# **“微博热搜榜”国内论文情况汇总**

## **论文发表情况**

### **论文发表量**

2015-2019年五年时间内，以“微博热搜榜”为主要研究对象的论文共发表15篇。发表年份主要集中在2017-2018年间，特别是2018年，共有9篇相关论文发表。

图表 1 2015-2019“微博热搜榜”论文发表数量

### **理论引用量**

这15篇论文中，使用最多的理论为“议程设置”理论，其次为“使用与满足”理论、“把关人”理论。而排名第四的铺垫理论，则是“议程设置”理论的延伸。由此可见，大部分研究者对于“微博热搜榜”的研究主要是从微博热搜的**议题设置、受众需求和微博监管**这三个方面进行的，发现的问题主要有**议题设置不合理，泛娱乐化严重；用户话语权不均衡，论战频发；监管缺失，虚假信息泛滥**。

15篇论文中，硕士毕业论文《大数据背景下微博热搜的新闻阅读服务功能》内容最为详实，研究方式使用最为得当，数据收集最为丰富。

图表 2 理论引用情况

### **存在的问题**

1. **没有充分的数据支撑。**15篇论文中，进行严格数据收集的仅仅只有3篇，采用了问卷调查、采访、文献统计和互联网数据统计等方法。大部分文章仅仅靠作者的主观观察得出结论，譬如出现“仔细观察微博热搜榜不难发现，前10条热搜新闻中至少有六七条内容都与明星八卦相关。”这样的论断。这样的结论不能说不对，但作为一篇论文，则缺乏足够的严谨性。15篇论文中，硕士毕业论文《大数据背景下微博热搜的新闻阅读服务功能》在数据收集方面做的最好，收集整理了从 2016 年 12 月 4 日——12 月 24 日每天 8：00、12：00、18：00、22：00 四个时间段的热搜话题，并进行分类分析。
2. **没有被核心期刊收录**。15篇论文发表在包括《新闻研究导刊》、《传播力研究》等杂志上，没有一篇被核心期刊收录[footnoteRef:1]。
3. **研究周期较短**。硕士毕业论文《大数据背景下微博热搜的新闻阅读服务功能》在数据收集方面做的最好，但也仅仅收集了20天四个时段的热搜话题。其他论文只以某个时段或者某个内容的热搜情况做举例说明，例如“12 月 29 号 # 关晓彤鹿晗 # 话题占据热搜榜20 个小时”、“5 月11日人民日报官微发布汶川十周年纪念视频并在微博热搜置顶，截止到20 时转发1 万次、评论3417 条、点赞2 万个”。

## **论文观点**

### **微博热搜榜存在的问题**

#### **泛娱乐化严重，议题设置不合理。微博具有后现代化的特质，使用门槛低，围绕明星设置焦点，公众议题段子化，长此以往将导致全民皆娱，部分人可能丧失自主思考能力。**

**杨宁《传播学视域下微博热搜榜的问题研究》：**回顾2016年度热搜榜完整版榜单，单从“乔任梁”、“南海仲裁”、“王宝强离婚”、“孙杨金牌”、“美国大选”五个热搜爆点来看，娱乐新闻已经占了半壁江山。过度娱乐化的议程设置着实令人担忧。果如尼尔波兹曼所说，微博热搜榜上的各大版块都成了娱乐的附庸，泛娱乐化的议程设置不禁让人深思。如此看来，微博要想继续获得大众的青睐，微博热搜榜议题设置不合理的问题应当引起重视。微博运营商应该将用户发布的内容信息及时进行协调与管理，整理和布置那些紧急或重大的事件和信息，对娱乐信息以及庸俗琐碎的话题加以控制。

