

微博中的意见领袖和新闻伦理

董强柱

(长安大学 杂志社,陕西 西安 710064)

摘要:基于两级传播的理论,对微博平台中意见领袖的新闻传播作用及责任进行分析,并对其中涉及的新闻伦理问题进行探讨。研究认为,正因为微博中意见领袖具有重要作用,所以应规范意见领袖传播信息的行为,遏制其对假新闻的推波助澜的作用。

关键词:微博;意见领袖;两级传播;新闻伦理

中图分类号:G206

文献标志码:A

文章编号:1671-6248(2013)02-0118-04

大众媒介的发展与人类社会现代化的进程紧密相连,经历着现代化的人们不仅对物质商品的消费需求日益增长,对印刷品、电影和网络媒体等的使用也越来越多。正如查尔斯·霍顿·库利在20世纪初期所预言的那样:“大众传媒力量的不断增长可以使人类的觉悟有所提高,扩展自我意识。”虽然在库利所在的时代,报纸是惟一的大众传播媒介,但是他依然断言,如果不断地增加普通人获得信息的机会,人类就会被带入一个启蒙新时代。如果说随后出现的电影、广播、电视、网络一次又一次地印证了这一观点,那么微博的发轫与勃兴,毫无疑问让普通人每天获得的信息量呈爆炸式增长,并且给他们提供了参与其中的机会——尤其是当他们开始关注活跃在新浪、腾讯、搜狐等各大微博网站的意见领袖的时候。鉴于微干平台中意见领袖的作用,本文基于两级传播理论,分析其作用。

一、两级传播理论和信息的扩散

20世纪初,电影和广播刚出现不久,就在人群中造成沉重的隐忧。当时大部分人认为,这些媒介的影响力太大,以致于可以轻易地操纵大众;在法国

曾有人警告说,报纸是造成青少年犯罪的罪魁祸首。“魔弹论”就是这样一种对大众传播的力量充满恐慌的理论。在这一理论下,媒体受众被描述成一群毫无理性与判断力的生物,他们生活在大众社会中,彼此之间没有什么实质性的社会联系,十分依赖大众传媒的信息。由于这些个人与社会条件,媒体受众被认为是可以被那些设计巧妙的大众传播信息随意左右和摆布的群体。正是对大众传播的过程和效果的这种看法,使生活在该时期的人们相信,那些操控着媒体的人可以有效地控制公众。但是,约瑟夫·克拉帕于1960年在其著作《大众传播的效果》中指出:“媒介的效果远不如一般人所想的那么强大;许多研究发现,媒体讯息对受众确实有一定的效果,但是相对来说很微弱。如果媒介讯息要对受众产生影响,所需条件远比最初该领域的研究专家们想象的要复杂得多。”这就是大众传播的“有限效果论”。

1940年,保罗·拉扎斯菲尔德和 Elihu Katz 在一次针对美国总统大选的研究(“伊里县研究”)中意外地发现了两级传播,由此将大众传播理论和研究发展带到一个重要的转折点。这一假说最初被表述为:“思想经常从广播和印刷媒体流向意见领袖,

收稿日期:2013-01-30

作者简介:董强柱(1980-),男,陕西户县人,编辑,工学博士研究生。

然后再从他们那里流向人群中不太活跃的那一部分人。”按照这个假设,似乎可以顺理成章地得出以下结论:在大众传播的受众中,大量的人并不是冷漠的个体,与其他人之间缺乏有效的社会联系。受众很有可能在对大众传媒讯息的解释过程中,或根据讯息进行决策时,在某种程度上会受到和他人之间的社会关系影响。换言之,有很大一部分受众不是通过直接接触大众媒介而获得新闻和信息,而是间接地从其他人(包括意见领袖)那里获得。时至今日,信息和影响正在越来越普遍地通过微博中的140字长碎片式信息或类似的微博体进行传播。在两级传播中,意见领袖的影响是通过对其信息的评价和解释来实现,并加诸受众身上。

