

当前大学生微博使用状况调查与对策

赵辰玮

(河北大学 新闻传播学院,河北 保定 071002)

摘要:以驻保高校537名大学生为调查对象,调查当前大学生微博使用状况。结果显示,微博的大学生用户呈日益扩大的趋势,使用微博对大学生身心和行为的影响利弊并存,有必要加强对大学生使用微博的引导与规范,加强网络信息的监管工作,加强舆情信息检测,引导大学生树立正确的微博使用理念。

关键词:大学生;微博;信息传播;新媒体;网络信息

中图分类号:G641;G21

文献标志码:A

文章编号:1674-2494(2014)01-0117-05

随着科学技术的不断进步,信息传播的速度和模式发生了日新月异的变化。报纸、广播、电视等传统媒体所发挥的作用正逐渐被淡化和取代,而“微博”这一横跨手机和网络的全新媒体,一经问世就对现有的传播媒介环境产生了不小的震动与冲击。截止到2013年2月,根据新浪官方网站公布的数据,我国微博用户已突破5亿人,即每3个人当中就有1人拥有并使用微博。为此,研究大学生的微博使用状况,对于深入了解微博带给大学生在学习、生活、工作等方面的影响,引导高校大学生正确地进行舆论表达、提高微博这一新媒体的传播质量和改善服务具有重要作用。

本调查根据目前大学生使用微博所产生的问题有针对性地设计了调查问卷,采取随机抽样的问卷调查方法,在2011年12月至2012年3月对河北省保定市内的高校进行了问卷调查,共覆盖了河北大学、中央司法警官学院、河北农业大学、华北电力大学、保定学院、中国地质大学长城学院、河北金融学院等高校,发放问卷600份,共回收有效问卷537份,回收率为89.5%。采用Spss数据分析软件,对数据进行分析统计。

一、微博在大学生群体中的使用现状

(一)微博在大学生群体中的覆盖情况

调查显示,97.58%的大学生听说过微博,72.8%的学生是微博的用户。在了解微博的途径中,有半数以上的学生是通过朋友介绍和自己上网看到、了解到微博的。而通过传统媒体看到的仅占不到五分之一。微博,这一全新的媒体在大学生群体中具有广阔的市场,是在校大学生选择获取信息、传递信息的主要传播途径之一。

(二)微博运营商的选择

调查显示,在所调查的高校大学生微博用户中,排在前三位的微博服务提供商分别是:新浪微博占51.14%,腾讯微博占27.48%,搜狐微博占10.68%。

其中新浪微博牢牢占据着大学生微博市场的一半以上,是腾讯微博市场份额的两倍。这三大运营商几乎覆盖了目前90%以上的大学生微博用户,用户的集中化也为微博运营商提供了广阔的市场和空间,见表1。

表1 大学生最喜欢使用的微博运营商

	新浪微博	腾讯微博	搜狐微博	网易微博	其他
人数	268	144	56	24	32
比例/%	51.14	27.48	10.68	4.58	6.10

目前在国内的诸多运营商中,

收稿日期:2013-10-30

作者简介:赵辰玮(1988-),男,河北张家口人,硕士研究生,主要研究方向为新媒体传播、媒介接触。

新浪成为一枝独秀的领军者,其竞争优势相对明显,如:公众人物用户多,基本涵盖了媒体人士、明星等,在大量名人资源的吸引和好奇心的驱使下,很多的“微博控”建立了和新浪微博的“忠诚”关系。而腾讯微博以其丰富的用户资源也为其“用户黏性”增加了保障。

在回答选择某一网站开通微博的原因时,排在前三位的原因分别是:“我的好友的微博在这个网站,使用这个网站微博的人较多”;“我有这个网站的邮箱、博客,非常方便开通微博”;“这个网站的微博功能更多”(见表2)。可见好友的微博分布直接影响了大学生使用群体对于微博提供商的选择。希望自己的信息得到回馈和反应,在好友范围中提升自己的影响与威信,成为了大学生选择运营商的重要依据与重要诉求。这一现象与传播学中“沉默螺旋”现象的实际表现相似。这一现象反映了大学生群体对“对社会孤立的恐惧”^[4]的深刻认识与潜移默化的影响。实验心理学研究证明对自己的观点确信度低的人,往往会通过寻求与他人的类似点来加强自己的信念,因而比较容易接受多数派的影响,而确信度高的人则具有较强的独立性。同时,在微博中更有利于自我满足感实现,被关注和被认同机会的增多有利于实现归属感,激发自我潜能的发挥,提升个人价值。

