

“微时代”青年的社会参与——基于对上海青年的调查

黄洪基 (Huang Hongji) 周颖 (Zhou Ying)

引言和概述

2012年2月18日傍晚，微博网名叫做“莫莉要找属羊的摩羯座”的上海网友莫莉用随身携带的iPad拍摄下地铁上可疑妇女的行窃过程，并在对方出手瞬间大声喝止，同时不顾对方猛烈击打，始终拉住行窃妇女直到民警赶到现场。当晚，博主又发布了自己拍摄的小偷扒窃视频。此事迅速引起网络围观大讨论，连日来，“80后”女孩莫莉成了网友热议的对象，纷纷称其为“地铁女侠”。显然，此事正是通过微博平台得以迅速传播。如今，更多的青年选择利用微博等新媒体介入社会生活及公共事务。微博的红火扩展，影响和改变着当下青年的生活方式。2011年5月至7月上海青年研究中心的调查报告对上海青年微博使用情况进行了分析研究。¹

一、“微时代”青年成为微博主力用户

微博是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取平台，用户可以利用电脑、手机等各种可连接网络的终端应用访问微博服务，用所限制的少量的文字

信息（通常少于140字），将自己的最新动态、想法或者新闻等讯息以短消息的形式呈现给好友或者关注者，实现即时分享。

微博正式全面进入中国大陆，是2009年8月28日，中国最大的门户网站新浪网推出“新浪微博”内测版，成为中国首家提供微博服务的门户网站。从此，微博在大陆的发展迅猛，势不可挡：2010年4月28日，新浪微博用户突破1000万；同年8月28日，这个数字又迅速增长到3000万；到10月底，新浪微博的用户一举突破5000万。也就是说，半年内，前4个月平均每月增长500万新用户，后2个月，新浪微博平均每月增长了1000万新用户。一种传播媒体普及到5000万人，电视用了13年，互联网用了4年，而微博只用了14个月。（《2010中国微博年度报告》）

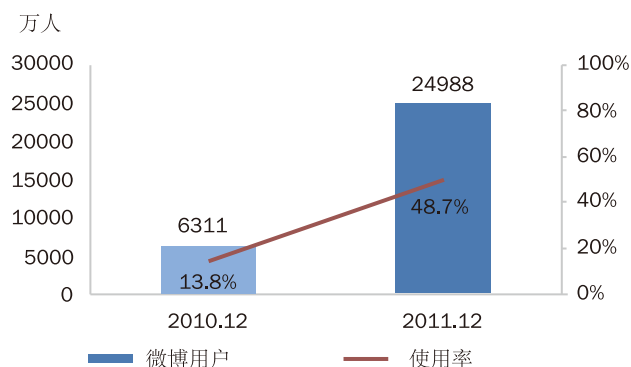
黄洪基 上海青年管理干部学院教授
上海青年研究中心主任

周颖 上海青年管理干部学院青少系
副主任 讲师

¹ 见《创新转型与上海青年——2011上海青年发展报告》（上海人民出版社2011）。本报告采取抽样调查的方法，共随机发放调查问卷2000份，回收有效问卷1751份，有效回收率为87.6%。被调查对象的人口学特征（性别、年龄等）与上海青年的总体特征保持一致。在问卷抽样过程中，采用了多阶段定比分层的方式进行抽样。综合考虑上海各区的地理位置、经济发展状况等各方面的因素后，首先选择了浦东新区、徐汇区、普陀区、虹口区、松江区、嘉定区、崇明县等区县作为一级抽样单位，再在一级抽样单位中选取各类青年群体（如在职青年和在校青年、户籍青年和非户籍青年等）作为二级抽样单位，最后在二级抽样单位中抽取一定数量的青年个体作为最终的调查对象。

其实，2010年微博用户强劲增长的势头还只是一个开始，爆发性增长态势出现在2011年的上半年，6月底，中国微博用户数量从年初的6311万猛增到1.95亿。此后，微博使用增长率跨越高位后，增长速度回落，到12月底，我国微博用户数达到2.5亿，较之上一年暴涨近300%。微博在中国仅仅用了两年的时间，发展速度之快，让我们瞠目结舌、始料未及。据“CNNIC”（中国互联网络信息中心）2012年1月发布的《第29次中国互联网络发展状况统计报告》显示，2010年网民的微博使用率仅占13.8%，而2011年该数据猛涨到48.7%。微博成为中国网民使用的重要互联网应用，每天发布微博量超过9000万条，接近50000家企业开设新浪微博账号。2011年成为无可争议的微博崛起年。

图1：2010-2011微博用户数及使用率



本图引自“CNNIC”《第29次中国互联网络发展状况统计报告》

微博的普及程度和迅猛发展在对上海青年的调查中得到验证。上海青年研究中心于2011年5至7月针对上海青年的调查显示，53.1%的青年已经注册了微博，44.5%的青年知道但是没有申请注册微博，只有2.5%的人没有听说过微博。这充分表明，虽然微博在中国的真正发展只有2年，但是几乎做到了人人知晓。

