傳遞訊息「快、靚、正」

據中國互聯網信息中心7月19日發佈的統計報告顯示，截至6月底，微博用戶數量從2010年底的6311萬激增到1.95億，已成為用戶增長最快的互聯網應用模式。微博讓每一位網民的微力量得以聚集，而這樣聚集引起的爆炸力量非常驚人。在監督社會現象、人的行為和宣傳上是發揮極好的作用；然而水能載舟亦能覆舟，這樣巨大的力量倘若不是運用在對公眾有益的事情上，而是被惡意利用，後果則是不堪設想的。如何使微博成為推動社會進步的工具，這已是一個值得深究的新課題。

■策劃：焯羚

文：實習記者陳湘靜、焯羚

■無綫最近與內地微博合作，陳法拉、陳敏之、胡定欣、高海寧等藝人及高層樂易玲均有出席發佈會。 資料圖片

平民明星皆熱衷 微博絕非微力量

無論是郭美美微博炫富掀起全民質疑中國慈善事件，還是網友首先發佈北京地鐵四號線事故現場圖片，抑或是高鐵事故發生後引發對鐵道部的質疑，微博成為第一時間傳播最新消息的工具，已經是鐵一般的事實。另外，微博的即時性，使得更多人成為第一手信息的發佈者，公民媒體再一次被提到輿論的中心。

微博用戶變「記者」

微博1.95億的用戶已經成為義務記者，因此比起任何一家大媒體的記者還要多，而且比起新聞發生後再趕去現場的記者，他們往往在第一時間已經處於第一現場，拿出手機便可以發佈最新的消息。

事實上，微博由於其迅速和遠程的傳播威力，令一些存在已久的社會問題及新發生的事件都快速的得到前所未有的關注。前段時間微博上轟轟烈烈的「打拐行動」，不僅引來大批網民關注，許多人以實際行動支持這場正義戰爭，更引來政府部門積極對待由來已久的拐賣兒童罪行。同時無論演藝界、商界甚至政界都善用微博成為推廣宣傳工具。

明星與fans互動渠道

更多人對微博感興趣的原因也許是因為明星效應。由於部分商業媒體歪曲事實、渲染性的報道愈來愈嚴重，導致很多藝人和明星在各個網站上註冊了自己的微博，一於自己發聲，對自己而言是一個發洩情緒，紓緩壓力的渠道。同時透過微博發佈各種工作及生活上的最新情況及圖片，極大地滿足了粉絲們對偶像各種信息的需求。不僅拉近和粉絲間的距離，亦迅速聚攏人氣。早前電視廣播有限公司的tvb.com特別與內地騰訊微博合作打造網上社群「tvb.com微博」，讓fans與藝員拉近距離，「同明星做friend」，藝人都很支持。

微博上宣佈人生大事

另外，明星工作繁忙，很少時間去交朋友，在微博上與其他人的互動，也幫助增進了彼此的感情。明星於微博上發佈官方信息，既及時也省去了舉行發佈會繁瑣的手續和租場地的費用。如早前鄭秀文就於微博上公開回應和許志安復合的消息，陳浩民微博上載結婚證宣佈自己婚訊；謝霆鋒經理人霍汶希發佈謝霆鋒首次回應離婚事件，張栢芝經理人也透過微博宣佈栢芝加盟新公司，和正式離婚，最新活動等消息。有些明星利用自己的影響力在微博上呼籲關注弱勢群體或尋求不公事件真相，呼籲捐款助人也屢見不鮮；如微博女王姚晨就曾多次轉發尋找被拐小孩、關注塵肺病人等，事件也被迅速關注，帶來了正面的影響。

比起博客，微博擁有更大的受眾群。在博客中發表一篇博文，往往需要結構的組織、語言的構思，但微博僅限140字的規定，令平民與莎士比亞站在了同一水平線上。加上如今生活節奏加快，又處於信息爆炸的時代，人們沒有太多時間處理過長的文字。而微博上接受信息不再是一個被動的過程，你可以關注自己想要獲取的信息源，過濾掉一些垃圾或者對自己無用的信息。

