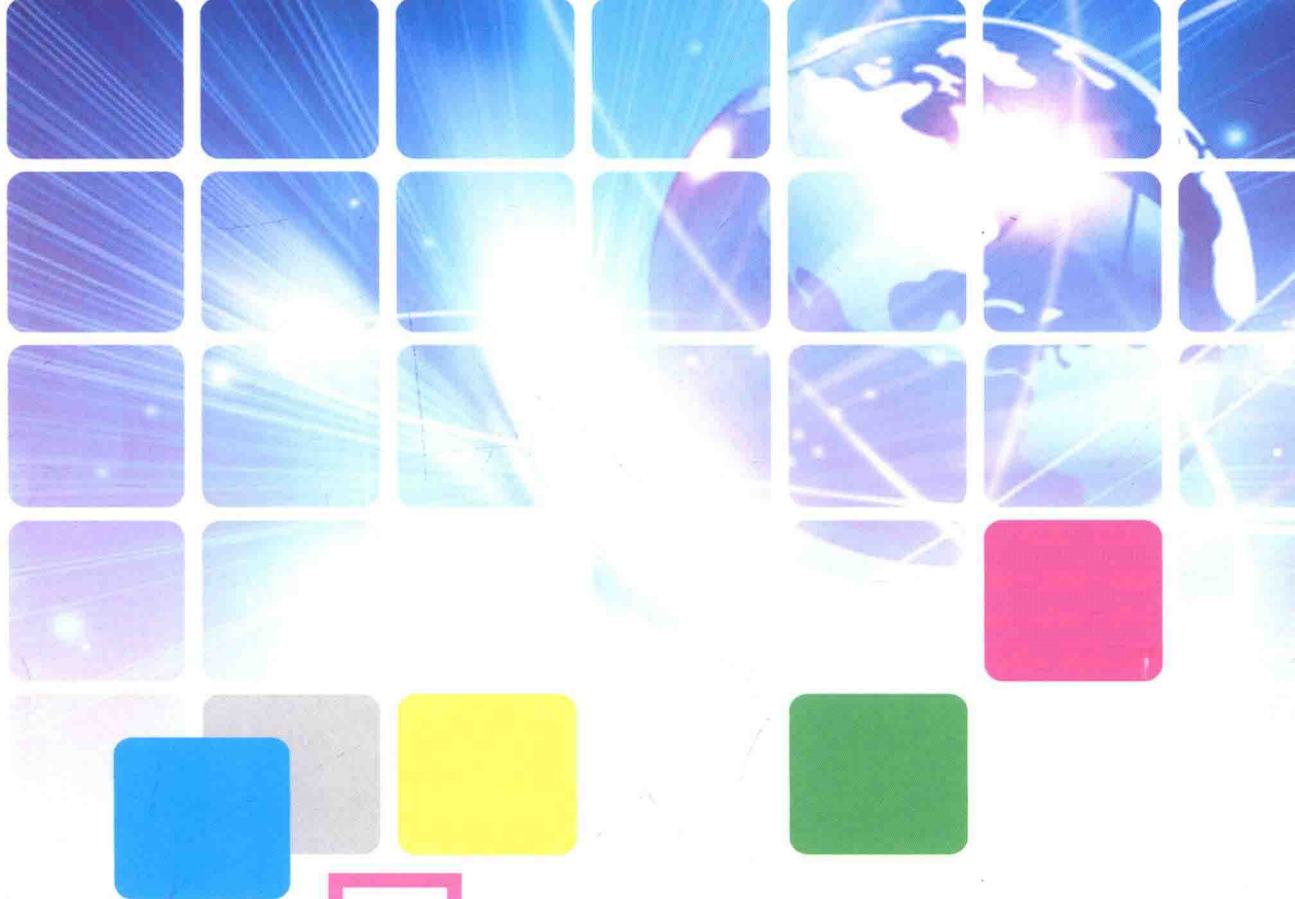




微变革

微创新

微博与大学生思想政治教育

● 主编 高 媛 王晓玲

HEUP 哈尔滨工程大学出版社

本书系 2013 年黑龙江省教育厅人文社会科学研究项目：

“微博”对大学生思想政治教育的影响及对策研究(项目编号:12532031)的
研究成果

微变革，微创新

——微博与大学生思想政治教育

主 编 高 媛 王晓玲

副主编 刘金静 赵 旭

内 容 简 介

在网络时代,微博逐渐成为大学生喜闻乐见的一种交互平台,它在承载和传递思想政治教育信息方面具有突出的优势,是实施大学生思想政治教育的一种有效尝试和可行载体。本书通过对微博在高校思想政治教育中的特征、作用、价值、影响、存在问题及应用等方面研究的全面梳理,采用文献研究法、问卷调查法、数理统计法,对我国高校利用微博开展思想政治教育的基本现状进行了调查和分析,并为高校利用微博开展思想政治教育提供了可具操作性的方案。

本书可供高校管理人员和教师参考,同时可供大学生、思想政治学科的研究生阅读。

图书在版编目(CIP)数据

微变革,微创新:微博与大学生思想政治教育/高媛,
王晓玲主编. —哈尔滨:哈尔滨工程大学出版社,2014. 9
ISBN 978 - 7 - 5661 - 0924 - 8