表1 微博注册调查

选项	选择人次	百分比
注册了	908	53.1
没注册	761	44.5
没听说过	42	2.4

微博用户呈现年轻化倾向。通常越是新诞生的事物，年轻人接受程度越高，他们总是引领潮流之先。2011年10月发布的CIC与新浪共同发布《微博引领的中国社会化商业发展与变革》白皮书调查显示，在新浪微博中19-30岁的用户是微博最主要的使用人群，占总数的76%。如以年代来划分青年人群，在我们的调查中发现，上海青年微博用户显示出同样明显的年龄特征，“90后”微博注册用户为52.7%、“80后”微博注册用户为55.3%，比“70后”的35.8%高出近二十个百分点，显然新生代的青年对微博接受程度比“70后”要高得多。

表2 微博注册代际分析 (%)

选项		出生年代			合计
		“90后”	“80后”	“70后”	
注册了	计数	280	534	49	863
	出生年代占比	52.7	55.3	35.8	52.8
没注册	计数	233	414	82	729
	出生年代占比	43.9	42.9	59.9	44.6
没听说过	计数	18	17	6	41
	出生年代占比	3.4	1.8%	4.4	2.5

微博关注和被关注对象的数量显示博主的社会关系状况，也决定了微博信息来源的多寡。调查显示60.9%的上海青年关注对象在50人以内，26.6%的青年关注对象在50-100人之间，10.3%的青年关注对象在100-500之间，而关注对象500人以上则为极少数。这说明青年的社会交往圈子或关注视野总是有一定的限量，不可能无限扩大。

粉丝的数量也就是被关注的数量，决定了在微博客生态圈中信息扩散的广度。调查显示粉丝数量在50人以内的占了大多数68.9%，50-100人的占了19%，100-500人的占了8.7%，而拥有500人以上的粉丝数量的青年只是极少数。从数据上看，绝大部分青年关注和被关注的人数都在100以内，这使得他们的讯息传递和影响力会比较低。这反映了微博客生态圈建成的时间还较短，青年博主们还一时来不及建成广泛的微博客交际圈。但这并不影响如有突发事件或爆炸式新闻发生时他们的影响力的爆发。如“莫莉要找属羊的摩羯座”在2月18日见义勇为被称为“地铁女侠”后，其粉丝数量一下猛增到近9000人，受到社会的广泛关注。

表3 微博用户“关注的人”的数量和“被关注”的数量(%)

项目	50人以下	50-100人	100-500人	500-1000人	1,000人以上
关注的人	60.9	26.6	10.3	0.5	1.7
粉丝	68.9	19.0	8.7	0.9	2.5

对于微博的爱好程度可以从处于微博状态的时间长短和频率来决定。从平均每天使用微博的时间统计表中显示，80.9%的上海青年每天使用微博在30分钟之内，绝大部分的上海青年在闲散时间使用微博，而这些零碎时间的积累足够维护自己微博，这恰好显示了微博的方便灵活的特点。

另一方面，“微博控”也随之产生。他们花费大量时间没日没夜地上微博，一上就是十多个小时。每天打开电脑第一件事就是微博，每天上多次微博，反复刷新微博页面，要发微博几十条以上，关注自己微博粉丝数的增长，上班上微博，下班也上微博，吃饭玩微博，上厕所都玩微博，时刻保持高度兴奋的状态，甚至放弃睡眠时间，呈现如同“网络成瘾”“游戏成瘾”的特征。“微博控”和“网瘾”虽然在表现形式上有相类之处，但“微博控”不仅显示了青年对网络使用的渴求感和依赖性，他们更渴望受到他人关注，追求比其他人或媒体更早获悉新的信

息，并且希望通过发布讯息引起社会的共鸣，引起别人的关注，并不断累积粉丝和互动回复，在这样的过程中得到快感和成就感。在对上海青年的调查中，有10.1%的人使用微博在30-60分钟，9%的人每天在微博客上会花费一个小时以上。而在这9%的人群中有一部分很有可能是“微博控”的代表。而“微博控”的比例很有可能伴随着微博客功能的扩展和深入人心日渐扩大。数据表明越是年轻就越是容易接受微博，拥有智能手机等的终端设备的比例也越高，也更愿意微博客介入自己的生活，所以“80后”、“90后”青年对微博客的投入程度也相应更高。

表4 平均每天使用微博客的时间统计(%)

时间	选择人次	百分比
10分钟以内	509	54.9
10-30分钟	241	26.0
30-60分钟	94	10.1
60分钟以上	83	9.0

微博客可以通过互联网、客户端发布，更可以通过手机上网或者短消息发布更新，实现了全息发布方式，由于这样开放的通道，便捷的服务，真正实现了随时随地发布和接收信息。平时的一些闲暇时间都可以成为微博客时间，使得个人能够始终处于最新信息的洪流之中。在“何种时间段使用微博客”的多项选择统计中显示，微博客用户通常是在等候、交通中（坐车等）使用，这也显示出微博客便捷和简短的特点，这使得一些零碎时间段落成了微博客信息关注和更新的好时机。

