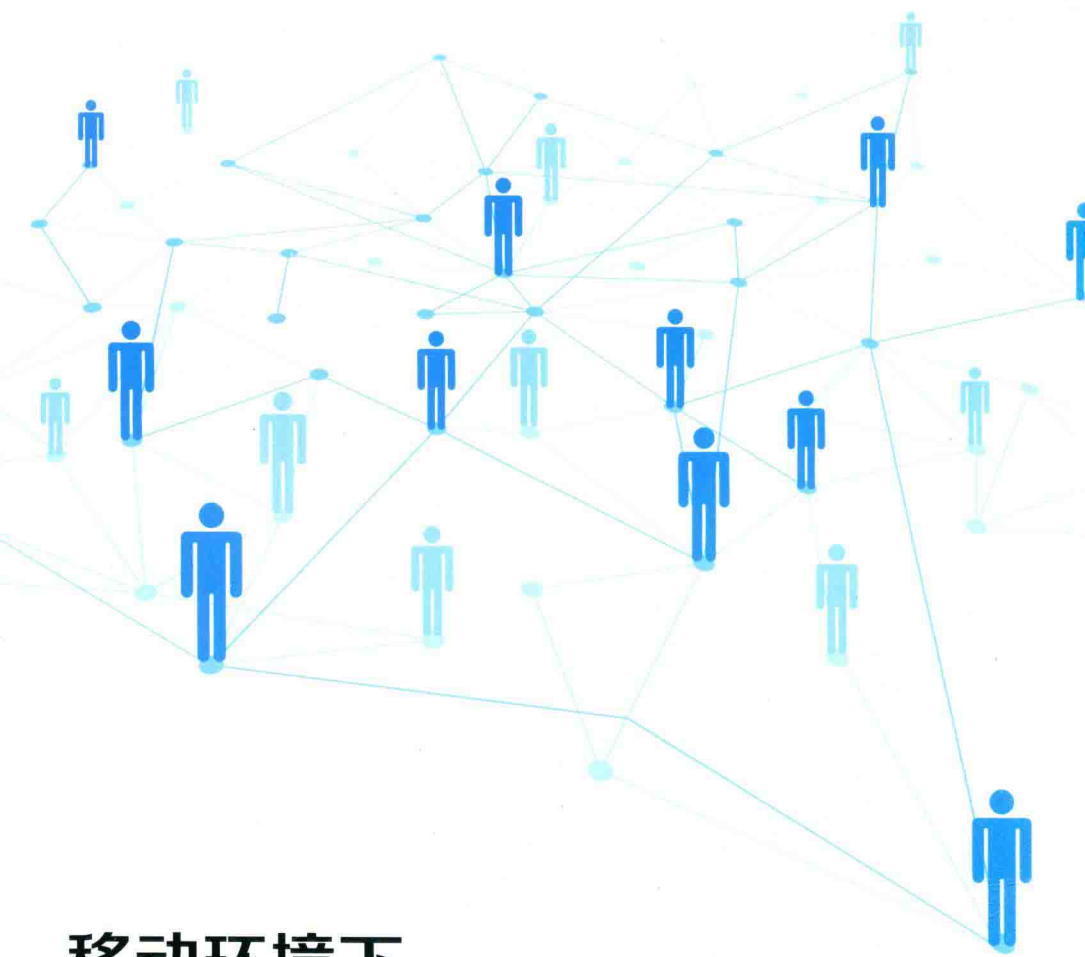




移动环境下 微博舆情传播机理及生态治理

YIDONG HUANJING XIA

WEIBO YUQING CHUANBO JILI JI SHENGTAI ZHILI

赵 丹◎著



人 民 出 版 社

移动环境下 微博舆情传播机理及生态治理

YIDONG HUANJING XIA

WEIBO YUQING CHUANBO JILI H SHENGTAI ZHILI

赵丹◎著



人
民
大
学
出
版
社

图书在版编目 (CIP) 数据

移动环境下微博舆情传播机理及生态治理/赵丹著. —北京: 人民出版社, 2018. 10
ISBN 978 - 7 - 01 - 019830 - 9

I. ①移… II. ①赵… III. ①互联网络—舆论—研究 IV. ①G219

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 219054 号

移动环境下微博舆情传播机理及生态治理

YIDONG HUANJING XIA WEIBO YUQING CHUANBO JILI JI SHENGTAI ZHILI

赵 丹 著

责任编辑: 巴能强

出版发行: 人 民 出 版 社

地 址: 北京市东城区隆福寺街 99 号

邮 编: 100706

邮购电话: (010) 65250042 65258589

印 刷: 天津鑫旭阳印刷有限公司

经 销: 新华书店

版 次: 2018 年 10 月第 1 版 2018 年 10 月北京第 1 次印刷

开 本: 710 毫米×1000 毫米 1/16

印 张: 10.5

字 数: 151 千字

书 号: ISBN 978 - 7 - 01 - 019830 - 9

定 价: 28.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买本社图书, 如有印刷质量问题, 我社负责调换

服务电话: (010) 65250042

前 言

对移动环境下微博舆情传播进行深入分析,在微博舆情传播本质探究基础上,构建科学的理论研究框架,以促进微博舆情理论研究向纵深发展,同时为政府、企业和社会组织加强移动环境下微博舆情管理提供指导,这是本书的出发点。