表2 大学生选择在某一网站开通微博的原因

	我的好友的微博在这个网站,使用这个网站的微博的人较多	我有这个网站的邮箱/博客,非常方便开通微博	这个网站的微博功能更多	我关注的名人、明星的微博在这个网站	其他
票数	164	160	92	56	52
排序	1	2	3	4	5

(三)大学生使用微博的频率

关于调查对象,登录微博的频率中,22.2%的学生选择每天至少登陆一次,16.23%的学生选择两三天登陆一次,23.07%的学生选择基本一周1次及以上,38.46%的学生选择注册了以后没怎么上过;发表微博的频率中,每次都发的占18.1%,经常发的占14.65%,偶尔发的占33.62%,只注册不发表的占33.62%;在转帖和原创的比例中,原创占到31.19%,转帖并评论占27.52%,转帖但不评论的占到22.93%,不确定的占18.34%。

这三组数据反映出大学生微博用户对微博这一媒体的深入程度,整体来看,大学生用户对微博的深入了解程度不够,在使用微博的行为上,使用程度不够,原创的比例不足三分之一,对于这一新兴媒体的投入程度不足,利用率偏低。

(四)大学生使用微博的行为与关注的内容

问卷调查中显示大学生群体使用微博的行为,41.37%调查对象选择随便看看大家在讨论什么,浏览关注的人动态情况和观点,28.27%的学生选择了解热点话题,参与热点话题的讨论,对公共事件发表评论,22.75%的学生选择写微博,关于自己生活的体会与感悟。在微博使用中,大学生关注与阅读的内容排在前五位的是:休闲娱乐、生活感悟、文学艺术、政治经济、名人生活。

以上数据反映出了大学生群体对于微博的深入程度不够,近半数的学生停留在浅层的信息浏览和转载阶段,以兴趣作为出发点的使用目的为主,积极主动地写作和表达比例较低。在主动关注的内容选择上,软新闻和娱乐性的信息排在较靠前的位置上,于是在内容的传播效果上会出现两大现象:

(1)受名人或高关注博主的影响较大,形成事实上的“意见领袖”。大家对同一条信息的关注度与了解程度较高,受名人的影响较大,社会舆情和社会观点的集中度较高。在信息获取的过程中,受到“网络大V”的影响较大,推崇个性展示、自由表达。同时,大学生容易冲动、责任心不够等特质往往促使其在微博平台上发布一些没有核实过的失实信息,很容易在一传多、多传多的传播模式中被无限扩大,扰乱网络秩序甚至将这种破坏性移植到网络中。

(2)相似信息过多,由于受众对自我原创的动力和自信力不足,大量的转载名人信息或高关注信息,使得这些信息在短时间内占据了微博信息市场很大的比例,对受众形成了信息的轰炸,减少了其他有效

信息的传播。自己发布的原创信息,呈现碎片化的特点,深度不够,很少受到其“粉丝”的关注、评论与转载,没有得到有效的回应,所发布的微博很快沉没在信息的海洋中。大学生在使用微博中所表现出的媒介素养仍然处在比较低的层次,即对于媒介信息的解读、判断、使用及参与能力都存在着很大的提升空间。大学生通过微博这个强大的新媒体平台传播信息的时候,往往会产生一定的负效应,如对信息的判断不足、传播虚假信息、过度盲从加剧网络暴力,过度的人肉搜索侵犯他人隐私权等等。

(五)大学生登录时间与使用工具

调查结果表明,大学生的登录时间段和使用微博的时间,见表3和表4。

首先,大学生群体对微博的使用时间在22点达到峰值,位于大学生晚上下课和就寝之间。使用的时间比较随意,集中在零散时间,其中睡前和早起登录微博成为一种习惯和放松方式。

其次,使用的时间较短,半数以

上的学生在10分钟左右,因此这一时间段内的信息数量和更迭速度会大大提升与加快。信息的碎片化和海量性得到突出的体现。登录时间较短也恰恰说明了大学生用户对于微博的深入程度不够。在调查中还显示,大学生平均每天的上网时间在半小时到3个小时之间。

最后,使用的媒介由电脑逐渐向手机过渡。随着3G技术的逐渐普及和大学生群体中庞大的手机数量,使得客户端得到极大地丰富和完善,实现了随时、随地的登录和更新微博,实现了“随处在线化”。这也使得微博的实时更新作用得到了极大地发挥,尤其是现场拍照的上传,集中地体现了信息传递的“及时性”,在第一时间能够表达博主的诉求,满足“时新性”。大学生微博的随时使用也使得这种移动的“自媒体”得到了极大的发展。