二、“微时代”，青年参与社会的意愿强烈

科技的日新月异，智能手机等网络终端的普及和软件环境的成熟，微博客热潮席卷全球，势不可挡，亿万人涌入微博客，每时每刻从各个角落产生的当下新闻和感受，一段普通的文字都可能带来“蝴蝶效应”，最卑微的人也可以一呼百应。这一切都预示着网络“微时代”的来临。

微博客实现了全息发布方式，实现了随时随地处于

最新信息的洪流中。微博使用简单方便，传输性效率较高。文字内容有140个字的限制，降低了信息制作与阅读的门槛，不需要长篇大论，三言两语即成一条微博，迎合了大众浅阅读、碎片化的信息消费方式，符合现代人的生活节奏和习惯。在微博中，人人都是信息发布的源头并进行随时信息共享，相比其他媒体，微博的实时性和现场感是最强的。而“发布”、“转发”、“关注”、“评论”等功能做支撑，使得信息不但共享，而且容易进入循环，用户也更方便对访问者进行回复，从而形成良好的互动关系。

微博的快速发展中，服务商也不断推陈出新，不

仅可以输入文字信息，还可以附加图片和视频，并将一些传统网络上社区论坛（BBS²）和新型网络社交网站（SNS）互动社交功能元素都添加于一身，增强了生存和繁殖力。再加上移动终端提供的便利性和多媒体化，用户体验的粘性越来越强，传统的互联网络用户慢慢都转投微博，使得微博人气高涨，而早期一些网络社区、论坛逐渐人气冷清。

在对上海青年开通微博原因的调查中数据显示，微博使用中，青年最看重其社交服务功能，微博给青年方便地表达交流提供了很好的平台，他们愿意随时随地发布所见所闻，所感所想。见下表：

表5 注册使用微博主要原因分析（%）

选项	选择人次	百分比
关注熟人、朋友的动态	364	45.0
更方便自由表达自己的想法	317	39.2
与他人共同讨论热点话题	275	34.0
关注名人、明星动态，希望与他们交流	200	24.8
是新事物，想了解一下	172	21.3
及时了解最新资讯	141	17.5
关注行业资深人士观点	119	14.7
周围人都用，我不用就落伍了	87	10.8
认识陌生人，扩大交友圈	48	5.9
形式简短，支持手机，使用方便	39	4.8
打发闲暇时间	28	3.5
了解大家对自己或某人的口碑评价	6	0.7
其他	6	0.7
做产品或服务宣传	2	0.2

代际交叉分析统计则表明“90后”、“80后”表达个人想法意愿强烈，分别达到42.7%和39.1%，而“70后”只有19.0%。“90后”目前大多都是学校的学生，在“关注名人、明星动态，希望与他们交流”选项上33.3%，比“80后”（20.8%）和“70后”（19.0%）多出不少，表明年纪越小的年龄段追星和偶像崇拜越强烈。同时，“70后”更加关注行业资深人士观点，这一选项的比例明显高于“80后”“90后”，说明年长和相对成熟的“70

后”更希望利用微博了解行业信息的愿望，他们更关心事业发展和评价。进一步分析，可见“90后”“80后”“70后”发表内容的差异。“90后”更注重个体感受，并且愿意和他人分享。在“个人心情感受”的选项上70.8%的比例远高于“80后”“70后”的59.4%和55.1%。年龄越小个体表达的意愿越高。而在公共事务和社会事件的评论中“80后”、“70后”更为活跃。

² BBS (Bulletin Board System 电子布告栏系统) 在国内一般称作网络论坛。

表6 注册使用微博主要原因代际交叉比较 (%)

选项		出生年代		
		“90后”	“80后”	“70后”
更方便自由表达自己的想法	计数	96	195	8
	出生年代占比	42.7	39.1	19.0
与他人共同讨论热点话题	计数	75	167	15
	出生年代占比	33.3	33.5	35.7
关注熟人、朋友的动态	计数	83	239	24
	出生年代占比	36.9	47.9	57.1
关注名人、明星动态，希望与他们交流	计数	75	104	0.8
	出生年代占比	33.3	20.8	19.0
关注行业资深人士观点	计数	22	84	0.8
	出生年代占比	9.8	16.8	19.0
打发闲暇时间	计数	9	18	0.1
	出生年代占比	4.0	3.6	2.4
周围人都用，我不用就落伍了	计数	24	56	0.5
	出生年代占比	10.7	11.2	11.9
认识陌生人，扩大交友圈	计数	21	23	0.1
	出生年代占比	9.3	4.6	2.4
做产品或服务宣传	计数	0.0	1	0.1
	出生年代占比	0.0	0.2	2.4
是新事物，了解一下	计数	47	109	0.8
	出生年代占比	20.9	21.8	19.0
及时了解最新资讯	计数	34	95	7
	出生年代占比	15.1	19.0	16.7
了解大家对自己或某人的口碑评价	计数	0.1	0.5	0.0
	出生年代占比	0.4	1.0	0.0
形式简短，支持手机，使用方便	计数	0.8	24	0.4
	出生年代占比	3.6	4.8	9.5
其他	计数	3	0.2	0.1
	出生年代占比	1.3	0.4	2.4