I. ①微… II. ①高… ②王… III. ①互联网络 - 传播
媒介 - 应用 - 大学生 - 思想政治教育 - 研究 - 中国
IV. ①G641 - 39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 218952 号

出版发行 哈尔滨工程大学出版社
社 址 哈尔滨市南岗区东大直街 124 号
邮政编码 150001
发行电话 0451 - 82519328
传 真 0451 - 82519699
经 销 新华书店
印 刷 哈尔滨市石桥印务有限公司
开 本 787mm × 960mm 1/16
印 张 20
字 数 412 千字
版 次 2014 年 9 月第 1 版
印 次 2014 年 9 月第 1 次印刷
定 价 42.00 元

<http://www.hrbeupress.com>

E-mail: heupress@hrbeu.edu.cn

前 言

随着网络技术突飞猛进的发展,微博在我国迅速得到普及和运用。青年人尤其是高校大学生已成为微博的主要使用者,并且已日渐成为高校大学生思想交流、信息传播、娱乐休闲、情绪宣泄的重要平台。高校思想政治教育者必须高度重视微博这一新兴的传播媒介。把微博运用到高校的思想政治教育工作中,不仅是高校思想政治教育发展的客观要求,也符合高校教育发展的规律。

当前,国内学术界就微博的特征及微博为创新和发展高校思想政治教育带来的机遇和挑战,以及如何利用微博开展高校思想政治教育都进行了大量研究。但这些研究基本处于起步阶段,缺乏系统性和针对性。

本书通过对微博在高校思想政治教育中的特征、作用、价值、影响、存在问题及应用等方面研究的全面梳理,采用文献研究法、问卷调查法、数理统计法,对我国高校利用微博开展思想政治教育的基本现状进行了调查和分析,为高校利用微博开展思想政治教育提供了可具操作性的方案,目的在于实现高校思想政治教育有效占领微博阵地,提高高校思想政治教育的实效性,创新和发展我国高校思想政治教育的阵地。

本书分为八章。第一章主要阐述微博的定义、产生和发展现状、特点和功能以及与其他网络媒体的主要区别;第二章采用调查法对大学生微博使用现状进行分析;第三章分为五节,主要论述微博与大学生思想政治教育关系、相关理论、特征和功能、构成要素以及作用和价值;第四章延伸到传统媒体中探讨大学生思想政治教育,其目的在于形成与微博思想政治教育的比对;第五章详细探讨了微博对大学生思想政治教育的影响及应用中存在的问题,为下一章打下伏笔;第六章针对前一章节的具体问题,设计了微博环境下大

学生思想政治教育优化创新的方法途径以及具体模式；第七章通过列举几年来微博环境下大学生思想政治教育热点教学案例，为我们思考新时期思想政治教育的价值定位、对象特征、内容体系、领域扩展、方法革新、机制创新等前沿问题和热点问题提供生动的实践参照；第八章则针对当前微信对微博的挑战，对大学生思想政治教育的影响提出具体解决策略。全书结构清晰，内容新颖，观点明确，能够为增强思想政治教育专业教学的实践性、针对性、吸引力提供丰富的题材和参照。

本书编写大纲由高媛老师提出，经编者集体讨论修改后确定，具体编写分工如下：哈尔滨金融学院高媛编写第六、七章；黑龙江建筑职业技术学院王晓玲编写第三、五章；上海新侨职业技术学院刘金静编写第四、八章；黑龙江建筑职业技术学院赵旭编写第一、二章。

本书编写过程中，我们也借鉴了国内外有关的论著和教材，也参阅了期刊发表的文章，在修改过程中，得到了同行和许多专家学者的关注，在此一并致谢。由于作者研究水平有限，虽历时一年多，但本书仍显得有些仓促，部分章节还不够全面，不够完整。书中的观点和文字尚有诸多不足之处，而且形势在不断发展，环境在不断变化，微博思想政治教育中还有许多新的课题需要研究，网络新媒体也在不断更新、发展变化中。希望这本书的出版，能起到一个“抛砖引玉”的作用。同时，本书作为新时期教育改革创新的一部探索之作，疏漏之处在所难免，敬请专家和读者不吝赐教。

编 者

2014年6月

目 录

第一章 微博概述	1
第一节 微博的定义	1
第二节 微博的产生和发展现状	2
第三节 微博的主要特点和功能	10
第四节 微博与其他网络媒体的主要区别	17
【相关链接 1-1】 纽约客:Twitter 将成博客发展下一步	20
【相关链接 1-2】 中国进入微博时代	23
第二章 大学生微博使用现状分析	30
第一节 微博用户特征分析	30
第二节 校园微博现状分析——以新浪微博为例	36
【相关链接 2-1】 大学生微博使用情况调查与分析	43
第三章 微博与大学生思想政治教育	54
第一节 微博与思想政治教育的关系	54
第二节 微博与高校思想政治教育的相关理论借鉴	57
第三节 微博思想政治教育的特征和功能	61
第四节 微博思想政治教育的构成要素	67
第五节 微博在高校思想政治教育中的作用和价值	74
【相关链接 3-1】 大学生微博公民参与的思想政治教育引导	81
【相关链接 3-2】 2012 年高校微博发展报告	83
第四章 传统媒体中的大学生思想政治教育	118
第一节 传统媒体的含义、特点、功能	118
第二节 传统媒体与思想政治教育的契合	129
第三节 传统媒体对思想政治教育的双重影响	143
第四节 运用传统媒体改进和加强思想政治教育的典型模式	146

