**微博的传播特点探索——以新浪微博为例**

日期：2012-11-26 作者： 来源：2012年第89期

　　新浪微博，是由新浪推出的微博服务，于2009年8月14日开始内测，目前是中国用户数最多的微博产品。公众名人用户众多是新浪微博的一大特色，目前基本已经覆盖大部分知名文体明星、企业高管、媒体人士。

**紧随时事**

　　由于具有快捷的信息发布途经和简单的分享模式，微博成为了发布时事新闻、关注社会动态、讨论社会突发事件必不可少的平台。任何人都可以将他们在生活中经历的新闻事件发布在微博上，并邀请好友一同分享讨论。虽然普通民众对于新闻原理的理解不像专业新闻工作者那样专业和敏感，甚至有些事情有失新闻价值，但是这种分享的方式不会被专业领域所挟持。于是更多的普通民众成为了新闻的第一见证者和第一目击者。

　　也许正是这种特性的吸引，使得许多传统媒体行业纷纷入驻新浪微博。传统媒体有更加专业的消息源和新闻撰写者，所以由他们的官方微博发布的新闻更加具有真实性和可读性，其内容非常具有时效性，广泛涉及政治、经济、社会、科技、文化、公益各个领域，吸引着现实社会中不同领域的微博使用者，并受到广泛欢迎。微博新闻刷新了时事新闻发布和传播的速度纪录，其140个字的篇幅也使得公众对于突发事件更容易理解、更倾向于关注，甚至微博上热点问题的报道一定程度上左右了传统报刊杂志的头版头条。

**指点江山，激扬文字**

　　笔者发现微博是一个“更加民主”的讨论场所。许多人在这里自由地“指点江山，激扬文字”，他们针砭时弊，对于社会的未来和改革提出自己的意见，针对重大的社会问题展开热烈的讨论。在新浪微博中并不缺乏这样的网络名人，如微博用户“草根之怒”“查良钧”，新华社摄影记者唐师曾等，他们来自于社会基层或掌握消息来源，他们目光敏锐贴近百姓，他们的笔锋比韩寒更加犀利，他们对社会的关切程度超乎寻常。

**自媒体特点**

　　当今的微博平台允许以往的受众进行自我传播而成为自媒体。自我传播是个体对信息的加工过程，即个体自我进行的思维活动。微博的出现让越来越多的人成为自媒体，这本身扩大了信息来源的范围，并使得受众也可以参与到消息传播的过程中来，完成信息传播、分享交流的互动。

**精英微博**

　　新浪微博设有“名人堂”页面，列出了通过新浪微博认证的用户列表，并进行了详细分类。通过新浪微博认证的用户来自诸如财经、体育、传媒、文艺、教育、政府等各个领域。新浪微博成功地引入了一批行业精英用户，而这些精英微博也成为了新浪微博的传播特点。马。亨利说：公众的信任不能随便托付给人，除非这个人首先证实自己能胜任而且适合从事这项工作。精英微博凭借着精英在现实社会中的公信力，受到了广大微博用户的极大关注，行业精英们可以在自己的微博中发表见解，与其粉丝讨论互动，这加强了行业领军人物与基层百姓的互动，并且行业精英可以通过在微博中发表见解来影响关注他们的人，引导他们的焦点。

**线上活动**

　　微博作为一个交流传递和沟通的平台，自然也就成为了活动的承载者。微博线上活动有的来源于新浪官方，有的则来源于微博用户。一些认证用户会举办一些很有特色的讨论活动或者线下计划，有条件的还会给自己的粉丝提供一些实体奖品。微博线上活动日益增加，目前已经逐渐成为了微博传播特点之一。

　　笔者了解到，微博用户中以线上活动著称的儿童文学作家郑渊洁十分活跃，他在自己的微博上进行了一系列活动，吸引了不少用户的目光。

　　另外，微博上也不乏爱心公益活动。例如草根明星“作业本”在他的微博上发起了呼吁保障工人权益的活动，并赠送给一位患有肺矽病的矿工钟光伟手机；中国国际救援队官方微博在甘肃舟曲泥石流的救援活动中及时在微博上发布最新灾情，并呼吁网友提供援助或信息。

　　（作者：张诗雨，系媒体研究者）