鉴于微博成为未来主要的信息传播平台和互联网新入口，各大门户网站均投入大量精力发展微博业务，其中利用名人效应成为重要的推广策略，各大微博都在极力招揽社会名人入驻。“名人”在微博上累计大量粉丝后，其微博上的言行就极具影响力，尤其是一些公共事件经过拥有大量粉丝的“名人”转发，其影响力巨大。如新浪微博上排名靠前的姚晨，其粉丝已逾2000千万，可想而知，她的不到140字的微博，将有数百万的人可同时看到，并且可能转发和评论。这种一呼万应、快捷直接的信息传播是传统媒体无法企及的。

分析青年在微博上的关注对象就能够看出青年热衷的倾向，因为你在微博上关注的对象直接决定了自己信息的来源和信息内容。在调查中发现，上海青年

社交性关注“现实生活中的朋友、同学、同事”，比例高达82.8%，这不仅是他们信息的主要来源，而且显示出微博成为青年社交的良好沟通平台，在微博上获取的信息随时随地可以和朋友们分享状态。上海青年在微博上对名人、明星的关注达到53.1%。在生活中名人和明星总存在大量的关注，大量的话题和八卦消息都来自于此。微博使有关明星的消息传播更为迅捷，同时也满足了大众的窥视欲。新浪微博粉丝榜前10名基本都是演艺明星，其“粉丝”非常活跃，而这些粉丝大部分都是时下青年。他们早早使用微博关注自己喜欢的明星，在微博上注意明星的行踪、最新工作动态和言论，随时和偶像保持网络上的交流。甚至有的开通微博的目的完全是为了追星，他们微博上所有的资料均与偶像有关，发布或转发与偶像相关的

微博内容。微博的出现拉近了青年与明星的距离，而明星在网络上言论的影响力也日益扩大，当然明星们也乐此不疲、乐观其成。粉丝们也会因为偶像吸引力的相互关注，从而拥有志趣相投的粉丝。见表7：

表7 微博关注对象统计 (%)

项目	选择人次	百分比
现实生活中的朋友、同学、同事	773	82.8
名人、明星	496	53.1
业内资深/专业人士	284	30.4
陌生人	78	8.4
其他	40	4.3

对上海青年的调查显示，在微博中青年中最关心的内容是新闻、社会评论占比70.1%，比其后的生活资讯43.8%和奇闻趣事41.8%多了近30个百分点，然后是生活感悟35.9%、娱乐段子34.3%、文学艺术33.5%、明星、名人生活32.0%和经济讯息30.4%相对比较平均，而科学教育15.9%排在最后。可以看到各类资讯是青年的主要关注点，微博成为新闻传播的最佳平台，新闻事件随时随地都在发生，而发生的同时利用微博就可以分享。同时青年还将微博当成娱乐平台，而教育在微博上被关注较少。

表8 微博关注话题分类统计 (%)

项目	选择人次	百分比
新闻、社会评论	599	70.1
生活资讯	374	43.8
奇闻趣事	357	41.8
生活感悟	307	35.9
娱乐段子	293	34.3
文学艺术	286	33.5
明星、名人生活	273	32.0
经济讯息	260	30.4
科学教育	136	15.9
其他	17	2.0

三、“微时代”，青年社会参与的渠道更为畅通

微博的迅猛发展，使讯息的传播方式发生了根本改变，传播方式呈裂变变化、传播速度是几何级的，远远高于之前任何一种媒介的传播速度和传播广度。微博的传播通过发布和转发两条路径，经过实时接收信息和传递，实现极速传播。在微博上，用户关注他人的同时被他人关注，渐渐结成一张庞大的网络，用户在接收信息的同时发送信息，每个节点成为大小不一的传播中心，使得信息通过这张网络上能够在短时间内被病毒式地大规模复制和转发。微博的使用形式与热点内容相互作用促成了微博用户的高速增长。