**朱家瑜《从“使用与满足”理论探析微博热搜泛娱乐化现象》：**易导致全民皆娱，部分人可能丧失自主思考能力。易产生大量虚假消息，不利于社会的发展。

**朱家瑜《从“使用与满足”理论探析微博热搜泛娱乐化现象》：**“使用与满足”理论认为人们接触传媒的目的是满足自身特定的需求，这些需求是由一定的社会背景因素和个人心理因素共同作用形成的。分析当下微博的用户群体，可以看到其中绝大多数都属于“草根”阶层。其次，从媒介接触印象来说，微博作为开放性的社交媒体，因其具有较强的匿名性具备了后现代文化的特质，具体表现为与严肃、说教式的正统文化相对抗的非严肃、狂欢式的文化。此外，与明星资讯相关的信息内容在叙述结构和表达形式上与传统新闻有着本质的区别。原因在于严肃新闻皆由主流官方媒体发布，形式固化且充满抽象概念，要求受众具备丰富的生活阅历和较高的学识修养，而娱乐八卦类新闻多由自媒体、商业媒体所报道，它们是以追逐经济利益最大化和快速吸引流量为目标来运营，表述形式灵活多样，语言通俗易懂且充满人情味，通常能让大众较快产生心理反应，形成情感共鸣。再次，随着移动设备的不断更新换代，手机成为每个人身上必不可少的重要物品，微博更是每一台智能手机里必备的应用程序。正如微博首页界面所显示的“随时随地分享新鲜事”那样，用户可在任何时间、任何地点发布专属自己的内容，“使用与满足”理论中所涉及的媒介接触的可能性在科技迅猛发展的今天成为必然的事实。

**尤成，贾广惠《浅析微博热搜榜泛娱乐化偏失问题》**：根据对微博热搜榜中娱乐信息的分析，我们发现主要有以下几种类型：首先，围绕明星设置焦点。这点在热搜榜中表现得最为明显，明星的绯闻八卦、参加的电视节目，甚至是只言片语、穿着打扮都可以成为受众热搜的对象。其次，话题无信息价值。“单眼皮帅哥”“少打游戏多找对象”“女友臂”等大量具有调侃、消遣性质的话题经常会出现在微博热搜榜单上。最后，公共议题段子化。最具有代表性的就是雾霾段子的盛行，空气污染本身是严肃的公众议题，但微博中一些“诙谐幽默”的段子很快将受众的注意力引开，以至于雾霾段子很快登上微博热搜榜。

**尤成，贾广惠《浅析微博热搜榜泛娱乐化偏失问题》**：微博热搜榜泛娱乐化的成因包括商业利益的驱动；受众强烈的娱乐欲望；“网络大V”的不良导向；后现代主义思潮的影响。

**尤成，贾广惠《浅析微博热搜榜泛娱乐化偏失问题》**：微博热搜榜泛娱乐化的不良影响包括盲目的明星崇拜；加剧信息茧房效应[footnoteRef:2]；阻碍微博公共领域的构建。

**尤成，贾广惠《浅析微博热搜榜泛娱乐化偏失问题》**：纠正微博热搜榜的泛娱乐化偏差的对策包括提高意见领袖的社会责任感；加强政府监管；倡导媒介素养教育。

**刘芳秀《探析“议程设置”功能下的微博热搜》**：微博热搜的弊端包括泛娱乐化、更注重经济利益（买热搜）、存在失实现象。

**汪侠静《微博泛娱乐化倾向的影响及对策》：**表现：微博热搜主体明星化显著；以“娱乐” “情感” “星座”为热搜关键词，民生政治新闻被淡化；恶搞传播符号，凸显“形象感性化”；**微博事件评论的娱乐化。**危害：易产生大量流言、谣言，阻碍微博这一公共空间良性循环发展；易陷入全民狂欢的假象中，使用户丧失独立思考、理性批判的能力；易沦为青年亚文化侵蚀中国主流文化的主场地。应对：把关人层面：及时归位，提高媒介素养；技术层面：建立机制保障各类信息的平衡流动；政府层面：加强舆论监督，将低俗化信息防范在网络围墙之外。

