究对于提高社会管理水平具有重要意义。当前,微博的社会影响力和舆论影响力日益增强。在2010年舆论热度靠前的50起重大舆论案例中,由微博首发的就有11起,占22%。据人民网舆论监测室所作的“2011年网络舆论展望”预测,微博将成为网络舆论的主要载体。随着微博影响力的扩大,越来越多的专家学者、社会名人和突发事件当事人开始使用微博。微博话题也从日常琐事转向社会事件,逐渐发展成为介入公共事务的新媒体,成为网络舆论中最具影响力的一种,改变了传统网络舆论格局的力量对比。传统媒体不再是唯一的信息源。微博成为网民收发信息的首选载体之一,其涉及领域已渗透到网民社会生活的各个层面,无论是在重大事件、防灾救灾,还是公民权益、社会救助等各个领域,微博都成为重要的信息发布载体之一,甚至对事件的发展起到重大的影响和推动作用。

当前加强虚拟社会的管理已经成为社会管理的重要组成部分。中共中央总书记、国家主席胡锦涛2011年2月19日在省部级主要

领导干部社会管理及其创新专题研讨班开班式上指出,要“进一步加强和完善信息网络管理,提高对虚拟社会的管理水平,健全网上舆论引导机制。”此前,早在2008年6月20日,胡锦涛在人民日报社考察工作时就指出:“互联网已成为思想文化的集散地和社会舆论的放大器,我们要充分认识以互联网为代表的新兴媒体的社会影响力。”微博作为一种新兴媒体形态和信息传播手段,在舆论生成与引导中的作用不容忽视。

加强微博舆论生成、引导和监测机制研究,在当前舆论热点、突发事件不断产生的情况下,对于提高社会管理水平、构建和谐社会、促进社会可持续健康发展等具有十分重要意义。