

「上品微博」

新型传播, 微博促进传媒转型

——微博·传媒篇

传统媒体已开始用新媒体。

从传统媒体纷纷开通微博并以此作为发布新闻、推广自身和沟通平台来看,传统媒体的转型已经走在路上。它们放下身段,开始融入新媒体,以达到传统媒体新的存在方式。

今年三月全国两会,传统媒体纷纷开通微博,报道两会动态,关注民生话题。对此,“新浪微博小秘书”惊呼:“新浪微博上演全国两会媒体大战”。

▶ 新媒体不再是传统媒体的敌人

目前在新浪微博上注册的传统媒体绝大多数是杂志和报纸,生活类和时政类的著名媒体受关注较多。关注者(粉丝)超过一万的媒体有:《三联生活周刊》、《中国新闻周刊》、《新周刊》、《南方周末》、《南都周刊》、《华西都市报》。关注者最多的《三联生活周刊》粉丝达8万多。

种种迹象表明,新媒体不再是传统媒体的敌人,而是其转型的机遇。传统媒体正在将一部分话语权通过新媒体让渡给公众。

个人在转发一条时事微博的时候,实际上是以个人的信誉为信息的真实性、准确性加注。千万个个体支付自己信誉来支持一个信息的

时候,这个信息的真实性和准确性就被加速地强化了,这远比几个记者、一个媒体依靠自身信誉所发的报道更有力量,更值得信任。传统媒体可以通过做整合、查证微博资讯的工作(微博的实时搜索是一个可利用的工具),将微博作为重要的信息来源。

▶ 另一场“新闻发布会”

房地产界的明星商人任志强发了一条微博说:“媒体、网站都来邀请采访和做节目。可惜我是企业管理者,不是专写文章或卖文的自由职业者,无法满足他们的要求,尤其不要直接与我讨论这类问题,浪费我的时间。请查微博上已公布的电话,与秘书联系。”

认为任志强对媒体态度牛起来的潘石屹,同样也对来自传统媒体的采访请求表现出抗拒。取而代之的

是,他先是选择通过自己的博客,接着是通过自己的微博来发表自己的观点,传递自己希望传递给大众的信息。在新浪微博上,他的粉丝数目超过了70万。根据微博的设置,这意味着他的每一次发言都会被超过70万的高质量读者看到。

其实,现在就是这样。民众获取信息的方式同样也发生了变化。从前桌子上总是会摆着厚厚的报纸,而现

在通过微博和其他网络方式来获取新的信息,速度更快,效率更高,还更环保。

这不是孤证。微博的一些明星使用者都开始用它来发布重要的信息。比如李开复在微博上发布自己离开谷歌的消息。而王利芬也是利用微博宣布自己离开中央电视台,开始创业。这两条信息都被疯狂地转载,成为大家讨论的话题。

▶ 正义的力量

微博,比传媒更强大的力量,带我们在一秒钟后,回到事件现场,还原真实。

“真相被长久遮蔽”正逐渐成为历史。而如果有一个最短距离的限制,微博能够给出的答案是:一秒钟。这也是网络时代里,人们能够到达事件中心的最短数字。

“大家好,我叫钟如九。是江西省抚州市宜黄县自焚家庭的小女儿。我在网络上看到了大家对我们家的关心,非常感谢!”22岁的瘦弱女孩钟如九一开通微博,关注她的“粉丝”数量就在一夜之间逼近2万。此后她的每一次发言,都被千万网友第一时间内评论和转发。

巧合的是,就在宜黄强拆事件仅

仅一个月后,“我爸是李刚”案再次于微博上燃烧起来。网友的愤怒渐渐转化为消解严肃的黑色幽默:围绕“我爸是李刚”的造句大赛,成为另一种面目的微博抗争。

如果没有大多数人的目光和低语,这些事件极有可能以一种更为尴尬的方式收场。

对话

带我到一个新的世界

“我被威逼利诱地微博了,谢谢梦笔生带我到一个新的世界。”这是2009年10月13日16点29分,罗曼的第一条微博。在合肥的媒体界,她算是最早玩微博的人了。

记者(以下简称记):什么样的情况下接触微博的?

