

试析微博意见领袖的舆论引导效能

王燕星

(闽江学院 中文系,福建 福州 351018)

【摘要】微博作为一种新兴媒体形式,在日益成为信息时代主要传播渠道的过程中,一方面下放传播权,另一方面,更多意见领袖集聚这个平台,产生的集权效力也得到前所未有的扩大。尤其在舆情事件传播中,微博意见领袖正在成为推动舆论形成与发展的重要力量。本文从微博意见领袖的特点入手,对微博意见领袖在舆情事件中的舆论引导作用进行探讨,并就如何充分利用微博意见领袖积极引导舆论提出几点建议。

【关键词】微博;意见领袖;舆论引导

【中图分类号】G206 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-1883(2012)04-0059-04

微博是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取的平台,用户可以通过WEB、WAP以及各种客户端组建个人社区,以140个字左右的文字更新信息,上传图片或视频,并实现即时分享。2009年8月,新浪微博在新浪网正式上线。2012年7月,由中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第30次中国互联网络发展状况统计报告》显示:截至2012年6月底,我国微博用户数已经达到2.74亿。短短三年时间,中国的微博用户数量迅速膨胀,微博开始渗透进人们的生活,在人际传播和大众传播场域中扮演越来越重要的角色。从公共舆论形成的机制看,微博的共享性挑战了传统媒体的一对多模式,公共舆论的制造不再是传播世界中握有管理权的机构的特权,而原本处于新闻信息边缘的受众被激发出传播的创造力。2009年的“央视大火事件”、2011年的“温州动车事件”等都让我们看到了微博传播的神奇力量,它加快了新闻报道的速度、扩大了新闻影响的广度、丰富了新闻事件的维度、提升了民众参与事件传播的参与度,成为哈贝马斯所指的“公共领域”中的中坚力量。在经由微博构建公共舆论的过程中,微博场中存在的意见领袖具有的层级影响力无疑是一股强大的力量,对于舆论的生成引导起到重要的作用。

一 微博意见领袖的内涵和构成

意见领袖(opinion leader)又叫舆论领袖、观点引领者,传播学者拉扎斯菲尔德在其1948年出版的《人民的选择》一书中提出,“意见领袖是指在人际传播网络中经常为他人提供信息、意见、评论,并对他人施加影响的‘活跃分子’,是大众传播效果的形成过程的中介或者过滤环节,由他们将信息扩散给受众,形成信息传递的两级传播。”微博意见领袖是指在微博平台上能够因其信息传播和意见表达而

对大量受众产生影响的“活跃分子”,他们积极制造或者参与舆论话题,通过与粉丝们的频繁互动产生影响力。“与传统知识分子和媒体意见领袖不同的是,微博意见领袖的影响力在某种程度上是可以被网络统计技术所量化的,比如看他在网上有多少“粉丝”数等指标。”^①

微博意见领袖主要由四种类型构成,一种是在现实生活中已经具有高影响力的公众人物,他们一旦开博,立即就会吸引大量粉丝围观,化身为微博意见领袖。尤其是那些写作能力强、具有独特个性、思想敏锐的公众人物,他们在网络的实名发言通常会得到众多回应,从而成为舆论场的核心。第二种是某些因其在微博上的高活跃度以及言语信息与见解的独特与深刻而获得高关注的博主,这部分博主以学者、媒体人和作家等知识精英为主。第三种是在某个舆情事件中的当事人博主,由于舆情事件本身的巨大影响力而带动受众对其微博的关注,从而推进其意见领袖身份的确立。第四种是部分运作良好的官方微博,因其掌握着权威信息,可信度高,是民众了解政府信息的重要窗口,也吸引了大量网民的关注,从而成长为意见领袖。在这四种类型中,公众人物和知识精英是微博意见领袖的主体。微博作为一种新兴媒体形式,在日益成为信息时代主要传播渠道的过程中,一方面下放传播权,人人都是传播者。另一方面,更多意见领袖集聚这个平台,产生的集权效力也得到前所未有的扩大。草根构筑的信息塔底与精英构筑的信息塔尖对于舆论形成和流变都产生着重要的作用。同时由于微博信息获取容易、互动简单、传受者之间的黏性高,使得微博世界中的意见领袖受关注程度高,影响面大,再加上一般民众对其的内心景仰,微博意见领袖言论的扩散度和引导力日趋强大。因