【相关链接 4-1】 传统媒体与新媒体比较研究	150
【相关链接 4-2】 微博对网民的影响正悄悄超越传统媒体	159
第五章 微博对大学生思想政治教育的影响及应用中存在的问题	161
第一节 微博对大学生思想政治教育的积极影响	161
第二节 微博对大学生思想政治教育的消极影响	167
第三节 当前微博应用于大学生思想政治教育中存在的问题	172
【相关链接 5-1】 微博时代呼唤高校公民意识成长	180
【相关链接 5-2】 “微时代”的大学生思想政治教育	183
第六章 微博环境下大学生思想政治教育的优化创新	185
第一节 高校利用微博开展思想政治教育的现状	185
第二节 高校思想政治教育运用微博载体创新的原则	188
第三节 微博载体思想政治教育的实现模式——双向互动模式	190
第四节 利用微博创新思想政治教育的方法与途径	193
【相关链接 6-1】 高校微博 千帆竞发“微”时代	213
【相关链接 6-2】 大学生思想教育走进 IE 时代	217
【相关链接 6-3】 大学生思想政治教育 新媒体上建起新课堂	220
第七章 微博环境下大学生思想政治教育热点教学案例分析	223
【案例一】 精神空虚:郭美美“微博炫富事件”	223
【案例二】 虚假信息横行:六小龄童“被去世”	225
【案例三】 网络恶搞诗圣:杜甫很忙	226
【案例四】 赞美生命:最热微博红人延参法师	228
【案例五】 正能量:微公益救助的“鲁若晴”	229
【案例六】 中山出现首个微博自首案例	231
【案例七】 “微博打拐”验证民众智慧理性	232
【案例八】 “秦火火”微博造谣事件	234
【案例九】 马航事件:主流媒体微博构筑声音第一阵线	236
【案例十】 房叔落马是微博问政的胜利	239
【案例十一】 舌尖上的中国引爆微博	241
【案例十二】 小悦悦,天堂里没有车祸	244
【案例十三】 “7·23”动车事故,一场微博救援战	247
【案例十四】 “世界末日”过后哈哈一笑“我还活着体”微博走红	250

【案例十五】 从微博看“钓鱼岛上的中国”	252
【案例十六】 全国“两会”报道中的微博热	255
【案例十七】 舒淇退出微博事件引人思考 网络暴力最终伤害了谁	257
【相关链接 7-1】 2013 年度十大热门微博事件	260
【相关链接 7-2】 问微博事件:为何要羡慕、嫉妒、恨?	264
第八章 微信的挑战与新思考	271
第一节 微信概述	271
第二节 微信对大学生思想政治教育的机遇和挑战	280
第三节 微信环境下大学生思想政治教育的应对策略	286
【相关链接 8-1】 微信的归微信,微博的归微博	300
【相关链接 8-2】 微信时代:腾讯争霸之路	305

第一章 微博概述

进入互动传播时代,传播媒介和传播科技相互融合,使传播方式呈现多样化。兼具了传播力、话语权、时效性、透明度的新兴媒体——微博,正被越来越多的大学生所认识并使用,深刻影响着大学生的思想意识、行为习惯和交往方式。那么,什么是微博,它具有哪些特征和功能,微博为何会受万众瞩目,又将何去何从?探寻微博的发展及其特色,了解微博的基本特点,掌握微博的主要功能,把握微博的发展趋势,只有这样才能更好地帮助人们全面认识微博,做好当代大学生思想政治教育工作。

第一节 微博的定义

微博,即微博客(Microblog)的简称,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”这一概念是由美国 Twitter 网站的创始人埃文·威廉斯(Evan Williams)在 2006 年最先提出的,但微博的完整定义是到 2007 年才出现。2007 年,美国学者 Gaonkar 和 Choudhury 从技术应用的角度将微博定义为一种集合了手机传感器、无线网络、信息处理和空间可视这 4 种要素的多媒体博客^①。中国人民大学新闻学院喻国明教授在《微博:从嵌套性机制到盈利模式——兼谈 Twitter 最受欢迎的十大应用》中提出:简单地说,微博即微型博客,是基于有线和无线互联网终端发布精短信息供其他网友共享的即时信息网络,由于用户每次用于更新的信息通常限定于 140 个字符以内,故此得名“微”。^②由此可见,微博有以下两方面的含义:

首先,相对于强调版面布置的博客来说,微博的内容只是由简单的只言片语组成,从这个角度来说,对用户的技术要求门槛很低,而且在语言的编排组织上,没有博客那么高。

^① Gaonkar S, Choudhury R R. Microblog:map-casting from mobile phones to virtual sensor maps[Z]. 2007.