本书以移动环境下微博舆情为研究对象,基于信息生态理论展开了微博舆情传播问题的研究。首先,从信息生态系统视角出发,对微博舆情传播机理进行分析并建立全文理论支撑;其次,运用实证研究方法,基于信息生态因子理论深入剖析影响微博舆情传播的因素、揭示微博舆情传播特征量分布和规律,基于信息生态链理论挖掘微博舆情传播网络结构;接着回归到信息生态系统理论,基于上述研究成果构建微博舆情传播模型并进行仿真研究;最后,从理论层面研究成果出发,提出微博舆情管理对策。全文理论研究层层深入,理论研究和实践层面研究紧密结合,由此形成一套完整的研究框架并取得了丰富的研究成果。得到的主要研究结论有以下五个方面:

第一,针对移动环境下微博舆情传播机理问题,本书得出以下主要研究结论:在微博舆情传播过程中,信息人是微博舆情主体要素、信息是微博舆情本体要素、信息技术是微博舆情媒体要素、信息环境是微博舆情空间要素,微博舆情本身为舆情客体;移动环境下微博用户的舆情传播动机由内在需要和外诱因构成,内在需要有初级、中级和高级三个层面,作用层面的外诱因可划分为积极诱因和消极诱因,从诱因刺激物性质层面则可区分为物质、事件和情境三类,不同微博用户的舆情传播动机在上述层面均有差异;移动环境下微博舆情传播动力由内在动力、外在动力和管控力构成,可控的舆情话题内在动力一般较大而外在动力较小、热点话题和可控性较差的微博舆情内在动力和外在动力均较大、一般性微博舆情的内在动力和外在动力均较小、内在动力小的微博舆情一般其外在动力不大;信息流是微博舆情传播的主线,微博舆情传

播由舆情用户动机触发,在舆情传播要素支撑下、在舆情传播动力推动下不断发展。

第二,针对移动环境下微博舆情传播影响因素问题,本书从信息生态因子角度进行研究,基于信息环境热度、新媒体信息偏好、移动信息技术偏好、信息人影响力构建了影响因素模型,进而基于新浪微博“埃博拉”话题数据进行实证研究,研究结果表明:①新媒体信息偏好正向影响微博舆情传播客体热度;②信息人影响力正向影响微博舆情传播客体热度;③信息环境热度正向影响微博舆情传播客体热度;④移动信息技术偏好正向影响微博舆情传播客体热度;⑤图片信息会正向影响新媒体信息偏好;⑥语音信息和新媒体信息偏好呈负相关关系;⑦视频信息和新媒体信息偏好呈负相关关系;⑧表情信息和新媒体信息偏好呈负相关关系;⑨新媒体信息偏好会正向影响移动信息技术偏好;⑩新媒体信息偏好会正向影响信息环境热度;⑪粉丝数正向影响信息人影响力;⑫关注数正向影响信息人影响力。

第三,针对移动环境下微博舆情传播特征量及规律问题,本书基于信息生态因子理论并在相关学者研究基础上,提出了特征量概念模型,并在此基础上以新浪微博“埃博拉”话题数据为样本进行定量分析和实证研究,得出以下主要研究结论:

1. 特征量统计结果及分布。①信息人特征量:微博用户以女性为主,女性网民分布不规律,男性用户则符合指数分布,男性用户粉丝以女性为主且远高于女性用户粉丝数。移动端用户年龄集中在25—34岁,主要分布在北上广及江浙发达地区。微博用户粉丝数和关注数都符合分段幂律分布,移动端用户粉丝数分布符合“150法则”,关注数2000以上呈断尾随机分布。微博用户粉丝、关注数和博主微博数量不存在必然关系;②信息内容特征量:信息内容以图片或复合新媒体形式为主,新媒体形式信息占比高达64.11%,各种新媒体形式信息均符合指数分布,信息内容形式选择由微博用户爱好或习惯决定而不具备记忆性;③信息环境特征量:转发是微博用户进行舆情传播的主要方式,新媒体信息环境特征量按频率从高到低排序依次是转发、点赞、评论。移动环境下微博用户更多以自我为中心但信息细化水平偏低,转发、评论和点赞数均符合指数分布,同时具有长尾分布特征;④信息技术特征量:微博用户主要使用移动端进行舆情传播,比例高达79.53%,在工具(系统)形式选择方面

则以 iPhone、iPhone 5s 为主,移动端工具和非移动端工具使用均符合幂律分布。

2. 特征量变化及规律。①信息人特征量:中青年微博用户和高龄用户之间存在协同进化规律,地域分布逐渐扩散并符合再生、协同进化规律,粉丝数和关注数反映了互生和相生相克规律;②信息内容特征量:微博用户在信息内容生产过程符合物质转化和再生规律,舆情信息的输入和输出存在动态平衡性,不同形式信息内容数量的增减变化符合有效极限规律;③信息环境特征量:微博舆情存在最大环境容纳量,转发、评论、点赞在数量上符合有效极限规律,微博舆情发展 300 天至 500 天之间逐渐消亡,信息环境在时间向度上同样符合有效极限规律;④信息技术特征量:微博用户在移动端和传统端工具使用上相互依存,传统端对移动端的影响具有同生物界类似的滞后性,符合生态学的互生规律,同时,移动端和传统端的交互使用反映了相生相克规律。

第四,针对移动环境下微博舆情传播网络结构问题,本书基于信息生态链理论提出了单链路型、单关键点型和复杂链路型等三种微博舆情拓扑网络类型,以新浪微博“埃博拉”话题数据为样本运用社会网络分析法进行了实证研究,得出一系列有价值的研究结论:

1. 拓扑网络。①拓扑网络类型:移动环境下微博舆情拓扑网络以复杂链路型为主。微博舆情传播拓扑网络的演变经历了单链路型到单关键点型、单关键点型到复杂链路型的演进过程,上述三种类型均是无标度网络;②单链路型:相较传统环境,移动环境下微博舆情传播网络中单链路型网络较少,拓扑网络进化较快;③单关键点型:单关键点型拓扑网络是单链路型向复杂链路型过渡的中间结构类型,无论是移动端还是非移动端的单关键点型网络结构数量相近,但移动端的单关键点型网络包含节点更多、节点占比更小;④复杂链路型:复杂链路型是微博舆情拓扑网络最高级形式,此类型网络中用户更多、分布更广,并且以少数几个核心用户为中心,而传统环境下的复杂链路型网络用户相对较少、较分散,并以多个核心用户为中心。

2. 网络结构。①整体结构:移动环境下微博舆情网络具有较小的平均路径长度、较小的聚类系数、符合幂律分布特征,属于无标度网络。移动端微博用户数量多、分布广、用户之间联系较紧密,微博舆情传播已正式进入移动时

代;②k-核:移动端微博舆情网络密度随着k值增大而增大,网络中节点之间的关系越来越紧密,但总体上仍然比较稀疏;③点度中心性:无论移动端还是非移动端,网民的主要舆情信息来源基本一致,信息交互媒介工具使用具有稳定性,他们更信任官方的信息。移动端的活跃用户在非移动端并不活跃,少部分微博用户既是信息生产者又是信息消费者;④中间中心性:移动环境下的微博用户中间中心性呈两极分化,分布不均匀。舆情传播方式较集中,移动端核心节点用户具有更强的舆情传播作用;⑤接近中心性:移动端和非移动端节点接近中心度差异较大,同时移动端接近中心度略大于非移动端,移动端节点相较非移动端同核心节点差异相对较大。