#### **监管缺失，虚假信息泛滥。微博运营商要用严格的媒体职业操守来要求自己，对热门话题的内容要进行实时把关。**

**杨宁《传播学视域下微博热搜榜的问题研究》：**事实上，面对微博里纷繁复杂的信息，大部分用户没有主动选择的时间和精力，所以只能被动的选择通过浏览微博热搜榜里热议的话题这个方便又快捷的途径来获知新近发生的大事。从这个层面上看，运营商的把关缺失实际上是对广大受众的不负责。作为新兴传播媒介的把关人，微博运营商要用严格的媒体职业操守来要求自己，提高自身筛选信息的能力、辨别是非的能力和挑选有效信息的能力，对热门话题的内容要进行实时把关，筛选出真实有效、积极健康、符合社会主流价值观的信息。

**毛贺祺《大数据背景下微博热搜的新闻阅读服务功能》：**新浪微博热搜在新闻服务功能上具有上述的四大特点的同时也存在若干问题，比如在热搜榜单中娱乐新闻占比过高，娱乐化倾向明显，水军恶意刷取新闻话题的行为盛行，影响了正常用户的阅读体验；新闻评论的发布门槛较低，评论内容带有明显的倾向性，虽然新浪微博具有删除、举报等功能，但不良的舆论氛围较易形成；部分媒体官方微博发布新闻时，故意夸大新闻部分内容捏造新闻标题，吸引读者眼球；传统新闻媒体的官方微博制造新闻品牌的能力还偏弱等一系列内容，都在未来媒介融合过程中有待进一步改进和完善，新浪微博热搜带给传统媒体的新传播思路还需要进一步的学习和利用。

#### **用户话语权不均衡，论战频发。公众人物的信息得到更多的关注和更大范围的传播，议程设置的主动权掌握在少数精英阶层手中，同时论战频发，对别人施加网络暴力。**

**刘洋《传播学视角下微博热搜榜存在问题浅析》**：微博虽然赋予了用户一定的话语权，使其可以发布或搜集自己需要的信息，并形成互动，这在一定程度上满足了用户的需求，但观念和立场的限制，会导致论战的爆发，甚至由网络空间追溯到现实社会，通过“人肉搜索”等方式，对别人施加网络暴力，例如，在微博热搜榜中，对明星的报道层出不穷，对于某个明星的报道，往往会引发真爱粉和黑粉之间的论战，甚至叫骂，使热搜榜的评论区成为不文明语言的汇聚地，这样的口水战，其实就是娱乐圈中粉丝的保卫战，一经引爆，便无休无止，即使短暂平静，也会在特定的事件中重提，从而引发又一轮的混战，往往喧宾夺主，让人迷失于其中，不能自拔。

**刘洋《传播学视角下微博热搜榜存在问题浅析》**：同时，由于个人见识和表达技巧的不同，加之社会地位的影响，会出现自己发布的信息不受重视 ，而不得不听从他人意见的情况，例如，娱乐明星或者公共人物发布的信息，往往比普通用户发布的信息得到更多的关注和更大范围的传播，往往会达到“一句顶一万句”的效果，久而久之，其他弱势的普通用户的声音就会淹没在各类大咖的阴影中，最终造成用户话语权的不均衡。

**陈珏西《浅析新媒体条件下网络自主议程设置的凸显》：**营销号占据新浪微博热搜，也是网络自主议程设置凸显的表现之一。当前的传播形势是：议程设置的主动权掌握在少数精英阶层，草根很难影响议程设置，即使设置了议题，也难以引起关注。

**李晨曦《微博热搜榜整顿的原因及影响分析》**：一般情况下，我们的思想习惯于先入为主，一些恶意的言论与虚假的言论肆意传播，如果没有很好地进行判断，很容易爆发群体性舆论事件，对社会的不良影响不言而喻。回顾微博热搜榜单，传播的信息大多给社会带去的是负能量，让群众不断质疑政府，质疑国家。保持怀疑的态度是正确的，但是怀疑是“合理怀疑”，而不是“无限怀疑”。过度传播负能量，大家只相信自己愿意相信的东西，而忽略了事实的真相，没有基本的判断能力，这种媒体传播导向明显是错误的。