新媒体正日益成为众多舆情热点的首发媒体。2011年7月发布的《中国社会舆情与危机管理报告》指出，在2010年138起社会舆情热点事件中，新媒体首次曝光的为89起，占比65%，比2009年的56%提高了9个百分点；传统媒介曝光的为47起，占比34%，相比2009年下降10个百分点。新媒体正与传统媒体一道成为社会主流媒体。在一些公共事件和突发事件的传播上微博显示出了其“威力”，以青年为主体的微博用户积极参与社会公共事件使中国社会生态发生了极大变化。有越来越多的新闻来源直接和微博发布的信息有关，据2010年12月28日，由上海交通大学舆情研究实验室发布的《2010中国微博年度报告》披露：2010年舆情热度靠前的50起重大舆情案例中，微博首发的有11起，占22%。是年，以宜黄拆迁事件³为起始标志，河北大学撞车“李刚”事件⁴、腾讯与360大战⁵、方舟子遇袭⁶、唐骏“学历门”⁷等为代表的微博全民大讨论兴起引发媒体革命。网络媒体的影响力越来越大，不仅在网络舆论事件发展中起到重要的主导作用，而且在推进事件圆满解决方面的正向作用也十分突出。进入2011年，随微博用户的爆发式增长，微博对重大舆情的影响力有增无已，从年初于建嵘“微博打拐”⁸到局长“开房门”的微博直播⁹；从郭美美炫富¹⁰引发的慈善公益事业的信任

³ 2010年9月10日，江西宜黄县因拆迁引发的一起自焚事件。起初并未引起舆论关注，但由于微博的介入使得宜黄事件的传播效应不断放大，当事人的维权行动也因此得到了帮助。

危机，到“药家鑫”¹¹、“赛家鑫”¹²案件引发的对司法制度的全民思考、再到“7.23”甬温列车脱轨事件¹³对铁道部处置方式的质疑，处处都在彰显着微博的巨大力量，而这些力量和声音最终都影响传统媒体的聚焦关注和社会广泛的讨论。尤其是“小悦悦事件”更是通过微博转发引起了全社会的广泛思考：2011年10月13日，2岁的小悦悦（本名王悦）在佛山被车碾压，18名路人路过但都视而不见，漠然而去，最后一名拾荒阿姨陈贤妹上前施以援手。10月21日，小悦悦经医院全力抢救无效去世。该事件也被国内外诸多媒体关注，引发了全民对社会价值观的反思，谴责见死不救的行为，呼吁坚守道德底线。广东省委政法委发布官方微博消息，征求民

众对救济、奖惩机制的意见与建议，考虑通过立法来惩罚见死不救。如果说“小悦悦事件”是微博用户对公共道德良知的严厉拷问，那么，黑龙江佳木斯“最美女教师”¹⁴、杭州“最美司机”¹⁵的感人事迹则是通过微博迅速传播，体现了社会对人间大爱的渴求，是人性善良正能量的集聚和放大。

微博网络驱动公民参与，在推进整个社会信息公开的同时消除信息不对称和暗箱操作，微博发展成为一种舆论监督的有力工具，正所谓“围观改变中国”。《人民日报》署名文章指出：“中国已进入‘大众麦克风时代’，在信息管道众多的情况下，你不能通过权威途径客观、及时地对外公布，就可能有人通过其它途径歪曲、虚假地公布，并调动起

⁴ 2010年10月16日晚，河北大学校区内发生一起校园车祸，两名女生一死一伤，被拦下后，该肇事者态度嚣张，高喊“有本事你们告去，我爸是李刚！”后经证实，该男子名为李启铭，父亲李刚是保定市某公安分局副局长。此事一出迅速成为网友和媒体热议的焦点，“我爸是李刚”也迅速成为网络最火的流行语。

⁵ 2010年11月至2011年4月，腾讯QQ和奇虎360两个国内最大客户端软件运营商为扩大市场占有率展开的前所未有的互联网之战。

⁶ 2010年8月29日傍晚，著名互联网打假人士方舟子在新浪微博中透露，他在住所附近遭歹徒袭击受伤。9月21日，犯罪嫌疑人肖传国被警方抓获。查明，该案是因为肖传国认为方舟子通过媒体、网络对其学术“打假”，导致其未能入选中国科学院院士，肖为报复指使人实施犯罪行为。

⁷ 唐骏为中国职业经理人。曾留学日本和美国，有“打工皇帝”之称。2004年唐骏以微软中国终身荣誉总裁身份从微软退休，先后出任盛大集团、新华都集团总裁。2010年科普专家方舟子爆料唐骏学历造假。

⁸ 2011年春节期间，中国社科院学者于建嵘教授所发的“随手拍照解救乞讨儿童”微博，该微博经热心网友不断转发，形成强大的舆论传播力量，并吸引了传统媒体的跟进与关注。一时间，微博与“打拐”分别成为春节期间的重要关键词。“微博打拐”成为微博传播的历史上一起重要事件。

⁹ 2011年6月20日下午3点，天涯社区网友发现一段很奇怪的微博对白，两个微博用户都只关注了对方，其微博内容事涉男女隐私，却公开地发布在微博平台上，当天，两人就互发了多条微博讨论到酒店开房的细节。两个明显为情人关系的当事人居然把微博当作了网上私聊的工具。后经核实，男主角为常州溧阳卫生系统一局长。