第五,针对移动环境下微博舆情传播模型问题,本书基于信息生态系统理论构建了模型,对模型阈值进行了分析,并基于新浪微博“埃博拉”话题数据进行了仿真研究,得出的主要研究结论如下:

1. 阈值研究。①模型平衡点和阈值:模型内部非零平衡点 $R_0 = \frac{\alpha\xi + \beta(1-\xi)}{\gamma}$, $R_0 > 1$, 微博舆情将会广泛传播, $R_0 \leq 1$, 舆情将会逐渐消亡;

②阈值内在机理:阈值对新媒体感染率 α 变化较为敏感,降低 α 值将有利于微博舆情控制。新媒体易感者初始比率 ξ 也对阈值产生较大影响,初始易感者个体越少、新媒体易感者和传统易感者数量差距越大,越有利于微博舆情管理。

2. 仿真研究。①生态因子权重:通过遗传算法确定信息生态因子最大可能性权重分别为信息因子 0.20、信息技术因子 0.35、信息人因子 0.06、信息环境因子 0.39;②新媒体传播个体随时间变化规律:新媒体易感者受感染者影响,微博舆情传播速度更快、范围更广,但即使有新媒体感染者的加入,微博舆情也不会无休止的传播下去;③新媒体感染率对感染者和免疫者影响:新媒体感染率越大感染者的峰值密度越大,微博舆情爆发的越快,影响范围也越广,同时微博舆情消退的也比较快。然而,微博舆情并没有因为新媒体感染率的增大而扩散到每个微博个体;④信息生态因子对感染者密度的影响:新媒体信息内容的形式变化并没有对感染者的密度形成显著影响,信息技术和信息环境因子对感染者密度的影响较显著,信息环境因子的影响力略高于信息技术因子,信息人因子值变化几乎没有对微博舆情传播形成明显影响;⑤初始新

媒体易感者比例对感染者和免疫者密度的影响:初始新媒体易感者比例对感染者和免疫者密度形成了显著影响,移动环境下的微博用户更容易被其他用户发布的微博舆情信息所感染而参与舆情传播过程,并且使用移动终端的用户对舆情关注的延续时间也较长。

目 录

前 言	1
第 1 章 绪论:移动环境下的微博舆情新时代	1
1.1 移动环境下的微博舆情	2
1.2 移动环境下微博舆情研究的意义	4
第 2 章 微博舆情生态和理论	7
2.1 网络舆情	7
2.1.1 网络舆情的概念	7
2.1.2 网络舆情的特征	8
2.2 微博舆情	10
2.2.1 微博舆情的内涵	10
2.2.2 微博舆情的特征	10
2.2.3 微博舆情传播过程	12
2.3 信息生态	14
2.3.1 信息生态的概念	14
2.3.2 信息生态系统	15
2.3.3 信息生态因子	16
2.3.4 信息生态链	16

第3章 移动环境下微博舆情传播机理	18
3.1 移动环境下微博舆情传播的信息生态要素	18
3.1.1 微博舆情传播主体要素	18
3.1.2 微博舆情传播本体要素	19
3.1.3 微博舆情传播媒体要素	21
3.1.4 微博舆情传播空间要素	22
3.1.5 微博舆情传播客体要素	24
3.1.6 微博舆情传播信息生态要素模型	25
3.2 移动环境下微博用户的舆情传播动机	26
3.2.1 微博用户的舆情传播内在需要	26
3.2.2 微博用户的舆情传播外在诱因	29
3.2.3 不同微博用户的舆情传播动机	32
3.2.4 微博用户的舆情传播动机模型	35
3.3 移动环境下微博舆情传播动力	37
3.3.1 微博舆情传播内在动力	38
3.3.2 微博舆情传播外在动力	40
3.3.3 微博舆情传播管控力	43
3.3.4 微博舆情传播动力关系及作用形式	45
3.4 移动环境下微博舆情传播机理系统模型	49
第4章 移动环境下微博舆情传播影响因素	51
4.1 移动环境下微博舆情传播影响因素模型	52
4.1.1 微博舆情传播影响因素分析	52
4.1.2 微博舆情传播影响因素模型构建	56
4.2 样本选择和数学模型构建	60
4.2.1 样本选择及数据获取	60
4.2.2 数学模型构建	61
4.3 数据分析及讨论	64
4.3.1 相关分析	64