二、意见领袖的新闻传播作用

在现实生活中,每个国家、机构、领域都存在着领袖。常见的是正式组织里的领袖,如政府、公司、学校、工会等的主事者。在任何一个社区或者机构里,人们都可以根据正式的职务和权力来确定谁是真正的领导者。这些领导者的决策会对该地区的政治、经济和社会生活产生重要的影响。

除了这种“名正言顺”的领袖之外,还有一种领袖因其非正式的身份而不太容易被发现。他们就是所谓的意见领袖。意见领袖,是指那些被晚辈认为在某个特定领域上具有特殊才能的人。对一个话题的熟悉程度、以及能否有效地解决这方面的问题,决定着此人是否具有个人影响力、能否被视为有效的意见领袖。人们会针对特定的问题到意见领袖那里寻求建议,但是通常不会就各种问题征求他们的看法。意见领袖个人的影响,在多数情况下只与特定的问题有关。美国有一项名为迪凯特研究的调查,致力于研究意见领袖在市场营销(如购买何种食品或其他消费品)、流行时尚(服装、发型等方面的品牌选择与品味)、公共事件(新闻中的政治、社会问题)和选择看什么电影4个方面对其他人所做决定的影响。调查所得数据表明,意见领袖在人们决定购买消费品和服务方面是最有力的影响之一;在公共事务方面,意见领袖的看法也在影响着两级传播中的下一级——普通受众。

正是基于意见领袖在影响其他受众或者潜在消费者方面的作用,以新浪、腾讯、搜狐为代表的国内大型微博网站均曾千方百计地拉拢他们开设账号。青年意见领袖的代表人物韩寒于2010年2月6日

在新浪微博上发布了第一条微博。这条仅包含一个“喂”字的微博,在接下来的两天时间里被网友疯狂转发了5500多次,评论数更是超过了1万条。这种轰动效应,连曾经的IT第一人比尔·盖茨通过Twitter网站发出的第一声问候“Hello world”也无法与之等量齐观。微博信息之所以能拥有如病毒复制般可怕的传播速度,是因为它属于低门槛、易操作、交互性强、传播快的“自媒体”的一种^[1-5]。

美国新闻学会的媒体中心曾于2003年7月出版了一份由学者谢因·波曼和克里斯·威理斯共同完成的研究报告,其中包含了对自媒体的严谨定义:“自媒体是普通大众经由数字科技强化、与全球知识体系相连之后,一种开始理解普通大众如何提供与分享他们本身的事实、他们本身的新闻的传播途径。”在自媒体时代,来自互联网亿万节点的各种不同声音,使“主流媒体”的声音显得越来越弱。比如波士顿马拉松爆炸案发生后,最早关于惨案现场报道正是来自于社交网络Twitter、Facebook,而非纽约时报、华尔街日报等驰誉全球的大报。人们不再接受被一个“统一的声音”告知对或错,每一个人都可以独立获得资讯、对事物做出判断。然而,个人有千姿百态,代表着个人的自媒体也良莠不齐。著名作家王朔曾说:“也许我有些发不出去的杂文,会放到网上。”这就表明了自媒体上发布信息的随意。自媒体剥夺了传统媒体编辑们对文章生杀予夺的权力,让各种信息肆意传播。

就传播的结果而言,意见领袖在网络,尤其是微博上的巨大影响力算得上是一把双刃剑。由于他们粉丝众多,在社会不公而振臂高呼、帮助扩散寻人信息以及提供突发事件的提醒等时候都收到了很大的效果。比如某年轻女网友在新浪微博上直播割脉自杀,在编剧宁财神等知名意见领袖的紧急扩散之下,当地警方获悉后介入,最终成功挽救了一个如花的生命;还有郭美美炫富事件、毒奶粉、旧皮鞋制老酸奶、雾霾等公众热议的话题,都因为意见领袖们的参与、引导而汇聚成一个强有力的声音,最终引起有关部门的重视。另一方面,由于缺少了编辑的把关与查证过程,许多后来被判定为虚假新闻的信息得以层层转发。所谓“众口铄金,积毁销骨”,普罗大众在判断是与非的时候难免会受到自己的主观意愿或者对消息来源的信任等因素影响,做出与事实相悖的结论,使虚假消息不胫而走,离事实真相也越来越远。因此,考虑到自身影响力,所谓的意见领袖在面对那些未能确认真实性、又有可能对事件所涉人