^② 喻国明,欧亚,张佰明,等. 微博从嵌套性机制到盈利模式——兼谈 Twitter 最受欢迎的十大应用[J]. 青年记者, 2010,2:18-21.

其次，微博开通的多种 API 使得大量的用户可以通过手机、网络等方式来即时更新自己的个人信息。在微博产生以前，博客曾是全球范围内最具影响力的自媒体，甚至“自媒体”和“博客”两词一度被混淆使用。微博产生后，由于微博具有多终端使用和发布内容简短等优势，已逐步取代博客，成为自媒体的主流。

微博的核心理念是随时随地随心地记录和发布。每一个微博的用户只需三言两语，就可以把自己生活中的所见所闻、所思所想发送到微博上。有生活状态的描述，有生活感悟的灵感，有不满情绪的宣泄等。微博网站提供了一个互联网和手机互联互通的信息交流发布平台，用户可以随时通过手机和互联网进行信息的发布和接收。另外，微博网站还有许多第三方网站和客户端软件可利用，用户不必直接登录微博网站也可以利用第三方的网站或者客户端阅读和发布信息，比博客的发布方式更多样和方便。

以新浪微博为例，微博由言论、图片、视频、评论、转发、关注、标签、私信、热门话题排行榜等部分组成。言论、图片、视频可以帮助喜欢原创的微博博主进行原创微博的发布，可以构成评论内容，增强微博博文与评论的可读性与趣味性，满足不同人群的不同喜好；评论和转发可以增强粉丝与被关注者之间的互动，可以让粉丝对自己感兴趣的话题与人物发表自己的意见，还可以扩大信息的知晓范围，提升“自媒体”的传播力度。

微博作为现阶段最受瞩目的新媒体之一，发展势头迅猛，深刻改变了人以及由人构建而来的信息传播方式和机制。微博较之于传统媒体而言，涌现出更新、更快、更广新特点，充分发挥出了“记事本”“社交网”以及“扩音器”等突出作用，而它的突出特点和作用也为其与思想政治教育的结合提供充分可能。

第二节 微博的产生和发展现状

一、微博的产生

早在 2001 年，微博的构想就已经产生了，Twitter 网站由美国 Obvious 公司的埃文·威廉姆斯(Evan Williams)、杰克·多尔西(Jack Dorsey)等人创建。Twitter 的创始人之一杰克·多尔西(Jack Dorsey)认为鸟叫的短、频、快特点符合微博客服务网站的内涵，最早以此提出了 Twitter 的理念，他最初的设想是便于小组成员利用手机短信来与其他成员形成互动交流，从而让他人及时了解自己的动态和想法。随后他制作出了 Twitter 的最初版本。

2006 年 3 月 21 日，一个名为“Twtr”的网站上线(Twitter 的前身)，这是人类历史上第一个微博服务终端，该网站由杰克·多尔西、比兹·斯通(Biz Stone)和埃文·威廉姆斯(Evan Williams)等人共同建立，杰克·多尔西通过自己的微博账号发出了人类的第一条

微博“just setting up my twttr”(我刚刚开通了微博)。之后他又发出了“inviting coworkers”(邀请同事们来一起玩)这条信息,由于此前的“just setting up my twttr”这条微博是由系统自动发出的,因而“inviting coworkers”被认为是实质上的第一条微博。在微博最初创立时,只有50名民众在使用。

微博 Twitter 的命名源于微博早期创始团队中一位名叫诺亚·格拉斯(Noah Glass)的成员通过查阅牛津英语词典起的“Twttr”这个名字,意为“a short inconsequential burst of information, chirps from birds(一条简短的突发信息,或是对鸟啾啾鸣叫的拟声词)”。

Twitter 公司的标志其后也被确定为一只叽叽喳喳讲话的蓝色小鸟。但“Twttr”这个单词尽管简洁,却缺少元音,不易拼写,因而后来又加上了元音“i”和“e”,“Twitter”成为了今天的样子。

由于微博被设计为侧重于手机使用,因而需要向政府申请短信终端服务号码,美国短信终端服务号码为5位,很快 Twttr 发现,方便使用并易于记忆的号码“89887”(九宫格上 twttr 的输入按键)已经被一本叫做《Teen People》的杂志占用了,于是改用了“40404”作为短信服务终端号码。这也成为 Twttr 改名为 Twitter 的原因之一。

Twitter 起初的功能非常有限,使其像一个即时通信的工具,只允许用户向好友的手机发送文本信息,但后来 Obvious 公司从用户的需求角度出发,对 Twitter 网站进行了重大的升级,突破了移动通信网与互联网的限制。国外研究者埃文·威廉姆斯认为 Twitter 融合了即时通信和短信的功能,其独特性在于可随时随地向好友宣布自己的新动态。

升级后的 Twitter 使得用户不仅可以将自己的实时动态以短信形式发送给个人,还可以发送到手机和个性化网站群上,且用户不用输入自己的手机号码,就可直接通过个性 Twitter 网站和即时信息服务进行收发送信息。至此, Twitter 的雏形已基本形成。