4.3.2	回归结果	64
4.3.3	数据讨论	65
第5章	移动环境下微博舆情传播特征量及规律	70
5.1	移动环境下微博舆情传播特征量概念模型	71
5.1.1	微博舆情传播特征量分析	71
5.1.2	微博舆情传播特征量概念模型构建	74
5.2	数据采集和处理	76
5.2.1	数据来源	76
5.2.2	数据采集	77
5.2.3	数据处理和分析	77
5.3	微博舆情传播特征量统计结果及分布	77
5.3.1	信息人特征量统计结果及分布	77
5.3.2	信息内容特征量统计结果及分布	81
5.3.3	信息环境特征量统计结果及分布	83
5.3.4	信息技术特征量统计结果及分布	83
5.4	微博舆情传播特征量变化及规律分析	85
5.4.1	信息人特征量变化规律	85
5.4.2	信息内容特征量变化规律	87
5.4.3	信息环境特征量变化规律	88
5.4.4	信息技术特征量变化规律	91
第6章	移动环境下微博舆情传播网络结构	93
6.1	移动环境下微博舆情传播网络及结构	94
6.1.1	微博舆情传播网络	94
6.1.2	微博舆情传播网络结构	97
6.2	数据源选择和数据处理	98
6.2.1	数据来源	98
6.2.2	数据采集和处理	99

6.3	微博舆情传播拓扑网络分析	100
6.3.1	拓扑网络类型	100
6.3.2	单链路型拓扑网络	101
6.3.3	单关键点型拓扑网络	102
6.3.4	复杂链路型拓扑网络	103
6.4	微博舆情传播网络结构分析	104
6.4.1	整体网络结构	104
6.4.2	k-核	106
6.4.3	点度中心性	107
6.4.4	中间中心性	109
6.4.5	接近中心性	110
第7章	移动环境下微博舆情传播模型	111
7.1	移动环境下微博舆情传播模型的构建设计	112
7.2	移动环境下微博舆情传播模型构建	115
7.2.1	微博舆情传播模型假设	115
7.2.2	微博舆情传播模型构建	116
7.2.3	新媒体感染概率 α 的生态属性描述	118
7.3	移动环境下微博舆情传播模型阈值	119
7.3.1	模型平衡点及阈值	119
7.3.2	阈值内在机理	120
7.4	模型仿真结果与分析	122
7.4.1	实验数据获取	122
7.4.2	生态因子权重估计	123
7.4.3	仿真参数设置方案	127
7.4.4	仿真结果分析	129
第8章	移动环境下微博舆情管理对策	133
8.1	移动环境下微博舆情管理问题	133

8.1.1	微博舆情管理的重要性	133
8.1.2	微博舆情管理困境	134
8.1.3	微博舆情管理体系	136
8.2	移动环境下微博舆情管控流程	137
8.2.1	微博舆情预警	137
8.2.2	微博舆情引导	138
8.2.3	微博舆情控制	139
8.2.4	管控流程分析	140
8.3	移动环境下微博舆情管理策略	141
8.3.1	信息人管理策略	142
8.3.2	信息管理策略	143
8.3.3	信息技术管理策略	144
8.3.4	信息环境管理策略	145
8.4	移动环境下微博舆情管理保障措施	148
8.4.1	推进法治建设	148
8.4.2	加强组织协调	149
8.4.3	加大资金投入	150
8.4.4	强化人才培养	150
8.4.5	建立绩效评估	151
后 记		152