收稿日期:2012-10-12

作者简介:王燕星(1971—),女,福建周宁人,副教授,传播学硕士

此在舆情事件传播中,微博意见领袖正在成为推动舆论形成与发展的重要力量。

二 微博意见领袖的特点

(一)意见领袖有了集聚的平台

与传统传播生态中的意见领袖相比,集聚性是微博意见领袖的首要特性。传统意见领袖散落在舆论场中,影响力也被分散化。而微博为意见领袖们提供了一个齐聚的平台,微博的名人认证标签加强了意见领袖的识别性,大大提升了用户对相关意见领袖的追随热情和追随粘性。例如腾讯微博平台就以集群分类的方式提供了按照行业寻找(分为娱乐、体育、文化、媒体人、财经等搜索指引)、按照地区寻找,排行榜等快速搜索方式,不仅加强了意见领袖的同类聚合,也使得公众更加容易受到他们的影响辐射。

(二)意见领袖的多元倾向

根据传播学家的研究,传统的意见领袖一般在社会地位、教育程度、知名度、专业性上有着一定的优势。而在微博平台上,意见领袖逐渐从单一化走向了多元化。传统意见领袖依据已经形成的影响力通过其在微博的活跃表现,继续在微博平台上赢得关注。同时,在传统传播场域中处于底层的草根也取得了成为意见领袖的可能性与机会。从大量实例可以看到,当草根以新闻发布者的身份成为新闻信息源时,就有可能赢得大量网民的关注和追随,从而成为影响广泛的意见领袖。例如2010年“江西宜黄拆迁自焚”事件中,当事人钟如九利用微博平台,获得大量博友的转发,得到了媒体人、学者、商界名人甚至娱乐明星等自发形成的后援团的支持,成功取得基于该事件的网络意见领袖的地位,并通过舆论推进最终赢得政策回应。

(三)意见领袖的影响力呈现叠加效应

微博传播的裂变效能使得微博平台上流动信息的扩散速度和广度都得到前所未有的提升,意见领袖由于其粉丝数量众多,发出的微博常常被粉丝大量阅读、转载和评论,其粉丝拥有的关注者又进一步将信息向外散播,形成了一个信息辐射的过程,意见领袖是整个舆论场的核心,受众既是传播的终点,又是下一个传播过程的起点,信息得到了最大限度的传播。同时,在微博世界中,意见领袖之间的关系也变得更加紧密,言论相互关注、转播和评论,影响力互相借助,如此层层叠加,实现了信息的高到达率和强辐射力。

(四)意见领袖信息生产热情被无限激发

由于微博内容无需考虑复杂的形式,缜密的逻辑,可以利用一切零散时间进行创作,可以直接用手机发文字,可以用手机拍照片并上传,可以截取视频,可以转发感兴趣的微博内容并配发评论。微博的这种碎片化发布方式自由便捷,意见领袖的信息展示逐渐摆脱了传统媒体环境的束缚,生产信息的热情被激发出来。而且微博空间中的围观效应是激发微博主创作热情的内在因素之一,受众热情高涨的阅读期待是意见领袖们表达愿望提升的驱动力。因此在微博所构建的传播环境中,发布信息和寻求共享的可能性被渐渐放大,这种良性循环使得意见领袖的诉求表达愿望被充分调动起来。

(五)意见领袖的亲亲和传播拉近了与受众的距离

在一定意义上,微博是一个自由话语平台,信息传播是处在随意放松的氛围中。微博意见领袖的表述不再是正襟危坐的庄重姿态,而是生活化的絮叨、自然化的感言,表现出前所未有的亲和力,这种微言文本的叙述方式极大拉近了与受众的距离,使得意见领袖的信息更容易被接受和传播。同时,微博的评论功能为受众搭建了一个与精英对话的平台,帮助草根实现了话语主体地位的转置,一定程度上摒弃了现实生活中对精英的臣属状态,这进一步提升了草根对意见领袖微博的粘性。

三 微博意见领袖的舆论引导作用

正是由于微博意见领袖表现出的诸多新特点,使得微博意见领袖在现代社会舆情事件中扮演了越来越重要的角色。

(一)微博意见领袖的舆论源头作用

由于微博意见领袖本身受关注程度高,用户的阅读粘性大,因此带有与身俱来的主体权威性,这种权威性帮助其制造的信息容易被快速大范围传播。因此意见领袖的微博往往成为舆情事件的发源地。源头作用具体有两种表现形态:一种是意见领袖自身与事件有着密切的关系,身为事件的利益相关方,了解事件的前因后果。由于事件的特殊性,再借助意见领袖本身的影响力,很快便成为舆情事件的中心,微博内容被竞相转发。同时还会引起传统大众媒体的关注,从而将传播影响无限放大。另一种是意见领袖本身与事件并无关系,但因为转发或者发表的相关评论,由于自身的影响力而成为舆论的始发地。例如被网民称为打假斗士的方舟子,2012年以微博为阵地地质疑“韩寒之父代笔为子写作”,之后又曝出厦门大学女教授傅瑾哥伦比亚大学学位造假,并最终导致傅瑾被厦大辞退。

