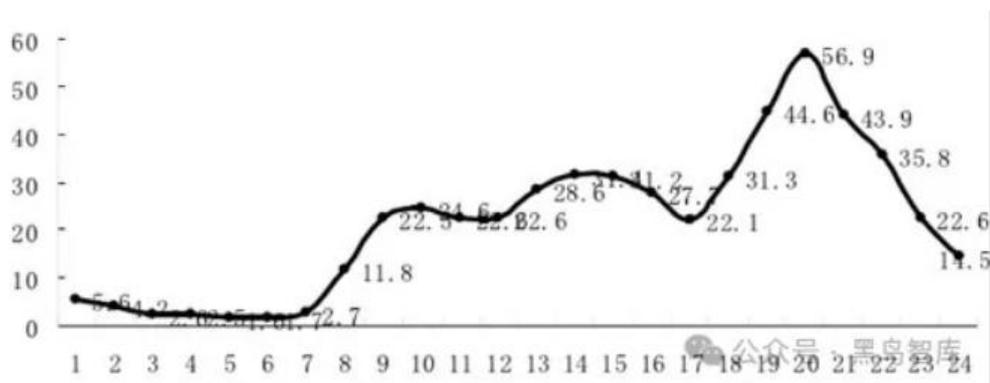


100 条定律|生物钟效应

生物钟，是生物生命活动的周期性节律。地球上所有动物都有一种生物钟的生理机制，是从白天到夜晚的一个 24 小时循环节律。人类与哺乳动物一样，有昼夜节律的睡眠、清醒和饮食行为都是生物钟在起作用。每个人从他诞生之日直至生命终结，体内存在着多种自然节律，有时、日、周、月、年等不同周期性节律，如体温在 24 小时内并不完全一样，早上 4 时最低，18 时最高，相差 1℃ 多。

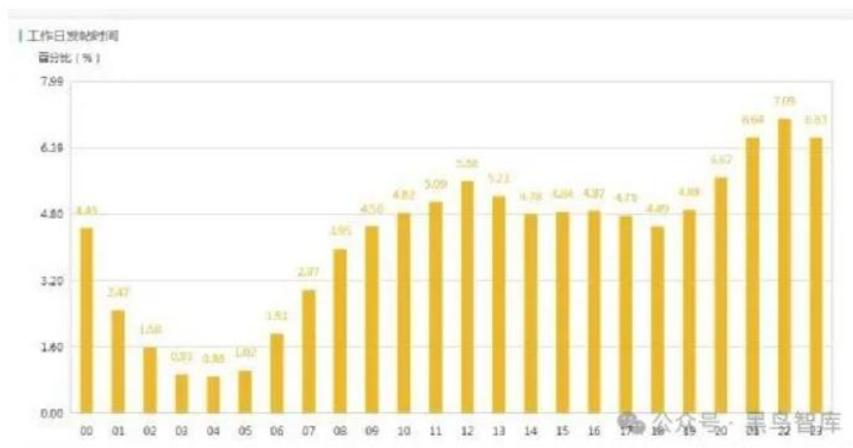
人类是按照生物钟来生活、学习和工作的。人也是网络舆论场的主体，使网络舆论带有生物钟节律。无论是发布信息、参与讨论，还是各类网上热点的出现，都呈现一定生物钟现象，这对舆论扩散有着极大影响。在不同时间，事件的舆论扩散规模、走向会有很大不同，因为在不同时间网民上网人数是不一样的。