信息真實性存風險

然而微博的弊端也有不少。微博和互聯網其他模式一樣，最大的弊端是誠信受到質疑。人人都可以在微博上發佈信息，但無法確認其真實性。失實的信息一旦廣為流傳後，不僅造成當事人名譽上的受損，更誤導了公眾，也有可能造成恐慌。網上的信息量極大，要確保每一條都真實無誤幾乎是不可能，這就要求了每一位使用微博的人要有獨立判斷的能力，不要輕信那些煽動性言論。

另外，140字的限制也使得信息量受限，許多需要明確解釋或有深度的文字就無法使用這個平台。也不能確保每個讀者受眾都有時間跟貼事件最新的動向。

同時，現在越來越多的人把時間浪費在微博上，發布一些諸如今天吃甚麼明天去哪裡玩，這類無聊的信息，造成信息泛濫。

微博的商業價值仍然屬單向性，機構媒體從微博的渠道獲得的商業利益還是有限的，在網絡商運作來講可能付出與回報不相稱。因為用戶都享受緊「免費午餐」，微博幫網站只賺到人氣，未必賺到大的利潤。網絡供應商需要長線投資，或與傳統傳播方式結合，從而產生協同效應。也許應該講我享受了你的「免費午餐」，但我偶然為你提供一味好菜，豐富了你的菜單，和免費幫你拉客，長遠計總算是雙贏。

■陳法拉與王浩信都愛玩微博，法拉更玩得眉開眼笑，十分投入。 資料圖片

■汪明荃要求政府交代上海動車事故文章引三萬人轉發。 資料圖片

■早前有關「鋒芝」婚變的不實報道，栢芝經理人Emily亦是透過微博轉發公司聲明譴責。 網上圖片

■霍汶希認為微博不會歪曲他們原意，所以「鋒芝」離婚聲明亦透過她的微博發出。 網上圖片

140字的力量

■郭晉安和歐倩怡微博上貼上他們和第二個孩子的合照。 網上圖片

■陳浩民在微博上傳結婚證書，宣佈自己已婚。 資料圖片

■電台節目主持人查小欣宣佈許志安與鄭秀文復合。 網上圖片

140字加一張圖片能做什麼？記下日程，發下牢騷，或是寫下心情？微博的出現告訴我們，短短的140字小文也可以成為具有多種功能的神奇工具。以微博上關注度最大的明星微博來說，它不僅是眾明星的記事本，同時是粉絲了解偶像生活的重要渠道，更成為各媒體獲取信息的主要來源之一。下面就以明星如何利用微博為例，看看140字能產生什麼效果。

發佈消息篇

無論是工作上的宣傳，還是生活上的喜怒哀樂，眾明星似乎越來越習慣把微博當成一個發佈消息的平台。「鋒芝」離婚如此嚴肅重大的事情，雙方的經理人由事件發生到結束，多次都是透過微博發聲明澄清及證實事件，所以微博成為藝人和演藝公司既省時又省金錢的發聲平台。查小欣在她的微博上發佈消息，宣佈許志安與鄭秀文復合的消息，鄭秀文隨後也在自己的微博上證實了消息的真實性。

陳浩民微博宣佈自己已經結婚，並上傳結婚證書，引起一場微博小地震。再看看藝人誕子事件簿，郭晉安和歐倩怡在微博上公佈第二個孩子出生的喜事；7月1日，姚瑩瑩宣佈剖腹誕下男兒；7月3日，唐志中得意宣告寶貝女兒來到人世的消息。至於其他的工作宣傳和遊玩心得等消息，更是紛繁，消息即時又準確，讓眾粉絲和媒體大呼過癮。

社會事件篇

各明星除利用微博來發佈消息外，也積極參與各種社會事件的討論中，利用自己龐大的粉絲群，履行社會責任。7月23日發生上海動車事故後，大部分使用微博的明星都對此事非常關注，如汪明荃、韓紅、大S、姚晨等發文痛斥或發問，另外如鄭中基、莫文蔚、呂良偉、楊冪等則選擇轉發或評論他人，他們用各自的方式給予傷者關懷，關心事件進展。其中，汪明荃的一篇要求政府盡快給出交代的文章引起了近三萬人轉發和五千人評論，影響力不可謂不大。

