



## 新闻所

本所简介

所领导

所学术委员会

机构设置

新闻所档案

所务公开

本所论坛

## 微博客的媒体特质与传播能量

作者: 闵大洪 发布时间: 2010-9-19 15:41:00 来源:

微博客(简称“微博”)2009年风行全球,亦开始风行中国。作为互联网的一项新应用,微博客的功能体现首先在它的人际互动方面,即它能强化、优化了“我”、“你”、“他”之间的交流与沟通。但同时,微博客也具备强大的传播功能。Twitter开始的广告语为“你在做什么?”(What are you doing?),2009年7月29日,更换为“发现和分享世界各处正在发生的事。”(Share and discover what's happening right now, anywhere in the world)。国内推出的微博客服务,同样也都会强调其新闻传播的功能。如新浪网微博广告语中有“随时随地发布你身边的新鲜事”的表述,人民网微博广告语中也曾有过“捕捉新闻每一瞬”的表述。于是,即时性的信息分享成为微博客最鲜明的特色之一。

### 一、微博客的媒体特质

2009年10月,美国网络广告公司Chitika发布的一项调查报告称,Twitter出现的所有内容中,28%同新闻题材相关,居该网站各类题材首位。这充分说明,绝大多数Twitter用户平常最愿意通过Twitter了解各种新闻内容。【注1】对微博客用户来说,他们不仅是新闻信息的获取者,而且是新闻信息的首发者和转发者,因此,微博客的媒体特质主要体现在以下两个方面:

一是对新闻事件的发生进行报道、“爆料”。微博客之所以引起传媒界的普遍关注和媒体的广泛报道,正是因为其在突发自然灾害、各种意外事故、群体激烈冲突等国内外重大事件发生时,它往往是现场新闻的“第一报”,随后以极快的速度进行扩散传播。由于微博客用户在使用时可以绑定手机和即时通讯(如QQ/MSN/Glax)工具,因此用户在信息发布上,可以实现前所未有的便捷和快速。而当用户拥有了这一新的“自媒体”手段,也增强了他们随时随地的使用意识,推进了他们随时随地的使用实践。如,一名叫“洪水滔滔”的推友于6月30日晚20:00发布一消息“明天开始,北京崇文、宣武两区成为历史,前者与东城合并,后者与西城合并”。众多网友表示不信:真的假的?至7月1日下午近5点时此条信息通过官方媒体的报道得到证实。有网友评论道:“微博是内部消息来源地”。

二是对新闻事件的过程进行“现场直播”。当一个新闻事件发生时,以往能够进行现场直播的媒体只是广播和电视,而当网络媒体出现后,便扩大了现场直播的范围,微博客的出现又为每一个用户进行现场直播(目前主要是文、图)添加了一个利器。2009年11月23日,广州番禺居民与政府进行垃圾焚烧项目进行互动的现场,一个小伙子手举一张标语牌,上写“上推特网络直播”,显示了今天利用微博客进行新闻事件的现场直播已成为常态。在发生的各类新闻事件中,还可以看到另一种情况:通常某人因新闻事件而成为新闻人物后,往往成为新闻媒体采访报道的对象。而如今,新闻人物可以利用微博客进行“自报道”,而且是身在异地甚至身在国外的现场直播,也是可以轻而易举做到的。

### 二、微博客媒体特质的强化

今天不论进入哪一个微博客服务平台,你都会发现越来越多的新闻媒体和新闻工作者已成为活跃用户。微博客成为他们“短”(简短)、“频”(频繁)、“快”(快速)发布新闻的新手段。

如,今年全国两会期间,一些媒体和记者开通“两会微博”,首次将这一手段引入两会报道,随时发布会场内外值得关注又充满个性色彩的细节新闻、精彩观点和现场花絮,“新华视点两会微博”甚至还根据会中热点的变化,设置了即时性小栏目如“代表委员侃房”“代表委员论医”等,对百姓感兴趣的话题进行集中播报。人民日报海外版总编辑、全国政协委员詹国枢,利用刚刚开通不久的人民网微博客平台,写下了不少会上的细节、趣闻,让网友感到耳目一新。

又如,《杭州日报》记者王佩2009年8月8日23点50分在杭州武林路凤起路口,目睹一辆轿车躲避交警检查逃窜的一幕,他除了通过手机将消息报给报社,还通过手机发送至Twitter,他当时在Twitter上的粉丝有王佩以自己的体验指出:“未来的新闻将更多地以实时+滚动、业余+专业、手机+网络、微博+新闻这种混搭的形式出现。新闻成为社会参与各方的共同产品。”【注2】