¹⁰ 2011年6月21日，新浪微博上一个名叫“郭美美Baby”的网友颇受关注，这个自称“住大别墅，开玛莎拉蒂”的20岁女孩，其认证身份居然是“中国红十字会商业总经理”，其真实身份也众说纷纭，由此引发社会对中国红十字会的非议。事后，中国红十字会称“郭美美”与红十字会无关，新浪也对实名认证有误一事而致歉。

¹¹ 药家鑫，西安音乐学院大三学生。2010年10月20日深夜，驾车撞人后将伤者刺了八刀致其死亡后驾车逃逸。2010年10月23日，被告人药家鑫在其父母陪同下投案。2011年1月11日，西安市检察院以故意杀人罪对药家鑫提起了公诉。同年4月22日，药家鑫被判处死刑，剥夺政治权利终身。6月7日上午，药家鑫被执行死刑。因案件性质恶劣引起网友在微博上的高度关注。

¹² 2009年5月16日，云南巧家县李昌奎，奸杀18岁的邻家女孩王家飞后，又将其年仅3岁的弟弟王家红也残忍杀害。云南昭通中院审理后于2010年7月15日一审判决死刑。2011年3月，云南高院推翻了一审死刑的量刑，李昌奎被改判死缓。该判决结果经媒体曝光后，引发了广泛的质疑，一时舆情汹汹。迫于舆论压力，8月22日，云南省高级人民法院对该案进行再审，判处李昌奎死刑。

¹³ 2011年7月23日发生的D301次列车与D3115次列车发生追尾重大交通事故。事发后，通过微博的传播，引起全社会对搜救过程和善后工作的高度关注。

¹⁴ “最美女教师”张丽莉，黑龙江省佳木斯市第十九中学的语文教师。她在2012年5月8日的交通事故中，为救学生而受重伤，致使双腿截肢。

¹⁵ “最美司机”吴斌，杭州的长途客运司机。5月29日中午，他驾车载着24名乘客在高速公路上行驶时，被一块迎面飞来的数斤重大铁片砸中。此后1分16秒里，吴师傅强忍疼痛将大客车缓缓减速、停车，拉好手刹、打起双闪灯、打开车门疏散旅客。最后一刻，他还不忘叮嘱乘客“别乱跑”。6月1日，吴斌伤重离世。

整个社会的情绪。征询民意是成本低、范围广、易于说真话的民主决策的重要途径与机制之一，确认这种形式是对社会力量的尊重。”《人民日报》站在官方立场，从更新社会治理手段的角度劝诫官员调整心态语态，适应网络时代的话语方式，甚至提出“把微博的互动管道制度化，成为政治沟通的必要制度安排”。官媒发出这样的声音，足可见微博对中国政治生态的影响。（2011年09月14日07:26来源：人民网-《人民日报》）

有必要指出的是，由于微博这一类新媒体的用户主要以青年人居多，因此引发微博舆论热点的也主要是年轻人，这是新一代青年社会参与的重要途径与方式。根据复旦大学“舆情与传播研究实验室”最新发布的《中国微博意见领袖研究报告》¹⁶：60年代及70年代出生的中青年群体是微博意见领袖的主力，占到七成以上（72%）。这些在微博中活跃表达且影响甚广的意见领袖，正逐渐承担起网络公民的角色。诚如《上海青年发展报告》中分析的那样，尽管“80后”、“90后”青年群体在微博中很活跃，但他们的整体影响力还相对有限，一般来说，他们现在还仅仅是呼应者和围观者。

我们对青年在社会公共事件或突发事件微博发表观点意愿统计调查中发现：会去参与表达，并相信微博上的观点可以代表真实民意的占25%；表示会去但是不完全相信别人观点的真实性占53.9%；不围观者总体人数占21.1%。我们看到绝大多数的人愿意参与到网络讨论之中，并且希望在持续的关注下问题能够有所推进和解决，青年们期望在微博中求证真相。而这样的意愿和诉求在年龄代际交叉分析中显示“70后”的参与热情最为高涨，84.9%的“70后”表示会参与发表观点和参与议论，而这一比例随着年龄减小而降低，“80后”为80.2%，“70后”为73.9%。

表9 社会公共事件或突发事件微博发表观点意愿统计 (%)

选项	选择人次	百分比
会去，微博上的观点可以代表真实民意	231	25.0
会去，但是不完全相信别人观点的真实性	499	53.9
不会去，微博上观点不能代表真实民意	195	21.1

由于网络及微博存在许多虚假信息，各种谣言、流言、谩骂、欺诈、人身攻击甚或对社会稳定构成威胁等，诸多乱象丛生，为加强对微博的管理，从2012年3月16日起，新浪、搜狐、网易、腾讯等四大网站，全部实行微博实名制。今后，上网发短短的140个字，必须使用个人真实身份信息。实名制已成每个网民无法回避的门槛。对此，微博用户反应不一，众说纷纭。