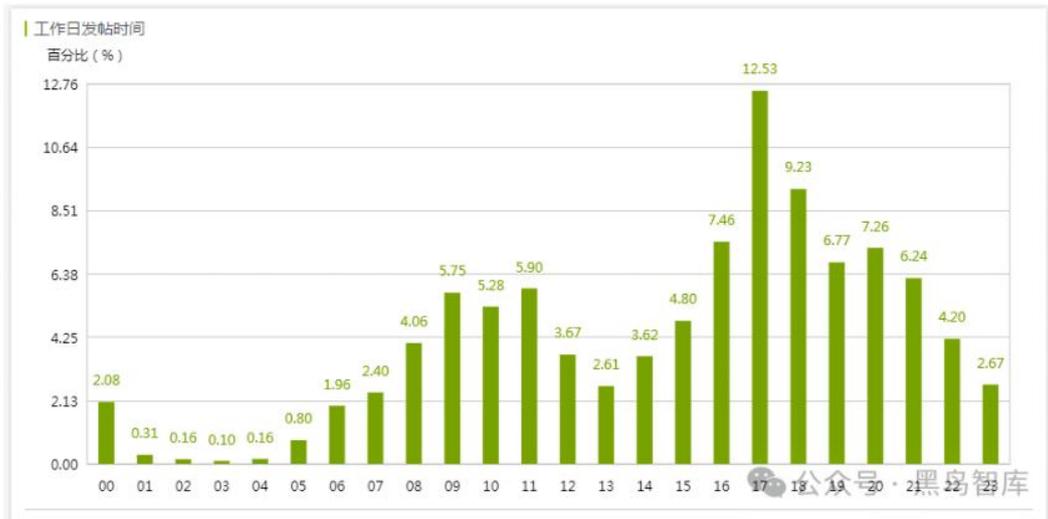
不同时间的网民基数走势图（百分数）

在网络舆论场，每天都有小生物钟，19-23 时是上网最高峰，也是休闲娱乐、交流信息、抒发情感的高峰，网民比较放松，看法比较随意。9-11 时和 14-16 时是两个小高峰，主力是中青年上班族，他们对生活、工作、社会有自己的看法，对热点事件有很多感触与评论，回复也更具理性更有影响。

微信公众平台的活跃时段也基本遵循朝九晚五规律。腾讯微博与腾讯新闻评论的活跃时段主要集中在 10 点新闻早高峰。微博移动用户在 10 点之后使用时间分布较为均衡，在 22 点出现使用峰值。微博用户日发布信息量近 3 亿，图片日发布量 1.6 亿，日浏览量 47 亿。



微博用户在工作日的发文时间主要集中于8-23时，平均占比6.51%，在22时达到最高峰，占比7.09%。



微信公众号在工作日发文时间主要集中于16-21时，平均占比8.08%。17时下班前后是最高峰，占比12.53%。

自媒体人多是业余时间创作，习惯熬夜写作，常在深夜发长篇评论。因此，22-24时也成为重大危机爆发的高峰点，如和颐酒店女生被袭事件、王宝强离婚舆论均是在深夜爆发的，这些深夜在社交媒体放出、发酵的爆炸新闻的病毒式扩散，有着“深夜传播学”因素，也预示着网站主导内容时代已然过去。一方面，深夜人脑理性思考能力不强，感性情绪作用下容易跟风走；另一方面，深夜正是媒体和各方来不及反应的时间段，释放的各种信息很容易扛起舆论导向的大旗。

每一年，网络舆论场还有大生物钟，季节性波动。周期性反复发生，并会在较大范围内引发舆论关注和议论。比如，每逢春节前后，春运、讨薪等热点就会出现，各种返乡笔记也会出现。每逢“五一”“十一”黄金周和长假日，旅游话题就会凸显，与旅游城市及景点相关的舆论热点事件就会频频发生，成为特定时间的类型化事件。如2015年“十一”

期间引爆舆论的青岛大虾事件，2017年春节“女子丽江遭暴打毁容”事件。每逢开学前后，各种与学生、学校、教育相关的热点事件会集中出现，如新入学大学生遭电信诈骗。“3·15”期间，商品质量问题的舆论热点事件就会多发。

此外，还有娱乐新闻的“周末曝”现象。周末呈现新闻真空的状态，与工作日相比，一般没有硬新闻，已经劳累工作一周的受众对于硬新闻需求也较少，而对娱乐新闻关注度较高。周末人们比较放松，出现余暇事件，许多人泡在网上，需要有东西填补生活。选择周末曝光一些消息，登上头条的概率高。对众多自媒体来说，在传统媒体比较懈怠的周末，对热点的发布和解读会获得更多点击量。一些明星深知周末自媒体疯狂寻求热点的心态，利用自媒体传播效应，迅速抢占人们在周末更愿意使用的微博、朋友圈等社交平台。