(六)大学生选择微博的原因与突出问题

在问卷中,有39.9%的学生认为“使用方便、自由度强,可以自由表达自己的想法”是最大的吸引力,31.18%的学生认为“能够更广泛快速地发布信息,表达对公共事件的观点”也很具有吸引力。在满足需求方面,50.87%的学生选择了“获取信息和知识”,31.57%的学生选择了“排遣无聊和烦恼”,13.15%的学生选择了“记录生活”,4.38%的同学选择了“扩大交往”。

可见,在广大的大学生使用群体中,强调快捷、方便、自由成为了首要的使用要求,其次是满足表达和发布信息。这与当代大学生基本上是“80后”、“90后”是分不开的,这一代人更强调自我价值的实现与被认可,体现出对信息公开的渴望与追求,反映了当代大学生的特点。

针对使用中突出的问题,问卷调查的结果是:(1)不够普及,用户数量少;(2)信息量过大,看不过来;(3)得到的信息回馈太少、互动性不强。可见这些突出问题恰恰是大学生在使用微博过程中所渴望满足的强烈要求。

二、微博在大学生群体中传播的原因及消极影响

(一)微博在大学生群体中传播的原因

1. 使用方便灵活,微博实现了手机通讯设备与互联网的对接,跨媒体传播

微博的用户可以通过手机和电脑两种设备登录微博,摆脱了受时间地点的限制,随时、随地地可以实现登录和更新,它是对互联网交互行为的一种延伸,用户由此可以保持移动在线状态^[4]。微博的内容较短,仅能容纳140个字,因此,对内容的要求降低,只要表达最核心和关键的内容,少了其他媒介对于语

表3 大学生登录微博时间段

	0点~6点	6点~12点	12点~18点	18点~22点	22点~24点
票数	10	76	76	188	96
排序	5	3	3	1	2

表4 大学生平均每天使用微博的时间

	10分钟以内	10~30分钟	30~60分钟	60分钟以上
票数	264	140	36	32
比例/%	53.980	30.970	7.964	7.079

法、修辞等要求,使用起来便捷简单,符合当代快节奏的生活节拍和迅速、简捷的生活心态,门槛低、上手快,符合大学生的习惯和心理需求。

2. 信息及时、海量,内容、形式多样

在信息的传播时效上,微博具有传统媒体不可比拟的效力与速度。2010年4月14日5时50分,青海网友“逍遥 Radio”通过新浪微博发布了的关于玉树地震的消息,被认为是有关玉树地震最早的消息。信息传播的时效性在危机事件中尤为重要,因为对于深陷危机的人们来说,信息早一分钟发出便意味着更多获救的希望^[3]。事实上,微博也为大学生提供这样一个几乎能与事件发生时间同步的信息平台,正如新浪微博的宣传口号一样“随时随地分享你身边的新鲜事儿”。微博用户不受时间、地点、场合、身份的约束,大家在平等的平台上更容易引起互动。并且微博内容包含文字、图片、音频、视频等形式,信息传播的形式多样化、立体化。

3. 满足了自我的表达意愿,互动性强、信息反馈肯定了个人价值

微博的出现使得原本处在信息发布边缘的大学生等草根群体有了一个发声的机会。每个人成为了一个信息的发射端,成为个人媒体,捍卫了自己的话语权。对公共事件的表达和陈述,体现了当代大学生对社会的责任和担当。呈现了“自媒体”的发展趋势,凸显了自主化和私人化^[4]。大学生群体的微博用户,每个人都占据着信息传播的一个节点,既是信息的发出者,也是接受者,在成为粉丝、关注与私信传达中实现着信息的传递与个人价值的肯定。有利于满足受众自我实现的需求和情感交流的诉求。

(二) 微博使用对大学生的消极影响

1. 影响大学生正确价值观的形成

在过去,广大在校大学生了解的信息主要来源于广播、报纸、电视等传统媒体。各级政府职能部门和各类传统媒体作为审核单位充当着“把关人”的角色。而在微博中,大学生接触到的信息是海量的,由于大学生处在一个世界观和人生观日趋成熟的阶段,对社会的认识还不全面、成熟,在这个时期容易受网上不良信息的影响。再者,微博中的“名人效应”,“网络大V”充当着信息传播的舆论领袖,对于名人的个人崇拜往往导致了对其所发布信息的信任,而减少了对信息真实性的甄别,带有追星色彩的评论和分享使得各种信息泛滥。在微博世界中,用户与用户的交流是随意的、不定向的、没有约束的,也缺乏现实中的社会舆论、社会道德以及相关法则的制约,这些都将导致其价值观更加多元化、参差不齐,大学生身处其中更容易受到与积极的道德观相违背的思想的影响,失去理性思维而出现道德危机。此外,微博的信息量较大,有用信息、无用信息和虚假信息等并存,而大学生尚未深入接触和了解社会,对事情的认识还不够透彻,同时网络谣言和大量的失实言论肆意横行,就如同前一阶段以“立二拆四”、“秦火火”等不法的用户肆意传播偶像形象颠覆言论一样,大学生微博受众也就很容易在难以判断是非的情况下被虚假信息所迷惑,最终导致大学生的价值观受到干扰,不利于其健康成长。