### **微博热搜榜存在的合理性**

#### **方便用户了解当下热点事件，自由发表个人意见，满足情感宣泄的需求。**

**杨宁《传播学视域下微博热搜榜的问题研究》：**不同于传播媒介的研究，针对微博热搜榜，我们可以总结出用户的三大需求，分别是：认知需求、自我表达需求和情感需求。首先，微博热搜榜将热点汇聚，极大地方便了用户及时对当下热点事件的认知与把握，满足受众的好奇心与求知欲。其次，微博的准入门槛低，原则上只要实名注册成为正式用户后就可以畅所欲言。如此平民化的特征给予公众看似平等的话语权，也在一定程度上满足了用户自我表达的需求。谈到情感需求，随着生活节奏的不断加快，现代人的生活压力越来越大，自带轻松和消遣属性的娱乐信息自然受到用户的追捧，这也是热搜榜上娱乐信息泛滥的原因之一。除此之外，对于微博热搜榜上那些令人嗤之以鼻的热门话题的讨论，微博用户可以利用留言评论功能，及时发表自己或愤慨或谴责的观点，这也满足了用户情感发泄的需求。

**张艺瀚《传播学视野下微博热搜榜存在合理性分析》：**微博热搜榜的内容涉及面广，有娱乐性消息、民生类信息、国内外重要新闻，微博用户使用微博感知天下事的基本认知需求得到了满足。用户的感情也可以通过微博热搜榜反映出来，微博用户的情感在微博释放空间得到释放，微博热搜榜将用户释放的情感集合展现给更多的微博用户，满足了微博用户情感认知的需要。另一方面，热搜榜依托微博这个公共平台，其主要功能是给予广大网民自由发表个人意见的空间。用户依据微博热搜榜的内容，结合自身的兴趣爱好自由发表言论，极大地满足了受众纾解压力的需求。

**杨宁《传播学视域下微博热搜榜的问题研究》：**微博热搜榜是集结各种微博热门话题的榜单，其中的微博热门话题直观地反映了在特定时间段内众多微博用户关注的焦点，一定程度上可以帮助用户在信息碎片化的微博媒介里快速地筛选出当下最新最热的话题。

**张艺瀚《传播学视野下微博热搜榜存在合理性分析》：**微博热搜榜的诞生是碎片化传播的结果。信息传播的方式发生了变革，但作为信息生产者议程设置的功能却未改变。微博热搜榜根据话题讨论量、转发量和评论量等数据信息，推出爆炸性话题、热门话题。话题以参与人数的多少排列顺序，从而使得排序越靠前的内容越能快速被网民关注并引发更大规模的传播。在传播过程中原本碎片化的信息经过微博热搜榜被集中成为一个整体，弥补了碎片化时代人们注意力短暂、记忆时间短等短板。

#### **电子传播时代社会阶层的差距在微博的世界里被缩小，受众之间的对话和交流相对平等。**

**张艺瀚《传播学视野下微博热搜榜存在合理性分析》：**1970年，蒂奇纳、多诺霍和奥里恩等人通过《大众传播流动和知识差距增长》一文提出了**知识沟假说。**对于不同的知识文化水平、收入水平、获取知识的能力不同的人获取信息的能力要求降低，很好地满足了处于相对低的信息获取地位的人对于获取更多信息的需求，缩小了传播的技能上的差距。其二，微博热搜榜的参与讨论的用户众多，信息相对集中。经济收入水平高或者经济收入水平相对较低的人，都能参与到自己感兴趣的微博热搜事件并且积极参与事件的话题讨论，原有的经济地位决定话语权的局面被打破。电子传播时代社会阶层的差距在微博的世界里被缩小，受众之间的对话和交流相对平等。