二、微博在国外的发展

世界上最早的微博,起源于美国,它的开山鼻祖是博客技术先驱 blogger.com 创始人埃文·威廉姆斯(Evan Williams)。2006年,埃文·威廉姆斯创建了 Obvious 公司,推出了微博服务,^①在开始的时候,他们的服务定位于通过微博将文本信息发送到好友的手机上。2006年底,Obvious 公司优化改进了服务,用户不再需要将手机号码输入到系统中,就可以通过个性化网站 Twitter 和即时信息服务发送和接收信息。

著名评论网站 TechCmnnch 的创始人迈克尔·阿灵顿(Michael Arrington)在2006年7月的一篇评论中对 Twttr 服务的“创新和对一个简单创意良好的执行表示赞赏”。但分析师贾斯汀(Justin)却指出,“我认为这是有史以来最愚蠢的创意,没有人会将自己的信息放

^① 李华、赵文伟. 微博客:图书馆的下一个网络新贵工具[J]. 图书与情报,2009(4),78-82.

到一个网站上供所有人阅读。”但8月的旧金山地震证明贾斯汀错了,地震的相关信息通过微博很快传播出去。这大概是人们首次意识到,微博并非只能传播诸如“午饭该吃些什么?”等无聊的信息。

Twitter的主要操作方式是:注册用户通过各种终端,如手机短信(或彩信)、IM软件(QQ,MSN,GTALK等)和API应用向Twitter发布消息(140个字符以内),该用户的关注者不但可以实时接收其更新的消息,还可以对此消息发表即时评论,同样的道理,通过Twitter该注册用户也可以随时接收其所关注的所有用户发布的最新消息。

Twitter发明仅一年后的2007年3月,就受到了社会各界的密切关注。美国德克萨斯州的奥斯丁市每年都会举办全美最大的音乐节“South by Southwest”(西南偏南),在这场全美狂欢的音乐节上,很多人使用手机发送微博来组织临时聚会和发布现场信息,并引发附近的人跟着使用。Twitter高管当时称“Twitter用户平时每天发布约2万条信息,本周末突破6万条”。“South by Southwest”音乐节上设有电影和互动的颁奖环节,结果微博因在音乐节上获得的广泛关注获得了当年的互动大奖,开始风靡全美。

在2008年美国总统大选期间,很多民众将科学使用Twitter进行宣传视为奥巴马竞选成功的重要因素之一。在这次大选期间,包括奥巴马和希拉里在内的诸多总统候选人都委托其竞选团队在Twitter上开辟了自己的账号。奥巴马的微博经过了精心的设计,在通常显示头像的位置被他的选举标志所取代,而将头像放置在背景图片内,这样做的好处是即使访问者上下滚动页面,他的头像一直能保持在浏览页面的左上角。整个选举过程中奥巴马最终获得了超过15万粉丝的支持,而希拉里的粉丝则不足0.6万。这一巨大差距源于奥巴马的账户在发展粉丝的同时不仅关注了普通民众,而且人数甚至超过了粉丝数。这意味着奥巴马团队能接收到十多万民众的思想动态并及时作出反应。而希拉里仅仅将微博当成传统媒体的翻版,充当了竞选信息的发布平台,对他人进行零关注,缺乏互动,粉丝自然不多。当选后的奥巴马紧接着为白宫也开设了微博账号,并将微博作为其与普通民众沟通的“中心”。在他的影响下,全球政要掀起了一股开通微博的风潮,甚至连一向保守的英国王室也于2009年7月开通了Twitter账号。

2008年12月,印度孟买连环恐怖袭击事件发生后,Twitter更是大放异彩。第一次袭击发生后五秒钟,Twitter上出现了80个消息。^①一些微博上传了大量袭击现场的照片,一些消息主动向媒体提供帮助,普通民众利用以Twitter为代表的社会化媒体直播事件的最新进展,显示出公民在新闻报道中发挥的作用日益重要,这一现象也被《福布斯》杂志称之为“Twitter时刻”。^②

① 罗艇.从孟买恐怖袭击事件中的“自媒体”传播看公民新闻背景下的媒介权力转移[J].国际新闻界,2009(1):82-85.

② 孟买事件,Twitter时刻.福布斯.2008年12月.

2009年1月,美国航空公司飞机紧急迫降在哈德逊河上,几乎就在事件发生的同时,飞机上的Twitter网友不断公布事件的最新进展,并上传照片和视频,这些信息成为传统媒体的消息来源,并在民众之间迅速传播。

2009年4月,美国有线电视新闻网(Cable News Network)作为全球最有影响力的传统媒体集团,发现其微博账户已经意外卷入一场在Twitter中争夺“首位粉丝突破100万”荣誉的竞赛中。由于CNN一度领先,其旗下著名节目主持人拉里·金(Larry King)在节目中以开玩笑的口吻向其他竞争者夸耀道:“CNN要埋葬你们!”。但最终美国电影明星艾希顿·库奇(Ashton Kutcher)以微弱优势粉丝率先突破百万,一举击败CNN,成为微博粉丝首个突破百万大关的用户。尽管最终败北,但CNN注意到另一个名为“CNNbrk”(有“CNN突发新闻”之意)的微博账号已拥有94万粉丝,而拥有者却是一位名叫James Cox的普通人,随即收购了该账号。这一做法对于CNN的重要性不言而喻:如果在该账号所发布内容上加上CNN网站(CNN.com)的链接,则每天可使CNN主页的浏览量大幅增长。传统媒体在微博上的影响力未能击败个体,并需要靠收购账号来扩大其影响,表明微博已经由一种被传统媒体忽视的信息载体迅速转变为备受其重视的主流。