据新浪的微型调查，8成以上的博友表示支持微博实名制¹⁷，认为“以前怎么玩，今后还是怎么玩，实名制对我没什么影响”、“微博本质是一个开放性的生活信息渠道，为网友提供一个便捷的社交互动平台，……只要不搞恶意中伤，遵纪守法就应该没什么好担心的。”有业内人士表示，实名制有利于增强网络诚信度，净化微博信息。长远来看，个人用户更加愿意接受一个真实的，没有虚假和不健康信息的微博社交媒体平台，机构用户也希望看到一个体现真实市场价值，并且稳健发展的微博社交媒体平台，事实上国外的许多社交网站也是实行实名制的。

但同时，也有大量博友担忧，微博实名制后个人信息遭到泄露，个人隐私、用户信息安全如何保证？比如2011年，韩国曾有过社交网站遭黑客攻击，约3500万名用户的信息外泄的重大事件，而国内互联网也曾爆发多起用户信息泄露事件，这些信息泄露将给用户带来巨大的影响和损失。互联网管理是社会管理中的重点与难点，由于微博影响力日趋广泛，且信息传播速度极快，微博实行实名制也是加强互联网管理、规范网络舆论的有效途径。但还是有人担心实名制会使微博这个平台失去言路畅通的作用，并伤害了

¹⁶ 《东方早报》2012年03月10日。

¹⁷ http://news.ifeng.com/gundong/detail_2012_03/17/13258625_0.shtml《四大门户网站昨起执行实名制新政 重奖实名用户》

微博的社会监督功能。

所以如何切实做好互联网及微博的管理工作，还是一个崭新的课题。

四、结语

据《第29次中国互联网络发展状况统计报告》中国已拥有5.13亿网民，意味着超过三分之一的国人已经和互联网有过亲密接触，尤其是微博的迅猛发展，开创了“人人都是通讯社、个个都有麦克风”的时代。网络新媒体迅速发展，舆论信息随时随地互动传播，规模庞大的中国网民早已不再满足于从网上获取资讯，他们已经成为信息的创造者和传播者。看似只生活在虚拟世界的网民，在某种程度上却已经逐渐成为现实社会的“风向标”。青年微博用户已经成为一支不可忽视的力量，他们正以自己独特的方式，为这个国家的文明进步、繁荣昌盛和公平民主，作出应有的贡献。通过我们的分析可以看出微博时代，青年的社会参与体现出下列特点：

1、青年微博用户的社会参与与以前相比更富理性。青年通过微博获取来自各方的信息和不同意见，并广为呼应转发，寻求正常渠道表达自己的观点，切实维护自身和社会大众的利益。

2、有关方面姿态与以前相比更为亲和。当一些话题通过微博成为社会热点后，有关部门会主动或被动地作出回应，这是一种根本性的姿态和思想转变。

3、社会参与形式与以前相比更为正式和专业化。近年来具有社会影响力的微博事件，已不仅仅是青年情感的盲目宣泄，往往有意见领袖对事件的犀利剖析，有专家多元观点的碰撞，有媒体持续不断的议程设置，最终使事件的发展走向制度层面的改革。

作为新兴的社交媒体，微博堪称传媒史上的一大奇观：一种传播媒介从无到有、再到吸引5000万受众，广播用了38年，电视用了13年，互联网用了4年，而微博不过一两年工夫，更令信息传播、人际沟通的方式发生了巨变。进入2012年，微博是最热

门的网络应用。（2012年5月8日《文汇报》）。如今我们正处在网络时代，因为微博新兴媒体的强劲发展、方兴未艾，又让我们迈进了“微时代”。“微时代”在无数人的指尖跳动中悄然到来，但微博对社会发展将发挥的巨大推动作用难以估量！

注：本文数据除已标注的，均引自上海青年研究中心的调查报告，详见《创新转型与当代青年——2011上海青年发展报告》，上海人民出版社，2012年1月。

往期简报

第1期

二十国集团：一个致力于可持续发展的、新的全球治理框架？
托马斯·弗斯 (Thomas Fues)

第2期

全球化挑战背景下的全球工会联盟
托斯藤·米勒、汉斯-沃尔夫冈·普拉策、施坦方·吕卜
(Torsten Müller, Hans-Wolfgang Platzer and Stefan Rüb)

第3期

新加坡：独大型政党制度下的去政治化公民社会？
陈思贤 (Kenneth Paul Tan)

第4期

德国住房政策：一个最佳实践典范？
比约恩·埃格纳 (Björn Egner)

第5期

中国行政赔偿制度的演变与新近发展
杨寅 (Yang Yin)

第6期

出口拉动型增长的终结：对新兴市场和全球经济的影响
托马斯·佩利 (Thomas I. Palley)