生活萬金油篇

對於某些人來說，微博已是日常必需品，因為它實在有太多跟生活息息相關的功能，簡直是新一代萬金油。舉例來說，有的人拿它來打情罵俏，增進夫妻情趣，代表人物有小S夫婦和任達華夫婦。

明星微博只是微博大軍裡的一個小連隊，都有如此多玩法，可見它可以給這個社會帶來多少翻天覆地的變化，所以在當今的網絡時代，140字的力量，絕對不容小看！■文：實習記者 陳麗藝

古巨基：我已經中了微博的毒 周慧敏不開微博保私人空間

截至今年6月底，中國微博用戶人數已達1.95億，而在這支浩浩蕩蕩的微博大軍中，有一支軍隊特別引人注意，那就是明星微博。過去幾年來，隨着微博影響力越來越大，眾明星認識到這個網絡新天地的重要性，大多都選擇緊跟潮流，齊用微博講心事。為此，本報特別訪問多位藝人，詢問他們對現今的微博潮有什麼看法。而從結果看來，眾藝人大致可分為兩組，一種是享受甚至狂熱喜愛微博如古巨基者，另一種則是不太熱衷甚至淡然視之如周慧敏者。

古巨基(圖右)：我已經中了微博的毒。「我覺得微博是一個偉大發明，人與人之間多了交流，彼此拉得更近。我自己已經中毒了，有時半夜上廁所都會按一按（手機）看一下，上微博已經不是習慣，而是變成反射動作了。」但他說這也是一個不好的地方，太沉迷了就會浪費時間。

英皇藝人部總監霍汶希：以前旗下藝人有事發生，許多傳媒來電查詢，問反應，我們要逐一解釋，重複多次，出來的意思與我們講的原意未必相同。現在最好，一次過上載了聲明，大家去微博睇，而且無得歪曲我們原意了，所以很好用。

陳敏之(圖右)：微博讓我和朋友之間的感情越來越好。「藝人之間好少見面，有時病了也可以在微博上問候，或者生BB都會相互恭喜。微博讓我們藝人朋友間幾乎沒有秘密了，彼此就越來越close，感情也變得更好。」

馬德鐘：微博就是一個溝通的平台。「在這裡，我可以同Fans交流，也可以跟朋友聊天，可以同時兼顧工作與私人生活的需要。」馬德鐘也會用微博為新戲宣傳，但他強調不會太過，否則會適得其反。

黃浩然：微博是我跟朋友聯繫的重要渠道。「我是一個很懶的人，很少同朋友打電話，寧願用打電話的兩分鐘來看看他或她的微博，喜歡的話就在上面留言，不喜歡的話就關機走人。」他還說微博對於一些宣傳來說都是十分重要的，自己會好好利用這個平台來作一些推廣。

鄭欣宜：在微博上要對自己的言論負責。「我已經習慣平時無聊的時候就拍張照片擺上網，也會在上面分享自己的新歌。微博的特點是快速和容易，但是大家都要對自己的言論負責任。」

周慧敏(圖右)：我想珍惜現在的空間。「我暫時都不會開微博，因為覺得不適合。我希望可以保護自己現有的空間，也覺得沒有什麼需要向人交代的事。另外我有自己的官網，也會經常上去留言或者和Fans交流。」不過她也表示微博其實是一個很好的平台，可以方便人與人之間的溝通。

關禮傑：我不會把微博當成宣傳工具。「我自己對微博不是很着迷，因為不習慣把自己私人的心情公之於眾，更不會把微博當成宣傳工具，所以一般都只會在微博上發佈一些遊玩時的感受。」他多數會轉載李燦森等好朋友的微博，覺得得意好玩的都會轉。

■採訪：實習記者 陳麗藝、陳湘靜