这些事件本身与其无关,但由于其粉丝众多,微博影响力大,这些信息一旦经他披露,立即成为舆情中心。

(二) 微博意见领袖的舆论推进作用

从舆论的演进过程看,一般可以分为舆论酝酿期、舆论高峰期、舆论衰退期三个时期。当事件舆论中心一经形成,由于意见领袖发表言论的热情高涨,相互之间互相关注,各领域的意见领袖纷纷以各自的方式转发或者评论,继而带动更多的粉丝围观参与,将舆论进一步推进。而且通过微博发表言论的方式简单,随时随地都可以表达自己的看法,舆论推进的速度大大加快。同时意见领袖的微博也常常是传统大众传媒关注的网络讯息,微博的影响力也经常被延伸至传统媒体,继而借助传统媒体的权威性使得舆论能量进一步放大,最终走向顶峰。例如2011年7月23日的“温州动车事件”就是一起与微博密切相关的重大突发公共事件,微博意见领袖在整个舆论推进过程中起到了重要的作用。动车事故发生四分钟后,一位乘客发出第一条微博。13分钟后,另一位当事人发出一条求救微博得到网友的积极转发和评论,事故信息迅速扩散。之后,许多微博意见领袖开始介入转发,从而使得事故引发广泛关注,舆论核心开始形成。之后的几天时间中,由于微博的持续直播,事故现场信息不断显露在公众面前,许多微博意见领袖也开始纷纷发表个人见解,赢得大量受众附和,导致各种质疑声不绝于耳,比如事故救援、官员腐败、发言人言行不当、赔偿问题等,形成舆论漩涡。之后一些意见领袖的微博开始用理性的方式对民众加以引导,对于媒体的客观赞扬、民众互帮互助的精神讴歌、相关部门的积极举措等碎片信息开始逐渐影响受众的态度和判断。从这个事例可以看出,在整个舆论的流变过程中,微博意见领袖具有的专业性、社会影响力往往会使传播效果产生叠合作用,从而影响舆论方向。

(三) 意见领袖的议程设置作用

在舆情事件中,舆论的嬗变过程经常是由许多延伸议程构成,基于事件深层挖掘通常会决定该事件的走向。微博意见领袖在议程设置方面存在着很强的引导力,他们提出的新议程极易掀起新一轮的关注高潮,致使舆论发展层次更加多元和复杂。例如2010年11月15日,上海市静安区一幢28层的公寓大楼发生了一起特别重大火灾,共造成58人死亡,71人受伤。之后围绕该事件的舆论流变过程中,意见领袖的议程设置起到了重要的作用。最为

突出的是作家韩寒亲身目睹火灾而撰写的博文引发的对于救援工作的质疑,之后传媒界人士在微博上对于事故责任方开始发出质疑之声,再到之后的关于问责问题的讨论,一波未平一波又起,新议题不断出现,致使事件显得扑朔迷离。事故发生几天后,一些意见领袖还在微博上呼吁组织悼念活动,得到民众的积极响应,有10万上海民众参与了祭奠活动。最后此事得到了政府的高度关注,责任人也受到了严惩。纵观舆论形成和演变过程,微博意见领袖的议题延展能力得到了充分的展示,他们发出的声音能够形成多个舆论中心,带来受众注意力的变化,从而放大事件的舆论规模,引导舆论方向。

四 充分利用微博意见领袖引导网络舆论的几点建议

在新媒体时代,微博意见领袖具有的新特点增强了对舆论的影响力,成为推动舆论形成与发展的重要力量。因此如何发挥微博意见领袖在正面引导舆论方面的作用,减少微博意见领袖带来的负面网络引导,从而营造和谐有序的网络舆论环境就成为一个新的舆论生态环境下的重要课题。

(一) 加强关于微博意见领袖的分析与研究

要充分发挥微博意见领袖的舆论引导功能,首先要重视这个活跃在网络世界的新群体,要能够识别出微博中存在哪些意见领袖,并对其加以分析和研究。分析的内容主要包括诸如年龄职业等基本信息,影响的受众群特征,以及他们各自的兴趣点,关注的事件类型,态度倾向等。对于影响力特别大的微博应该加以时时关注,及时了解动态,对其提出的意见和建议要及时加以回应与处理,对其基于其舆论源头作用而正在形成的网络舆论,要及时加以正确的引导,使舆论趋向有利的方向。