2009年6月5日,在迈克尔·杰克逊葬礼当天,Twitter用户平均每秒发送的微博信息量达到456条,创下了当时Twitter的记录。在2009年的伊朗绿色革命中,微博爆发出惊人的影响力。2009年6月12日,伊朗第10届总统大选的官方计票结果公布,在已统计的94%的选票中,现任总统马哈茂德·艾哈迈迪-内贾德(Mahmoud Ahmadi-nejad)赢得64.31%的选票,从而宣布赢得伊朗总统选举。但伊朗前总理、改革派候选人米尔-侯赛因·穆萨维(Mir-Hossein Mousavi)指责此次总统选举存在违规并要求重新选举,穆萨维的支持者也随即走上街头并与警方发生严重冲突,造成流血事件。伊朗政府在骚乱爆发后的第一时间控制制造紧张情绪的信息,16日起宣布取消外国记者的采访证并禁止现场报道,还暂停了境内手机用户间的短信服务,要求境内网站删除骚乱相关的信息。但此时已风靡全球的Twitter由于服务器在境外而未被封锁,改革派不仅通过微博传递有关抗议集会、示威者与军警冲突、伤亡数字和德黑兰局势的信息,还把这些信息发送给西方记者。在伊朗境外的改革派支持者,也通过微博向伊朗国内传递国际社会反应和媒体评论等内容的简讯。微博成为了改革派支持者进行抗议活动的重要信息平台。值得注意的是,总部位于美国旧金山的Twitter原计划在美国时间15日夜暂停服务90分钟以进行系统维护,但美国国务院政策规划司官员杰瑞德·科恩(Jared Cohen)以德黑兰正值白天,且“Twitter对抗议者的组织工作有重要作用”为由,要求Twitter推迟系统维护时间。尽管Twitter公司高层随后否认推迟系统维护时间是受了美国国务院的影响,但承认推迟是为了“让Twitter在这一全球高度关注的事件发生期间保持正常服务”。Twitter在伊朗政局中的作用可见一斑。

2011年8月6日,因英国伦敦警务人员枪杀一名29岁的黑人平民马克·达根(Mark

Duggan), 引发民众上街抗议并引起骚乱, 8月8日起扩展至伯明翰、利物浦、诺丁汉和布里斯托、曼彻斯特等大城市。一周时间内, 英格兰地区共有两千多人因涉嫌参与骚乱、纵火和抢劫被捕, 因骚乱遭起诉者超过1 000人, 其中704人在伦敦。在这场骚乱中, 示威者使用了Twitter作为活动组织的主要渠道, 这是继中东国家之后, 在发达国家中首次发生由微博进行串联的骚乱。不少示威者实时更新微博炫耀成果以吸引更多参与骚乱。而作为示威者主要对手的伦敦警方, 仍在继续使用无线电系统进行指挥。由于微博有多终端的特性, 传统的屏蔽网址(URL)和IP地址的方法对其无效, 即使屏蔽网址, 也很难做到屏蔽所有代理服务器, 更无法根除某些网站的使用平台, 借助各种终端, 微博使用者甚至不需要登录Twitter网站就能更新微博。这使得微博技术对在骚乱时如何与示威者争夺支持者, 主权国家政府治理能力的无差别挑战成为了世界性难题。

2011年9月, Twitter推出简体中文和繁体中文版本, 共支持17种语言。注册用户突破2亿, 月活跃用户数量为1亿。目前, Twitter上平均每天的信息量达2亿条。其中5%的民众发布了75%的信息。账号空置率为20%, 即假设Twitter总人口为100, 那么有20个账号是长期无人使用的。这种长期无人使用的账号被称为“僵尸粉”, 很可能被用作制造人气假象的工具。

如2012年美国总统大选期间, 美国共和党总统竞选人米特·罗姆尼(Willard Mitt Romney)就因竞选期间Twitter账号短时间内人气暴涨了十几万, 大大超过他平时的粉丝增长速度而被怀疑购买僵尸粉。尽管如此, 他仍然很难超越他的竞争对手——早已于2007年开通微博的奥巴马是拥有1 400万粉丝的微博超级明星, 位列Twitter中粉丝数量排行榜的第三位(2012年7月数据)。

在Twitter声名鹊起之时, 国外传统媒体洞察到了微博的力量, 纷纷将微博作为推广和沟通的平台。截止到2009年10月, 《纽约时报》在Twitter上的官方网站已经有90多万名关注者, 《华尔街日报》也有5万名关注者, 它们将新闻在Twitter上实时更新; 在英国, 134家一线杂志都开辟了Twitter账号, 其中《新科学家》、NME等杂志的关注者都在2万以上。^①

由于信息发布的便捷性和即时性, Twitter的用户数量一直保持急剧增加的势头, 目前已成为继Myspace和Facebook这些热门网站之后美国第三大社交网站。根据相关公开数据, 截至2010年4月中旬, Twitter在全球注册用户已经超过1亿, 著名流量统计网站ALEXA的数据显示, 四月间Twitter的日均注册数约为30万人, 独立访问量达1.8亿, Twitter每日的访问量已达到30亿(指通过各种API向网站发出的请求), 年增长率达1 500%。^②在美国、英国、加拿大等地的网站排名中均列前5位。

① 刘晖. Twitter: 微博客时代的到来[J]. 传媒, 2009(10): 56-58.

