

浅
析

微博时代网络舆论的特点及传播规律

以唐骏学历“造假门”事件为例

■ 张 晗

【摘要】自 2006 年 Twitter 诞生以来,微博在全世界迅速蔓延发展。中国也逐渐形成了一批出色的微博网站,如新浪、腾讯、网易等。至此,人们进入了一个微博时代,网络舆论传播也因此进入了微博时代。本文将以唐骏学历“造假门”事件为例,对微博时代网络舆论生成特点及传播规律进行简要的分析。

【关键词】微博时代 网络舆论 传播规律

2010年7月1日,学术打假人方舟子在其新浪微博上回复了一名叫“萨根”的网友:“唐骏的‘加州理工学院博士学位’是假的,是不是也要大家跟着复制如何造假?”认为前微软中国总裁、现新华都集团总裁兼 CEO 唐骏的博士学位是子虚乌有的。而后为了回应网友的质疑,方舟子前前后后共发了 21 条微博,举出一系列证据。这不仅在网友当中激起千层浪,也使得传统媒体如报纸、电视等纷纷跟进报道,由此引发了一场唐骏“造假门”风波。方舟子的微博以及网友的评论形成的舆论可以说是这场风波迅速蔓延的最主要原因。

首先,我们来看看什么是微博。微博,即微博客(MicroBlog)的简称,是博客的一种变体,是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取平台,用户可以通过手机、IM(如 QQ、MSN、Gtalk 等)、Email、web 等方式向个人微博客发布短消息,文本内容通常限制在 140 字符(70 个汉字)之内,并实现即时分享。简单地说,微博就是一种允许用户及时更新简短文本(通常少于 200 字),并公开发布的博客形式,允许任何人阅读或者只能由用户选择的群组阅读。从微博的发送特性上来看,微博客具备了 4A 的元素(Anytime Anywhere, Anyone Anything),成为一种流动的互联网装置。^①国际上最知名的“微博”网站是 Twitter,也就是微博的鼻祖,我国比较突出的有新浪、网易、腾讯等微博网站,至此,微博时代隆重登场。

一、微博时代网络舆论的形成特点

1、在互动中生成

微博的使用有更新、评论、转发、收藏状态四个基本功能。微博用户一般是更新简短的状态供所有用户阅读,和其他博友互相联系、互相影响、互相作用,畅言自己的看法,逐渐对某一焦点表现出的有一定影响力、带倾向性的意见或言论。网络舆论就是通过这样一种动态信息交流过程而形成。这与博客和其他网络传播方式相比,互动性大大提高。这也是微博时代网络舆论生成方式的特点——极强的互动性。在唐骏学历“造假门”事件中,最开始是方舟子在回复网友的评论中提出唐骏学历子虚乌有这一件事,而后方舟子发微博和博友之间进行讨论互动,从而慢慢形成舆论。因此,微博已经成为网民进行信息发布与意见表达的主要渠道之一。

2、多样性、不定性的网络舆论主体

网络舆论主体,是指在网络上发表自己意见的网民,微博用户则通过微博表达意见。微博时代舆论主体具有多元化、不定性的特征,发表意见的人既可以是实名认证的“真人”,也可以是虚拟的“微博昵称”,既可以是名人,也可以是草根。总之只要是注册成为微博用户,都可以是舆论主体,没有很大限制。在唐骏学历“造假门”事件中,便是实名认证的方舟子首先发表意见,然后各式各样的“真人”、“微博昵称”就此进行循环往复的意见发表,直至舆论的形成。从中我们可以看到,微博为人们提供了空前自由的表达场所,没有身份顾虑的网民表达意见也更为真实、大胆。

3、广泛的网络舆论客体

网络舆论客体是在网络中被网民所关

注的焦点事件。进入微博时代后,拥有操作简便、传播及时性等特点的微博赢得了大众的青睐。从名人到草根,从老年到青年,从教授到打工仔,微博用户在年龄、学历社会地位等方面千差万别,他们所关注的焦点也会有所不同,这也就导致网络舆论客体具有广泛性的特点。唐骏学历“造假门”涉及的是精英阶层、社会诚信问题,微博用户对此件事情所关注的方面也不同。方舟子和大部分网友关注的是唐骏是否造假,有一部分网友关注的则是方舟子是否打假太过,毁灭了许多年轻人的偶像以及应当肯定唐骏现在的成就,不追究他的过去等等。从这也可以看出,在这样一个舆论事件当中,虽然网友观点具有倾向性,但是所关注的方面还是会因人而异。而回顾今年的十大微博事件,议题从“宜黄拆迁自焚”、“360和QQ大战”、“我爸是李刚”到“经观记者被通缉案”等,几乎涉及到我们社会生活的方方面面。