第1章 绪论:移动环境下的微博舆情新时代

本书将移动环境下微博舆情界定为“微博用户主体至少一方使用移动端工具利用移动通讯技术在微博平台参与舆情传播的特定舆论形式”。上述界定的内涵包括以下四个方面:①移动环境下微博舆情是特定信息技术形式下的微博舆情。②移动环境下微博舆情传播过程中采用的信息技术一定包含但不仅限于移动通信技术。③微博用户主体至少一方在舆情信息生产、分解、传递和消费过程中使用了手机或 iPad 等移动端工具。④微博舆情平台包括移动端平台、工具以及传统互联网平台。例如,微博 APP、微博 WAP 站及微博网站均界定为移动环境下微博舆情传播平台。

移动环境下, Twitter、新浪微博等社交媒体以其便捷性、即时性、庞大的数据量及强大的聚合能力,成为微博舆情传播的新平台。移动环境下微博舆情传播日趋碎片化,网络生态日趋复杂化。由于微博舆情具有传播速度快、交流互动、多样性等信息传播特点,因而,舆情信息的真实性、准确性和传播范围难以得到有效控制,对社会影响较大。移动环境下微博舆情管理最终目的是在现存社会管理规则下对微博舆情实施高效率的过程管理和系统管理,从而为微博舆情利益相关者提供最大价值。因此,只有深入剖析移动环境下微博舆情传播机理、确定微博舆情传播影响因素、把握微博舆情传播规律、挖掘微博舆情网络结构、构建微博舆情传播模型,才能针对移动环境下微博舆情传播特点在关键路径和关键时间节点采取有效措施,来加强管理、有效引导、防患于未然,最终,实现微博舆情研究理论创新的同时从实践层面有效提升微博舆情管控效果。

1.1 移动环境下的微博舆情

1. 微博平台迅速崛起,成为网络舆情传播的主阵地

互联网的出现全方位改变了人们的生产和生活方式,社会舆论也随之从线下转移到线上而演变为网络舆情。微博作为一种兼具分享和交流功能的新型社会网络平台,自一出现便以摧枯拉朽之势扫荡互联网,以 Twitter、新浪微博和腾讯微博为代表的微博平台成为网络舆情传播的主阵地。网民纷纷在微博组建个人社区、构建线上社会网络,通过发布图片、视频、表情和文本组合信息来实时分享个人状态,表达对热点话题和公共事件的态度、观点和看法。新浪微博《2016 年上半年热门话题盘点》显示,2016 年十大热点话题依次为太阳的后裔、奔跑吧兄弟、我是歌手、姐姐端午、春晚、带着微博去旅行、大神推荐、极限挑战、NBA 季后赛、榜姐每日话题,上述话题年度阅读数量 832.5 亿,参与话题讨论人数 7764.7 万^①。微博平台在造就了一个又一个草根英雄的同时引领着网络舆情和社会舆论的发展,可见,微博平台网络舆情传播主阵地的地位将在相当长的一段时间内无可撼动。

2. 移动环境下微博舆情持续升温,成为网络舆情的“发动机”

中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 39 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2016 年 12 月,中国网民规模已达 7.31 亿,其中手机网民规模达 6.95 亿,有 95.1% 的网民通过手机上网,而新浪微博的月均活跃网民则高达 2.97 亿^②。另据 We Are Social 发布的《全球互联网、社交媒体普及情况报告》显示,2016 年全球互联网用户数量达到 34.2 亿、手机用户 37.9 亿、移动社交媒体用户 19.7 亿^③。可见,移动时代已经到来,代表移动时代的

① 新浪微博. 2016 年上半年热门话题盘点[EB/OL]. [2016-11-10]. <http://data.weibo.com/report/reportDetail?id=335>.

② CNNIC. CNNIC 发布第 39 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. [2017-01-22]. <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxbzg/hlwjbg/201701/P020170123364672657408.pdf>.

③ 亿邦动力. 2016 年全球互联网、社交媒体普及情况报告[EB/OL]. [2016-12-19]. <http://www.ebrun.com/20161219/206987.shtml>.