第7期

政党、党员动员与权力管理：以德国为例
盖尔特·米尔克 (Gerd Mielke)

第8期

核能的末日？国际能源政策转变思想的时候到了
妮娜·内策尔 (Nina Netzer)

第9期

中国经济转型与城镇“生育收入惩罚”
贾男 (Jia Nan)、董晓媛 (Dong Xiao-yuan)

第10期

欧洲的排放交易体系：低碳经济的高效力高效率工具
汉斯-约阿希姆·齐新 (Hans-Joachim Ziesing)

第11期

以蜗牛般的速度前进：德国从妇女选举权到性别平等政策
贝瑞克斯·波维尔 (Beatrix Bouvier)

第12期

社会性别预算：一种性别平等政策的战略
伊丽莎白·科拉策、芭芭拉·施蒂格勒
(Elisabeth Klatzer and Barbarb Stiegler)

第13期

国际能源政策的重要转折点：中国的关键角色
弗里德曼·米勒 (Friedemann Müller)

第14期

家庭政策和生育率：欧洲国家的现象和挑战
索尼娅·布卢姆 (Sonja Blum)

第15期

全球可持续发展机构改革
萨沙·穆勒-克莱纳 (Sascha Müller-Kraenner)

简报特刊

家政工人的保护——挑战及展望
艾伯特基金会上海办公室，2011年5月

简报特刊

政策制定过程中的智库：它们起作用吗？
艾伯特基金会上海办公室，2011年9月

艾伯特基金会其他出版物

中国产业民主 – 兼论德国、韩国与越南

主编：鲁道夫·特劳普-梅茨 (Rudolf Traub-Merz)

岳经纶 (Kinglun Ngok)

北京：中国社会科学出版社，2012年

再分配促增长？收入不平等和经济复苏

主编：鲁道夫·特劳普-梅茨 (Rudolf Traub-Merz)

上海：弗里德里希·艾伯特基金会上海协调项目办公室，
2012年

亚欧参与式预算 – 民主参与的核心挑战

主编：伊芙·辛多默 (Yves Sintomer)

鲁道夫·特劳普-梅茨 (Rudolf Traub-Merz)

张俊华

上海：上海人民出版社，2011年

中国、欧盟与拉美：当前议题与未来合作

主编：克敏 (Birte Klemm)，牛海彬

上海：上海人民出版社，2011年

老年人护理与护理保险：中国、德国和日本的模式及案例

主编：蓝淑慧 (Susanne Langsdorf)

鲁道夫·特劳普-梅茨 (Rudolf Traub-Merz)

丁纯

上海：上海社会科学院出版社，2010年

劳动关系比较研究：中国、韩国、德国/欧洲

主编：鲁道夫·特劳普-梅茨 (Rudolf Traub-Merz)

张俊华

北京：中国社会科学出版社，2010年

地方决策中的公众参与：中国和德国

主编：刘平，鲁道夫·特劳普-梅茨 (Rudolf Traub-Merz)

上海：上海社会科学院出版社，2009年

中欧非合作：机遇与挑战

第六届全球治理上海会议（2008年3月14-15日）论文集

主编：闫瑜

上海：艾伯特基金会与上海国际问题研究院，2008年

Current Situation and Future Prospects of Asia-Europe Security Cooperation.

Proceedings of the Fifth Shanghai Workshop on Global Governance.

Katharina Hofmann, Katja Meyer and Yan Yu (eds.),

Shanghai: FES and Shanghai Institutes for International Studies, 2007

About Friedrich-Ebert-Stiftung

The Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) is a private cultural non-profit institution committed to the ideas and basic values of social democracy. It was founded in 1925 and aims to further the political and social education of individuals in the spirit of democracy and pluralism. Its international cooperation connects the Friedrich-Ebert-Stiftung with partners in more than 100 countries all over the world. The international cooperation of the FES strives for facilitating participation, pluralism, rule of law, social justice and non-violent conflict resolution in different societies.

Learn more about FES: www.fes.de
Learn more about FES in China: www.fes-china.org

Contact

Friedrich-Ebert-Stiftung (Beijing), Ta Yuan Diplomatic Compound, Building 5, Entrance 1, 12th Floor, Office 5-1-121, Xindong Lu 1/Chao Yang Qu, 100600 Beijing, VR China

Friedrich-Ebert-Stiftung (Shanghai), 7A Da An Plaza East Tower, 829 Yan An Zhong Lu, Shanghai 200040, VR China

Briefing Paper
To subscribe the Briefing Papers send an e-mail to: subscribe@fes-shanghai.org
To unsubscribe send an e-mail to: unsubscribe@fes-shanghai.org

The opinion voiced in this publication is that of the authors and does not necessarily reflect the opinion of FES.

Imprint: Youth Participation in the Age of Microblogging: FES-Shanghai Office, 2012.
Responsible: Catrina Schläger, Resident Director, FES Shanghai Coordination Office for International Cooperation