物或社会产生重大影响的新闻时,应该在三思之后决定是否按下“转发”按钮。

在微博平台上,某些意见领袖在粉丝效应上几乎可以与姚晨、小S为代表的明星不相上下。他们吸引了成千上万的受众,如今新浪微博上的热门话题关注度动辄过千万即仰赖于此;而另一些“粉丝”则因其另一重身份——记者而同样引人关注。《新周刊》杂志因为在新浪微博上的经营得当而获得了前所未有的关注度和知名度;《东莞时报》则凭借前任总编辑周智琛的意见领袖效应而得以声名流布于东莞之外。南方报业集团旗下的多家媒体聚集于新浪微博,连一向立场严肃的官方媒体如新华社、人民网等也开始在微博平台上发声。如今新浪、腾讯、搜狐三大微博平台上的大众媒体及其记者数量已不可胜计,微博也不再只是分享生活片段的载体,其新闻传播价值日益明显。事实上,也有不少记者从微博中发现新闻或线索,其中不乏来自都市大报的知名记者。他们一方面通过微博发布新闻;另一方面,又通过关注一些为人熟知的意见领袖来发现新闻热点。新华网以及政府机构、地方公安部门设立微博账户的行为,无疑从侧面强调了微博作为信息来源的可信度;实名认证的方式又令微博受众更加相信来自意见领袖及媒体记者账号的消息确凿可靠。但实际情况是,微博在新闻传播上较之传统纸媒确实具有速度更快、传播面更广的优点,同时又不幸地沦为假新闻泛滥的渊藪。微博上的意见领袖和媒体记者都遇到了来自责任与新闻伦理道德方面的挑战^[6-10]。

三、记者的责任和新闻伦理

没有人会怀疑现在的新闻工作者都比以往更加注重工作中的伦理道德准则。在最近二三十年里,国内外专注于媒体伦理道德探讨的论著不断涌现;新闻伦理道德,早已成为相关研讨会上的重要话题。在美国梅里尔的著作《自由的法则》中关于新闻伦理有以下阐述:“伦理是哲学的一个分支,它告诉记者什么是正确的、可以做的。它是一种标准化的行为科学。伦理意味着‘自我立法’和‘自我执行’,虽然与法律有关,但本质却不一样。法律必须由社会决定、执行,而伦理却是,或者应该是由个人决定,由个人执行。”伦理给新闻工作者限定了一些基本的原则和标准,以便他们据此判断是非、好坏与责任。

当今社会要求媒体具有责任心,因此记者在报

道新闻时应有更多的自律。为了吸引关注而在微博上制造标题新闻,或者没有对新闻事实进行核实便随意发布等行为,都应考虑到自己的意见领袖或者新闻媒体人的身份而自律。尤其是身在微博平台,面对分分秒秒都在流动的二手信息,更应本着职业的敏感以及所系的责任,学会从中寻得真正的新闻,而摒弃那些虚假的片段。