(二) 加强与微博意见领袖的沟通

微博意见领袖的影响力巨大,能达到一呼百应的传播效果。因此与意见领袖之间可以架设桥梁,加强双向沟通。例如可以不定期地组织一些活动,邀请意见领袖座谈,对他们感兴趣的问题提供深入了解的机会。例如2009年12月,昆明举办了“善变中的昆明”网络博客专家笔会。活动主办者邀请来自全国20余个省、市、自治区的36位知名博客作者及15家网络媒体的17名评论编辑或论坛管理员到云南参观、座谈,其中不乏一些以“唱反调”闻名的“意见领袖”,这些“意见领袖”通过活动了解云南改革的真实现状,并将云南之行的所见所闻所思发布到网上,其中不论是正面的报道、反馈,还是对昆明

的批评和建议,都多了不少理智、客观的因素。^②当出现一些舆情事件,尤其是一些影响较大的突发公共事件时,可以积极邀请意见领袖参加新闻发布会,座谈会等等,让他们对事件的进程、处理措施等有更深入的了解,并解答他们提出的各种疑问。因为微博意见领袖在民众心目中区别于官方信源,它是“第三方声音”的代名词,因此被民众看成是基于独立客观的立场的舆论核心,更加具有说服力。那么通过给意见领袖主动提供一手资料,再借助意见领袖的影响力最终到达公众,可以扩大重要信息的到达率和可信度,这对于舆情事件的处理能够起到重要的作用。

(三)加强微博意见领袖的培养

除了一方面要积极识别和引导微博上已有的意见领袖,还应该培养能够在舆情事件中起到积极引导作用的意见领袖。目前有一些政务微博和官员微博已经吸引众多粉丝,成长为意见领袖。例如“平安北京”微博自从开通以来,就凭借其及时全面的信息发布、与用户的积极互动沟通、亲和的发布

基调赢得了微博用户的持续关注,成为影响力最大的政务微博之一。2011年3月11日,日本发生9.0级大地震,灾难发生后一个多小时,“平安北京”就开始持续发布相关地震信息:从实时救援进展到使馆电话,再到各类防震避震知识,这些微博共被转发与评论33000余次。^③其快速实用的信息发布也得到了大量网友的认同。中共浙江省委常委、组织部长蔡奇开通微博后,也立即因为其特殊的身份赢得了网友的关注,目前在腾讯微博上的粉丝就接近了700万。这些微博在畅通官民对话渠道、拉近官民距离、塑造政府机构亲民形象方面都取得了一定的效果,如果能够良好运营,在引导舆论方面一定能够起到重要的作用,特别是遇到突发事件,作用就更为突出。因此要鼓励政府部门和政府官员利用微博平台,以平等的姿态,用民众喜欢的方式加强与民众的沟通交流,逐渐在网民中形成良好的公信力。尤其是在突发公共事件中,利用平时积累起来的关注度,听取民意,答疑解惑,从而起到正确引导舆论的目的。

注释及参考文献:

- ①李名亮,现实与隐忧:微博意见领袖的话语权力[J].今传媒,2012年第5期.
- ②宋好,微博时代“意见领袖”特点探析[J].今传媒,2010年第11期.
- ③黄河、刘琳琳,试析政府微博的内容主题与发布形式[J].现代传播,2012年第3期.
- [1]周滨.“微博问政”与舆情应对[M].北京:人民出版社,2012.
- [2]喻国明等.微博——一种新传播形态的考察影响力模型和社会性应用[M].北京:人民日报出版社,2011.
- [3]李昂.微博发展过程中的问题初探与对策[J].新闻知识,2012,2.
- [4]毕宏音.“微博”热潮下的网络意见领袖变化趋势[J].新闻爱好者,2011,8.

Analysis on the Opinion Guidance Efficiency of Micro-blog Opinion Leader

WANG Yan-xing

(Chinese Department, Minjiang College, Fuzhou, Fujian 351018)

Abstract: As a new media form in information era, micro-blog has become the main communication channel. On one hand, it delegates the right of communication. On the other hand, more opinion leaders assemble this platform and expand the centralization effect. Especially in the public event propagation, micro-blog opinion leaders are becoming the public opinion formation and development the important force. This article begins with the characteristics of micro-blog opinion leaders, discuss the guiding role of opinion leaders in public events and suggest how to make full use of micro-blog opinion leaders to guide the public opinion.

Key words: Micro-blog; Opinion Leader; Public Opinion Guidance

(责任编辑:张俊之)