2. 影响大学生严谨生活习惯的养成和现实交流的能力

不可否认,微博丰富了大学生的信息传播渠道,改善了信息沟通的方式,虽然消除了信息传播的空间感,但是频繁地依靠图片、文字的交流方式,导致广大在校大学生现实沟通和交流能力的减弱,人际间类似于符号的代码交流影响到现实生活中情感的交融与碰撞。同时,“转发”作为微博的一个主要功能,也体现出其弊端。在大多数微博的转发中,有很大一部分没有配发评论,这样就使得大学生微博用户只是凭着一时的感兴趣或好奇,鼠标一点就完成了—次微博信息的发布,而缺少对内容的仔细考量和审慎的规划。同时一些网络词汇的出现也影响了人们的现实交流,简单的如“神马都是浮云”、“羡慕嫉妒恨”、“我伙呆”、“不明觉厉”等,复杂的如“凡客体”、“甄嬛体”等,这些新型网络语言的应用有助于大学生宣泄情绪、表现个性和创造性,但是这一现象最大的问题就是语言的不规范性,这些词汇有其特定的网络使用环境和特定意义,在现实交流中往往涉及较少,网络词汇现实使用的低利用率也降低了大学生对现实交流的能力。

三、大学生正确使用微博的对策

第一,加快有效规范微博等网络传播媒介管理的政策、法规,建立和完善微博等新媒体监管的法律保障。这些政策法规要贴合网络传播和微博等新媒体发展的规律和实际,切忌空泛但同时又要避免一刀切,监管得过死,遏制了新媒体自身的活力。制定针对大学生群体的适用规范,打击网络暴力和其他不正当的网络行为。

第二,相关部门要加强对于网络信息的监管工作,加强对舆情信息的检测,切实履行监管义务,有效及时地清理信息垃圾,最有效地占领微博舆论传播的节点,发挥政务微博、公共信息微博的作用,微博运营商也应该积极参与,依据微博的粉丝数、发帖数、转发数对微博用户进行评级分类,对于以上行为数量多的用户加强监管,发现谣言,及时辟谣,防止谣言信息的进一步扩大,对转发频率高、评论数量多的信息加强管理。要贯彻相关的法规政策以及深入了解各高校的实际情况,规范学生的微博活动。相关的舆情监控人员也要加强新闻传播学、公共关系等方面的学习,提高自身的管理水平。

第三,积极引导大学生树立正确的微博使用理念,掌握科学的使用方法。加强学生自律,增强对信息的筛选和鉴别能力,对于相关的公共事件和网络热门事件,用辩证的眼光去审视、判断,避免盲目的评论与转发,对于自己的微博行为要负责。大学生微博使用群体不仅要具备对纷繁复杂的网络信息进行分辨的能力,还要保持冷静的头脑,让虚假的信息和偏激的言论消失在萌芽状态。同时多关心、关注国内外发生的时事,提高认识问题的水平,从较高的层面和角度去发现隐藏在事件背后的真相,不盲目地相信或接受所谓的“舆论领袖”对于问题的错误观点,提高独立思考的能力,不要人云亦云,要提高通过现象看本质的能力。同时有效合理地控制上网时间,通过自我规范、自我调控,享受健康合理的网络生活。

参考文献:

- [1]郭庆光.传播学教程[M].北京:中国人民大学出版社,1999.
- [2]郁晓华,祝智庭.微博的社会网络及其教育应用研究[J].现代教育技术,2010(12):97-101.
- [3]李会敏.微博:科技时代的媒介创新[J].粤海风,2011(1):48-49.
- [4]许天颖.中国微博能走多远[J].传媒观察,2010(3):39-41.

Survey on the Current College Students Micro-blog Use and the Countermeasure

Zhao Chenwei

(Faculty of Journalism and Communication, Hebei University, Baoding 071002, China)

Abstract: In order to understand the current status of college students micro-blog use, with 537 college students carries on the questionnaire survey. Investigation shows that: student users shows the trend that expands increasingly micro-blog, concurrent use micro-blog effects disadvantages on college students' physical and mental and behavior. It is necessary to strengthen the depth of guide and regulate students' use of micro-blog, strengthen the network information supervision, strengthen public opinion information detection, and guide students to establish a correct idea.

Key words: college student; microblog; information dissemination; new media; network information

(责任编辑 石丽娟)