美国普利策新闻奖获得者迈克尔·加特纳曾经在一次演讲中强调了新闻工作者责任心的重要性:“对于每一则新闻、每一家报纸,公正都是至高无上的,因为缺乏公正将极大地伤害到记者、编辑乃至报纸的信誉。这意味着,一名好的记者必须避免廉价新闻。获取廉价新闻很容易,它能从电脑里轻松地走出来,就像福特汽车轻松地走下生产线一样。它们看上去很美、很有吸引力,但是它们也是一剂毒药,尤其是对于记者来说。”目前,新浪微博注册用户数已经超过3亿,平均每天发布超过1亿条微博信息。微博平台作为“新闻”生产线的效率无疑比汽车生产线要高得多。可惜的是,正是因其廉价与唾手可得,意见领袖及记者们往往忽视了其中的“安全”因素,也忘了自己作为可靠信息来源的责任,致使假新闻层出不穷,并经其微博流向广大受众。

毋庸置疑,新闻记者及其他意见领袖身上肩负着巨大的责任——无论是对自己,还是对读者来说。这一点必须时刻铭记在心。

四、结 语

微博平台中的意见领袖在新闻传播中的巨大影响是一把双刃剑,不仅可以收到一定的正面效果,而且有助于加速虚假新闻的传播。因此,他们应当时刻铭记自身所系的社会责任和新闻伦理。

参考文献:

- [1] 郑庆君.网络“自媒体”语言消费大观及其成因探析:兼论网络“自媒体”的互文性特征[J].湖南社会科学,2012(4):228-231.
- [2] 相德宝.自媒体时代的中国对外传播策略[J].当代传播,2011,23(6):98-101.
- [3] 王晴川.自媒体时代对新闻专业主义的建构和反思[J].上海大学学报:社会科学版,2012,29(6):128-138.
- [4] 孙冬冬,万莲姣.自媒体时代的编辑角色公民化趋势

- [J]. 湘潭大学学报:哲学社会科学版,2012,36(4):148-151.
- [5] 王志华,刘弋枫. 自媒体化生存对网络新闻编辑的重构[J]. 编辑之友,2012,28(8):54-56.
- [6] 高 涵. 微博的新闻价值及对传统媒体的影响[J]. 新闻爱好者,2012,27(9):53-54.
- [7] 桑 亮,许正林. 微博意见领袖的形成机制及其影响[J]. 当代传播,2011,23(3):12-14.
- [8] 倪邦文. 中国网络青年意见领袖的构成、特征及作用[J]. 中国青年研究,2011(9):5-9.
- [9] 薛 可,陈 晞,王 韧. 基于社会网络的品牌危机传播“意见领袖”研究[J]. 新闻界,2009,25(4):30-32.
- [10] 曹永森. 青年意见领袖在重大事件中的作用分析[J]. 中国青年研究,2011(9):14-18.

Opinion leaders and journalism ethic in microblogs

DONG Qiang-zhu

(Department of Magazines Publishing, Chang'an University, Xi'an 710064, Shaanxi, China)

Abstract: Based on the theory of two-step flow communication, the roles and the responsibilities of opinion leaders in microblogs are analyzed and the journalism ethic issues involved are discussed. The conclusion is that due to the important roles of opinion leaders in microblogs, their behaviors in information transmitting should be regulated so as to curb the spreading of false news.

Key words: microblog; opinion leader; two-step flow communication; journalism ethic

(上接第 117 页)

说《什么人藏在房檐里》[C]//霍忠义. 村庄的生存寓言——黄建国的小说研讨论文集. 西安:太白文艺出版社,2010:184.

[7] 尹 鸿. 外来影响与中国新时期荒诞小说[J]. 当代文坛,1992,11(1):120.

Value tendency of China's contemporary novels under the influences of American black humors

YANG Li

(School of Foreign Studies, Chang'an University, Xi'an 710064, Shaanxi, China)

Abstract: Black humor literature is one of the important branches in the history of American literature, which has been introduced into China since 1980s and has brought great influences on China's novels in language and subject presentation. This essay discusses its influences on the value tendency of China's contemporary novels from three aspects—black humor that is combined with local culture, black humor that shows the conflicts between city culture and country culture, and black humor that is based on practice.

Key words: America; black humor literature; China's contemporary novel; value tendency