② 姜涛. Twitter开发者大会创始人及CEO详解. Twitter <http://tech.sina.com.cn/i/2010-04-15>.

三、微博在国内的发展

早期在中国地区, Twitter 是允许直接进入的, 但是最初国内对于 Twitter 及“微博”这个概念了解和使用的人并不多, 主要集中于学历较高、有海外生活经历的“小众”人群, 后来在国内使用 Twitter 的人群逐步增加。微博在我国的发展历程大致有以下四个阶段:

第一, 初期的引入阶段(2007—2008 年)。自从 2006 年 Twitter 在美国诞生之后, 人们便进入了一个叫“微博”的时代。Twitter 在互联网中的横空出世, 在国外掀起了一股微博热潮。与此同时, 国内也受到了影响, 微博首先为一部分对新事物有着强烈好奇心的人所关注, 并且他们看到了其在社会各领域的应用价值, 在遵循网络发展规律的前提下, 纷纷效仿 Twitter 并创建了以拥有各自独立域名的众多微博。其中校内网的创始人之一王兴 2007 年 5 月 12 日最早创建了国内微博服务的饭否网, 使微博正式引入了中国。随之创立的叽歪网、做啥网等微博服务网站也先后成功运行, 我国四大门户网站之一腾讯为了满足用户可以随时随地发布自己状态的强烈需求, 随后也推出了自己的腾讯滔滔作为微博服务网站。国内这批最早的提供微博服务的网站虽只是粗略地模仿 Twitter 的微博服务, 但其全新的中文服务版面和全新的使用体验, 引来了国内大众的关注及使用。因此, 从 2007 年 5 月饭否网的建立到 2008 年上半年的这段时期, 是微博在我国发展的引入阶段, 这一阶段的微博大部分都是独立域名的微博服务网站。

第二, 中期的低俗阶段(2008—2009 年)。从 2008 年下半年开始, 随着国内微博被越来越多的人使用, 同时利用微博关注热点新闻的趋势越来越明显, 独立域名的微博网站暴露出了其在内容把关方面存在严重缺陷。人们在微博的世界里, 一方面, 获得了人性的自由和解放; 另一方面, 也将人性中丑恶的一面带进了微博世界, 垃圾信息的横流、低级庸俗思想的渗透, 让人们对其产生了不良印象, 造成了用户数量的下降, 以致使这批微博在国内的发展处于停滞不前的低谷, 而且这种现象持续了一年。因此, 在这一阶段, 国内没有增加新的微博网站, 微博在我国的发展进入了一个中期的低谷阶段。

第三, 高速的成长阶段(2009—2010 年)。随着网络技术和信息技术的发展, 国内网络服务商预测到了微博在互联网中的良好发展前景, 开始调整微博发展方向并将微博列为重点开发对象。2009 年 2 月, 微博终于从沉睡的低谷中苏醒, 并产生出巨大的生命力, 微博进入蓄势待发的状态。在这段时期, 新的微博网站不断涌现, 微博的用户数量也不断高涨, 使其受到了我国公众的广泛关注。微博在我国的发展进入了高速成长阶段, 特别是在 2009 年 2 月到 8 月的半年时间内, 大量网站纷纷开通微博服务, 如 2009 年 6 月开通的 Follow5、2009 年 7 月开通的贫嘴、2009 年 8 月开通的新浪微博等。

第四, 全面的发展阶段(2010 年至今)。国内微博在 2010 年发展的速度最快, 可以说微博在这年迎来了它的春天, 因此这一年在中国被称为微博元年。虽然饭否和腾讯滔滔

等部分微博网站被关闭,但还是挡不住微博快速发展的势头。从2009年8月起,一些新的微博网站如雨后春笋般开始逐步进入众人的视野,如新浪微博、腾讯微博、搜狐微博、网易微博等,特别是新浪微博,其用户量获得了爆炸性的增长,根据新浪统计显示,截至2012年3月,其注册用户数量已超过3亿,其日活跃用户比例为9%,每天约有1亿条的信息通过新浪微博而发出。微博因其开放性,使其在我国的政治、经济、文化等方面被广泛应用。这些微博刚开始主要在娱乐新闻、社会生活等文化方面得到应用,比如微博在演艺活动和电视台的应用。随着微博的应用范围越来越广,政治领域也开始涉足微博业务。“微博问政”的诞生标志着微博也登上了中国的政治舞台,“微博云南”成为了国内第一家政府微博。如今在中国已掀起了一股从党政官员到普通民众的微博热潮,越来越多的人发微博、织“围脖”,开创了一个“人人都有话语权”的时代。