罗曼(以下简称罗):是我的一个老朋友介绍的,他的微博名叫梦笔生。有一天,他发来一个链接,我一看不知道是啥?他说别的你不要问,一定要先注册。

记:一注就迷上了?

罗:流行的东西我都接触得早,比如办安徽电台最早的短信节目、彩铃节目,都是在大流行之前就开始了。喜欢涉猎,但不迷恋,而且很快就厌倦。

记:你是安徽电台最早发微博的主持人?

罗:应该说是其中之一吧,或许有人比我还早。我有早醒的习惯,每天早起就在被窝里翻看昨夜今晨的微博。我玩微博半年后,电台的很多人才注册微博。

记:你觉得作为主持人,微博对你的工作有什么好处?

罗:开拓视野,了解最新信息。说老实话,这玩意不是用来工作的,是用来生活的。可作为新闻记者,线索是必须要找的。而微博上的一句抱怨、一个闲聊都有可能引发我的兴趣,私信过去详谈。

去年温总理到中国之声做客,节目中和博友互动,其中一个就是我们安徽博友。我当天下午就通过微博找到这个博友,采访并写了《我省微博网友首次通过电台直播节目与总理对话》,反响不错。

记:它改变了你什么?

罗:让我浑身充满了力量:“我是希瑞!”发一条微博,见到转评者众,心中充盈。微博让我交了很多朋友。

记:你怎样看待微博的传播方式?

罗:微博之所以迅速的火爆,就是因为传播速度极快,传播内容极广,传播方式是几何式。不是一对一的传播,而是一对千、对万的传播。因此会出现谣言满天飞的情况。前几天我还遇到一个求助帖,说是一车货物被骗,他发司机图片,希望大家人肉搜索。虽然我心里是相信他的,但是我仍然要怀疑。这就是微博时代需要加强的法律和保护别人,自我保护的意识。张亚琴

对话

有很多精彩,也有很多意外

打开他的微博,上面的标签很有意思:非资深出版人、非著名80后作家、非慈善学校校长、过时杂志达人、微营销实验室。正如他所说,他是一个出版社的编辑,更吸引注意的是他的另一个身份:微营销实验室创立者,邢荣勤。

记者(以下简称记):创办这个实验室是何原因?

邢荣勤(以下简称邢):我们这个实验室是研究实战为主的,进行一些微博特性研究、传播方式、媒体功能、营销形式。并通过案例分析分享和微营销运营。案例主要是公共社会事件传播、经济营销等方面。

记:这是帮企业做的吗?

邢:不是。我们这个群体,基本上都是公益性、研究性的。我做,一方面是自己的兴趣,另一方面是看到其中的无穷潜力。任何新生事物,都必须

要有一些人去推动。

记:你玩微博多长时间了?

邢:2009年开始的。是最早一波玩微博的人之一。我在合肥微博曾排名第一,因为新浪、腾讯开始内测时就邀请我去玩了,那时候还没什么人参与。

记:你认为这改变了你的生活吗?

邢:微博成了我生活中的一部分,微博可以提供很多有用有趣的资讯,可以结识很多五湖四海的朋友。换句话说,微博可以有很多精彩,也有很多意外。

比如说,上次我们接到一个求助,说是在科大附近停车,回来时摩托车篮子发现一叠卡片,有身份证,信用卡等。估计是小偷丢下的,证件比较重要,现在失物招领,3日找不到失主就打算送去派出所了。望知情者予以联系。

失物招领的领消息在我的微博发布一个半小时后,即联系到了失主方小姐,她是留美的学生,当天晚上就要

飞美国了,证件丢了就上不了飞机。从这一件小事当中,我们见证了微博力量的强大,也促使我们加快在微营销方面的研究和实验。

记:作为出版社的一员,你认为,用微博来营销的精髓在哪里?

邢:现在很多单位都重视微博营销,但仅仅是起步,还不懂得精髓。精髓在于交流、互动。一般的单位,仅仅是做一个展示。而这种交流互动又有很多网络特性在里面,要了解网友的心理特点。

微博营销和传统营销不是对立的,而是相辅相成的。微博营销是网络营销的最新形态,传播更便捷影响力更大。

记:目前你们实验室有多少成员?

邢:十个人左右,都是互联网研究或从业者。我们眼下的目标,就是做一个公益的分享平台。张亚琴