4、非理智的网络舆论本体

网络舆论本体是网民对某一焦点事件所表达意见的综合,也是舆论所呈现出的最直接的外在表现。由于微博时代网络舆论主体的多样性、不定性,网民在发表意见时没有太多的束缚,网络舆论时常显现非理智的特征。并且由于网民自身的差异,他们对焦点事件的看法也不可能完全相同,甚至会出现针锋相对、相互指责的



现象。在唐骏学历“造假门”中,网友各抒己见,有理智评论的,有事不关己高高挂起的,有破口大骂唐骏虚伪、方舟子过激。有一网友甚至直接大骂方舟子是个什么东西,力挺唐骏,而被其他网友围攻其为人渣加白痴,这种人直接拉黑。

二、微博时代网络舆论传播规律

1、网络舆论传播起点是网民的意见

舆论是个人意见的公开表达,任何舆论都是由意见开始的。微博时代的网民更新状态时,可以通过视频、文字、图像的有机结合将信息立体的展现在网友面前。网友可以根据自己的兴趣爱好,选择自己感兴趣的话题与其他人交流意见看法,通过人际传播、群体传播,形成对社会事件共同的想法。在唐骏学历“造假门”事件中,方舟子就是通过发布一系列的文字、图片、视频信息发表自己的看法,然后越来越多对此感兴趣的网友在信息后面留言、讨论,逐渐形成对“造假门”共同的意见,随着意见受到越来越多的人的关注,网络舆论出现的基础就已经形成。

2、网络舆论的引导者是舆论领袖

舆论领袖一般能广泛地接触大众传媒,人际关系活跃并有机会、有能力影响他人。微博中的舆论领袖一般来自名人、知识分子。简而言之就是受大家关注并且具有一定知名度、和影响力的人。在唐骏学历“造假门”事件中,舆论领袖就是方舟子,他既是学者又是打假名人,在微博上受大家关注度也高。整个事件中,他以更新微博的方式将他查找证据与媒体斡旋,回应唐骏等事情公诸于众。无形中起到了信息的传递以及态度的引导作用,进而进一步引导舆论。

3、互动反馈促使网络舆论扩散

互动是网络的本质,那微博可以说将互动这一特性发挥到极致,没有哪个网站、哪种形式有微博的互动性强。只有通过不断地互动意见才能够不断地扩散和延展,这也是微博时代网络舆论大规模集聚涌现的原因之一。网络舆论就在互动和反馈的过程中逐渐膨大,从而产生强大的影响。唐骏学历造假引发网民对社会诚信的质疑,也引发人民的诚信危机,许多名

人的百度百科相继出现了更改现象,这都可以说明这件事的影响。

4、网络舆论的演变结果

微博时代的网络舆论的演变结果可分为两种:一种是加快问题解决的速度,另一种是形成舆论危机和网络暴力。唐骏事件中,只能说舆论迫使唐骏采取了一系列措施,舆论也由微博逐渐延伸到现实社会当中,并在网络世界和现实世界上掀起一股诚信危机风。至今,关于唐骏学历造假都没有定论,只是随着时间推移,人们又将视野投向新一轮的焦点事件当中去了。

结语

数据显示,到2010年5月,中国微博服务的每月月人数已达8065万人,预计新浪微博用户数量年底将达到5000万,到2012年,新浪微博用户数量可能达到1.2亿。虽然存在信息真假难辨、重复冗余等毛病,但是仍然不能掩盖微博传播的优势。微博作为一种新兴媒体形式,拥有其独特的传播优势,其发展前途自然不可限量。网络舆论传播也由此进入了微博时代,但同时微博也是谣言、网络语言暴力滋生的土壤,只有在清楚掌握好微博利害的情况下,才能更好地促进微博时代的进步并改善网络环境。■

参考文献

- ①刘佳,《微博来了》,《互联网周刊》2009(12)
- ②岳小乔,《从韦斯特利·麦克莱恩模式看唐骏“造假门”中的微博传播》,《新闻传播》2010(9)
- ③张峻,《浅议网络舆论传播形成的基本规律》,《攀登》2006(4)
- ④邓赫、石黄洋,《微博流行及其发展趋势解析》,《新闻窗》2010(4)
- ⑤杨晓茹,《传播学视域中的微博研究》,《当代传播》2010(2)
- ⑥郭庆光:《传播学教程》,中国人民大学出版社,2008

(作者单位:武汉华中师范大学文学院08新闻学系2班)

责编:叶水茂