#### **合理地利用微博形成舆论热点，推进办案进程，成为司法的监督者。**

**李晨曦《微博热搜榜整顿的原因及影响分析》**：公众作为我国司法程序的监督者与参与者，合理地利用微博形成舆论热点，推进办案进程，也是一种新形式。当这件事情被放到网络中，被社交媒体迅速传播，在舆论的监督下，问题迅速被解决。

### **传统媒体对微博热搜榜的利用**

#### **传统媒体通过热搜榜及时了解读者的阅读偏好和读者对于某一新闻的看法，然后充分整合，为读者提供更加优越的新闻阅读体验。**

**毛贺祺《大数据背景下微博热搜的新闻阅读服务功能》：**新浪微博热搜对于读者阅读偏好的分析与其他新闻阅读 APP 以及搜索引擎的推送不同，并没有对于个人的搜索行为进行分析，从而判断读者的阅读习惯。传统媒体应该合理运用微博热搜平台的宏观性，对与当下热点有一个宏观了解，然后结合自身定位筛选出与媒体本身定位相关的新闻信息，从而对该类新闻信息进行深入的挖掘和报道。传统媒体可以根据自身定位打造一个属于自己的分类热搜榜单，**及时了解读者的阅读偏好**。

**毛贺祺《大数据背景下微博热搜的新闻阅读服务功能》：**新浪微博热搜榜其本身就是向读者推荐实时新闻的榜单，由于该榜单是在后台数据库对于搜索频次较高的关键词进行抓取，确保了其客观性。在前50名的榜单之下还有对即将成为热搜关键词的新闻内容进行预测和排序，新闻采编人员可以通过预测榜单上的关键词对于用户的实时兴趣动态进行了解，合理对于相关新闻内容进行深度挖掘，对于展现出的碎片化信息进行真实性、准确性的挖掘，**然后进行充分整合，为读者提供更加优越的新闻阅读体验**。

**毛贺祺《大数据背景下微博热搜的新闻阅读服务功能》：**传统媒体可以**合理通过微博评论的平台及时了解读者对于某一新闻发表出的观点**，及时掌握偏激、不正确的观点，了解舆情的发展动态，分析下一步新闻报道的方向，及时对于不正常的舆情进行纠正。充分利用微博平台与读者开展实时互动，拉近与读者之间的距离，树立传统媒体的微博形象，获取读者的关注。

**任盈盈《微博热搜对新闻生产的影响》**：微博热搜榜及热门话题榜中的内容大致可以分为两类，一种是在传统媒体上初次报道，之后在新浪微博等其他新媒体平台上持续发酵引起用户关注的新闻；另一种则是最初在新浪微博等新媒体平台上爆料，经由传统媒体记者发觉，在分析其新闻价值、核实真实性之后在传统媒体上报道的新闻，本文采访内容集中探讨的是第二种类型，探讨新浪微博热搜对传统新闻媒体的影响。在进一步的采访中，记者详细介绍在新闻信源中运用微博热搜的两种方法：一、把符合自己选择标准的新浪微博热搜话题当作自己新闻选题的来源，在此基础上结合本地实际情况，进行拓展延伸，形成一批落实本地的新闻报道；二、通过新浪微博热搜话题，可以了解不同阶层、不同年龄阶段的网友的看法，通过了解大家对于某一热门话题的讨论，有利于增强报道的平衡性和客观性。对于新浪热搜和其他新闻选择的渠道的异同点，记者指出，一方面，新浪微博热搜中话题更具草根性和个性化，情绪化表现得更为明显，这些特征具体体现为经常会有某个草根说的一句话就能上热搜。新浪微博热搜相比其他新闻信源选择渠道所体现的优势在于更能贴近民生，更利于表达民意，它通常反映的是关乎用户切身利益的话题。与此相对应的其他新闻信源选择渠道，例如传统媒体报道新闻是经过多层把关生产出来的新闻，它体现的不仅仅是作者的思想，也是新闻机构的价值理念。另一方面，新浪微博热搜相较于其他新闻信源选择渠道，真实性比较存疑，用起来没有那么放心。因为新浪微博热搜中的话题往往缺乏严格的核实求证，市场会出现舆论反转的情况。因此记者指出，一般对于新浪微博热搜中自己认为新闻价值高的话题，会等到传统媒体跟进以后再进行相关报道。

#### **传统媒体通过热搜榜分析舆情事件发展情况, 时刻把握舆情热度, 控制舆情话题蔓延。**

**毛贺祺《大数据背景下微博热搜的新闻阅读服务功能》：**分析舆情事件发展情况, 时刻把握舆情热度, 控制舆情话题蔓延。