下面,着重介绍一下新浪微博的发展。

新浪微博是中国第一家门户网站推出的微博服务。经过了近两年时间的发展,新浪微博已经和Twitter一起成为全球使用最多的微博客类服务商。新浪集团副总裁、新浪产品事业部及微博事业部总经理彭少彬说:“当时也没有明确说一定要做微博,而是因为新浪一直在投资做互动类的产品。其实不论国内国外,都已经有一些非常清晰的路线,但怎样利用新浪自身的优势去做,才是当时战略讨论的一个关键。”当时对于新浪的新的互动产品的开发模式有很多讨论,其中就包括SNS模式和Twitter模式的讨论,而最终新浪选择了Twitter的微博模式。

新浪微博包含了传统Twitter网的几乎所有传播功能,包括发布功能、转发功能、关注功能、评论功能、搜索功能、私信功能等,其特点包括门槛低、传播快速、实时搜索等。新浪微博通过140字的内容简单地发布新闻、传播信息,或者仅是发表实时的心情或感慨。其传播途径多样,可以让网民随时随地发表微博内容,另外其转发和关注功能可以让信息在短时间内呈裂变式爆发传播,范围很广。在近年来的新闻事件中,新浪微博更是表现出了其强大的传播力量,仅以2010年为例,由于新浪微博的参与而加热的新闻事件就有谷歌退出中国、犀利哥、玉树地震、菲律宾人质事件、苍井空注册微博等,尤其是在2010年的玉树地震和2011年初的“微博打拐”中,新浪微博更是以其时效性、广泛性、草根性发挥了巨大的社会效应和社会责任,让人们看到了微博在社会进步、发展、服务中的巨大作用。

相比Twitter以及之前中国的微博类网站,新浪微博有了很多创新的地方。例如在功能上新浪微博利用自己门户网站的优势强化了媒体和信息传播的功能,而之前的Twitter及“饭否”“叽歪”等更多的注重通信和社交功能,新浪微博的改进相比来说更注重获取信息的实用性。而利用新浪本身的优势,新浪微博在营销上也采用了很多手段,例如“2009年9月16日,新浪微博刚刚发布不久的时候,李宇春在新浪聊天室做客,期间用手机发布了一条微博,一下子吸引了粉丝们的注意。该微博被转发和评论的数量均达万

次之多。”^①正是通过这一系列设计、营销，加之新浪本身的传播优势，让新浪微博迅速发展。

2009年11月2日，新浪微博用户突破100万，而截至2010年10月底，新浪微博用户数已达5000万，新浪微博用户平均每天发布微博信息超过2500万条。是目前中国用户数最多的微博产品，而公众名人用户众多更是新浪微博的一大特色，目前基本已经覆盖大部分的知名娱乐明星、体育明星、企业高管、媒体人士、立志专家等。目前用户可以通过网页、WAP网、手机短信彩信、手机客户端、SWSEN、MSN绑定等多种方式更新自己的微博。新浪微博和传统的国内早期微博一样，每条微博字数限制为140字，提供插入单张图片、视频地址、音乐的功能。在新浪微博发布的信息中，有38%来自于移动终端。截至2010年末，新浪微博总数累计超过20亿条，而这个数字还在呈几何数目增长，新浪微博发展成目前国内最有影响力、最受瞩目的微博运营商。如果按照中国微博用户的浏览时间统计，新浪微博的浏览时间占到了总量的87%，占绝对统治地位。

再看一下国内四大门户网站微博的宣传语和界面，看一下中国本土化Twitter的情况。

(1)新浪微博原来的宣传语是“随时随地分享身边的新鲜事儿”，现在的界面增加了“超过一亿人已经加入，再不来可就OUT啦”和“用一句话记录生活，用手机随时随地分享生活，超过两亿网民的选择”的字样。

(2)腾讯微博原来的广告语是“与其在别处仰望，不如在这里并肩，记录身边的事情，和点点滴滴的感动，这就是我们140个字的碎语人生”，后来变为“你的心声，世界的回声——在这里，一个再微小的心声，也能让更多的心一起齐鸣”。

(3)网易微博的宣传语是“有态度的微博”，宣称“人人都有微博，不是每一个微博都有价值”“微博有很多种，不是每一种微博都有态度”。

(4)搜狐微博在四大门户网站微博中稍显另类，因为它并未对微博进行字数上的限制，从某种程度上说，搜狐微博并不像传统意义上的微博，它的宣传语是“来搜狐微博看我”，宣传语的上面是一个带“@”符号的ID（这个ID不一定是特定的社会名流，也会是普通的草根人群），并且会显示日期，每隔一段时间，搜狐微博界面上都会更新一下这个带“@”符号的ID和日期。

从总体上说，四大门户网站各有自身的特色，据DCCI2010中国互联网上半年调查显示：在不同微博网站用户使用微博的目的上有所差异，腾讯微博用户爱休闲，新浪微博用户爱叨叨，网易微博用户重人际扩展。详见图1-1不同网站的微博用户使用目的的差异统计。

尽管大家都是从模仿国外微博Twitter模式开始的，而且都是测试版，但是走的路线

^① 李开复. 微博改变一切[M]. 上海: 上海财经大学出版社, 2001.