大数据、云存储及移动通讯技术的进步将微博平台推向了一个又一个发展高峰,网民纷纷使用智能手机和 iPad 等移动工具端通过微博平台参与网络舆情传播,移动环境下微博舆情成为网络舆情甚至社会舆论的“发动机”。2016 年热点突发事件“和颐酒店女生遇袭”、“魏则西之死”、“山东疫苗案”、“毒跑道”等话题均是通过移动环境下微博舆情传播而引发了网民的广泛关注,甚至导致部分事件处于社会舆论漩涡并引起群体性事件。移动环境下微博舆情具有爆发快、覆盖面广和管控困难等特点,使得相关话题和事件能够在短时间内形成强大的网络和社会舆论场,由此产生的社会影响甚至在一定程度上改变了事态的发展轨迹。

3. 移动环境下微博舆情迅猛发展,带来一系列的信息生态问题

移动环境下微博舆情同传统舆情相比具有一系列变化,移动环境下的微博网民属性多样、构成复杂、影响力更大,舆情传播行为和信息消费习惯也有一定差异;信息内容形式也发生了很大变化,图片信息、视频信息得以广泛应用并流传;大数据、云存储、物联网、移动通讯等信息技术的应用则给网民带来了更高速、便利、海量的微博舆情信息消费体验;移动环境下微博舆情信息时空极为广阔、信息伦理更模糊、信息政策和信息法律尚不健全。上述变化也带来了一系列迫切需要解决的信息生态问题:①如何基于信息生态因子理论确定移动环境下微博舆情传播影响因素?②移动环境下微博舆情特征量是如何构成的?相应特征量变化符合什么规律?③怎样基于信息生态链理论对移动环境下微博舆情网络结构展开研究?④如何基于信息生态理论构建移动环境下微博舆情传播模型?信息生态因子的变化对微博舆情传播具有怎样的影响?只有从理论层面解决了上述问题,才能遵循信息生态系统运行的客观规律,针对移动环境下微博舆情传播特点开展微博舆情管理工作,保障微博舆情信息的有效传播,提高信息传递效率和舆情管控效果,最终为适应移动时代的发展,建设具有平衡性的、良性循环的微博舆情信息生态系统提供指导。

4. 移动环境下微博舆情对网络舆情管理提出了更高的要求

移动环境下微博舆情信息生态系统的平衡更容易被破坏,因此,如何维护微博舆情信息生态系统的平衡性、稳定性并保障持续良性循环是对新时代网

络舆情管理的挑战。移动时代,信息人更容易通过微博平台建立线上社会网络、形成新的信息生态群落,从而引领微博舆情的发展,同时也形成了有效舆情引导障碍;移动通讯技术和互联网技术的融合发展赋予了微博平台信息人充分利用碎片时间参与舆情传播的能力,信息技术成为微博舆情传播的推动力量,但也增加了舆情传播过程中隐私泄露等安全风险;图片、视频、语音及文本等新媒体信息内容组合形式使得信息具有丰富性、异构性和海量性,从而给微博舆情监测和预警带来难度;微博用户信息时空更广阔、作用范围更大,信息伦理约束性更低,加之信息政策和法律尚不健全,上述信息环境要素的瞬息变化和不规范性降低了微博舆情管理绩效。总之,移动环境下微博舆情对网络舆情管理提出了更高的要求。

1.2 移动环境下微博舆情研究的意义

移动环境下微博舆情研究具有重要的理论意义和现实意义。理论意义主要体现在推动微博舆情理论体系构建、深化信息生态理论在微博舆情研究领域的应用、为加强移动环境下微博舆情管理提供理论支撑三个方面。现实意义则是在上述理论研究成果基础上,对微博舆情管理流程、策略、保障措施的研究能够指导管控主体加强微博舆情管理、指引企业微博舆情管理系统开发、保障网民在微博平台的言论自由。

1. 理论意义

(1) 推动移动环境下微博舆情理论体系的构建

离散分布、有序性、对数透视、小世界和相关性等原理是情报学科发展并区别于其他学科的灵魂,在此基础上,探究那些具有普遍意义的、基础性的、主导微博舆情研究发展的思想和原则,确立开展微博舆情研究的逻辑起点,对这些思想和原则的系统、深入研究对微博舆情理论体系的建设具有奠基性意义^①。任何一种情报结构都是按一定规则相互关联的,在移动环境下微博舆情传播机理研究基础上,微博舆情传播影响因素的研究揭示了微博舆情传播

^① 马费成. 论情报学的基本原理及理论体系构建[J]. 情报学报, 2007, 26(1): 3-13.