

## 100 条定律 | 网络舆情的社交分享定律

2011 年 7 月，Facebook 的 CEO 扎克伯格在一次新闻发布会上表示，目前 Facebook 用户每天公开分享 40 亿条信息，包括状态更新、图片等。扎克伯格解释说，根据 Facebook 统计数据，社交分享信息量以倍数增长，今天分享信息总量是两年前的两倍，从现在开始后的一年，用户所产生的信息分享总量将是今天的两倍。扎克伯格的社交分享定律可用一个公式表示： $Y = C \times 2^X$ 。其中，X 代表时间，Y 代表用户的信息分享量，C 是一个常数。

扎克伯格还举了一个直观例子——将一张纸折叠 50 次。扎克伯格说：“如果你拿出一张纸，并将它折叠 50 次，那么它会有多高？多数人可能会说不足一英尺...这个长度等于往返地球与月球 10 次...纸的厚度乘以 2 的 50 次方，数字虽小，但翻了很多倍。”也就是说，社交共享信息量如果以 1 年为间隔，社交共享信息量将以指数  $2^i$  的速度增长。他用这个例子类比社交分享的力量，一个被分享 50 次的信息，它所产生的能量是十分巨大的，有可能超过人们的想象。

这条定律之所以被提出，是源于 Facebook 的内部数据，仿照摩尔定律而提出。摩尔定律，由英特尔 (Intel) 创始人之一戈登·摩尔 (Gordon Moore) 于 1965 年提出来的，此后计算机的每次进步均遵循这个定律。摩尔定律表现为一条指数

曲线，即当价格不变时，集成电路上可容纳的元器件的数目，约每隔 18-24 个月便会增加一倍，性能也将提升一倍。换言之，每一美元所能买到的电脑性能，将每隔 18-24 个月翻一倍以上。这一定律揭示了信息技术进步的速度。扎克伯格的社交分享定律，也表现为一条快速增长的指数曲线，预计在可预见的未来，用户每年在线共享的信息量将增加一倍。

当然，也有人指出这可能在夸大其词，天使投资人克里斯·迪克森 (Chris Dixon) 就表示，如果按照扎克伯格所说，20 年后一条信息将被分享 1048576 次 (2 的 20 次方)。不过，移动互联网普及，人们可以随时随地转发、点赞和评论，进一步推动社交分享信息量的指数级增长，迪克森的质疑至少在今天还未能成真。比如，2014 年 9 月 21 日，新浪微博“TFBOYS-王俊凯”发布的“#我的十五岁”话题，关于自己生日的纪念微博，当天转发 3857 万，评论 170 万，点赞 49 万。

如今，社交媒体传播速度和广度之快，已超过人们的现象。拉登之死的新闻在 Twitter 上的传播速度有多快：从北京时间早晨 10: 24 美国前国防部长发 Tweet 说拉登已死，到 11: 35 拉登之死的消息登上 Twitter Topic (推特话题) 之首，只用了不到 1 小时。

截至 2018 年 1 月，Facebook 上粉丝最多的是克里斯蒂亚诺·罗纳尔多 (Cristiano Ronaldo)，他是葡萄牙足球运动

员，效力于西甲皇家马德里足球俱乐部，拥有 1.23 亿粉丝；美国电影演员、制片人范·迪塞尔（Vin Diesel），则拥有 1.01 亿粉丝。Twitter 上粉丝最多的是凯瑟琳·伊丽莎白·哈德森（Katheryn Elizabeth Hudson），她是美国歌手、词曲作者、演员，拥有 1.08 亿粉丝。

2017 年，Twitter 被转发最多的 Tweet 来自一位 16 岁名为 Carter Wilkerson 的男孩。4 月，他在 Twitter 上问美国连锁快餐店 Wendy's，需要多少次转发才能吃到一年的免费炸鸡，Wendy's 的回答是“1800 万”。于是，他开始发动 Twitter 好友给自己转发 Tweet。截止 12 月 6 日，这条推文被转发 364 万次，获得 99 万个赞红心。这也被吉尼斯认证为转发量最高的 Tweet。美国前总统奥巴马的一条推文，创造过 Twitter 创建以来点赞量最高的记录，达到 640 万。这些网络达人可谓是一呼百万应。



随着社交媒体功能和服务的不断丰富，零阻力共享成为现实，使社交分享定律还会继续下去，持续推动信息海量增长。比如，Facebook 早期最突出的服务就是音乐流媒体服务 Spotify，它可以自动分享你听过的每一首歌。这项服务推出的前两个月，就有超过 15 亿次“收听”通过 Spotify 和其他音乐应用共享。《华盛顿邮报》等新闻机构使用该服务功能，使用户在特定应用上阅读的每篇文章都能被共享。Facebook 还将线下活动拉到网上。为跑步者设计的应用，可以将晨跑时间、距离和路径自动发布到 Facebook。这些新的共享功能，足以支撑社交分享定律持续有效。

社交分享定律对许多初创科技企业来说，也是非常有意义的，其信息量增速能否向上走这条曼妙曲线（指数曲线），是判断其是否能够获得成功的一个主要参考。如果信息量增长，较大偏离社交分享定律，也就意味着其发展规模和前景堪忧。