再如,德国之声(DW)中文部主任、女记者吴安莉(Adrienne Woltersdorf)5月随总统克勒访华,她从总统上飞机开始便在Twitter发布信息,为了扩大影响,在后方编辑团队的支持下,每条信息都以中、英、德三种文字各发布一次。5月25日,温家宝总理与克勒在中南海会面,吴安莉也得以进入对外国人来说很神秘的中南海。她用手机拍照,连续上传Twitter的30幅照片,详细地记载了在中南海里的所见,不仅有会见时的情景,还包括安检室、警卫员、温总理的司机的特写及地上的烟头、地毯的卡子等细节。此Twitter报道被世界各国媒体广为转载。

对提供微博客服务平台的网站而言,其新闻意识在这一产品的推广上也体现得淋漓尽致。如新浪微博推出后,着重发展两部分用户群,一是有吸引眼球价值的明星名流,二是有新闻“爆料”价值的媒体人士。新浪网总编辑陈彤(微博用户名“老沉”)不仅是新浪微博的热情鼓吹手,也是一名身体力行的深度参与者,每天发信息数十条。谷歌宣布退出中国的3月23日,已是深夜,但他仍在电脑前观察谷歌的动作。凌晨2点35分,老沉发出以下信息:“有动静了!google.cn跳转到了google.com.hk/”3点零三分,谷歌高级副

总裁、首席法律官大卫·德拉蒙德在博客中宣布将搜索服务由中国内地转至香港。3点07分，老沉又随即发出：“谷歌的官方博客声明出来了。”随后，他将的英文声明分段转发才算完事，用陈彤自己的话来说，见证了互联网上的一个“历史时刻”。由此可见，操作者的新闻意识扩展、渗透至微博，无疑也会使微博的媒体特质得到强化。

### 三、微博客的传播能量

新浪微博用户、《华侨大学报》主编赵小波于5月29日上午09:27发出一条信息：“在新浪，一条围脖最终能走多远？不妨来做一些试验。有兴趣就转发，并请标明您的所在地。我们看看它走的范围有多广，走过的地方有哪些？”这条微博立刻得到网友的广泛关注，纷纷转发，并留下自己所在地信息。经过13小时23分，在29日22点50分，转发数突破10000条。除了国内东南西北各地之外，它还到美国、澳大利亚、英国、韩国、日本等十余个国家转了一圈。【注3】这当然只是一个个案，实际上一条微博能传多远、传多大范围、多少人参与传播，受到谁发出的、信息内容等诸多因素的影响。但这一测试至少说明，如果后续环节（如粉丝众多、热词设定、网友锐推等）充分的话，一条微博便可以做到核裂变式的广泛传播。微博传播的最大特点，正是信息通过follow（关注）组成的节点链条，由节点上的用户主动推动而呈快速弥漫状。

微博在发展中，注重用户的“参与、互动、分享”的体验，提供的功能花样越来越多，如可以结合谷歌地图，实时显现发出信息的用户的地理位置；又如在本次世界杯比赛期间，用户可以标上自己所拥戴球队所属国家的国旗。再如，它打通了与网站新闻、评论、博客等的链接，使信息的流动。尽管微博具有信息碎片化的特点，但可以发现“围观”的现象并不少见，完全可以形成舆论。尽管微博具有去中心化的特点，但同样具有动员和组织的作用。青海玉树地震发生后，网友通过新浪微博发出“超级急”的信息，告知首都机场一号航站楼北线货运站征集救灾物资，号召网友将灾区急需的物品送达。4月18日至21日，由社会热心人士联系的海航包机连续4天运输网友们捐赠的赈灾物质，总量超过20吨。

自然，微博传播也带来不少新问题，如假新闻、泄密、无聊的炒作、出言不逊的骂战等。要使微博的信息具有真实性、准确性，并具有对社会有益的价值，归根结底要依赖于传播节点上的人，依赖他们的媒介素养，依赖他们的道德水准，依赖他们的辨别力。

注释：

- 1、中涛：《美调查显示Twitter用户最愿意阅读新闻内容》，出处：腾讯科技，2009年10月17日  
<http://tech.qq.com/a/20091017/000079.htm>
- 2、王佩：《一条新闻的诞生》，载其博客“白板报”，2009年8月9日  
<http://www.baibanbao.net/2009/08/09/the-birth-of-a-piece-of-news/>
- 3、新浪科技：《一条新浪微博走天下：半天去了十多个国家》，2010年6月1日  
<http://tech.sina.com.cn/i/2010-06-01/12024255384.shtml>

写于7月5日，发表于《新闻战线》2010年第9期

[关于我们](#) | [联系我们](#) | [网站地图](#) | [版权信息](#)

Copyright © 2009 mediaresearch.cn, All Rights Reserved

中国社会科学院新闻与传播研究所 (京ICP备05012900号) 版权所有 ©