# **微博热搜榜**

## **研究现状**

新浪微博是我国主要的社交平台，根据微博2019年第一季度财报，微博月活跃用户数已达到4.65亿[footnoteRef:1]。微博热搜榜，作为微博的主要版块之一，具有实时更新、简要明了、交互性强的特点，目前已成为网民了解热点话题的一个窗口。

近年来，学界对于微博热搜榜的研究呈上升趋势。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。

在这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。

具体来看，研究者主要从以下三个角度对微博热搜榜进行研究：

（一）探讨微博热搜榜存在的合理性。首先是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。其次是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。第三是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。

（二）探讨微博热搜榜存在的问题。首先是泛娱乐化严重，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。例如《传播学视域下微博热搜榜的问题研究》（杨宁）中作者指出，其次是监管缺失，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。第三是用户话语权不均衡，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。

（三）传统媒体对微博热搜榜的利用。首先是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。其次是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。

虽然以“微博热搜榜”为主要研究对象的论文数量较多，研究角度各异，但仍然存在一些问题，首先是样本量小，没有充分的数据支撑，大部分文章没有进行严格的数据收集，缺乏足够的严谨性和客观性；其次是研究周期较短，仅以某个时间点或者某小段时间的热搜榜作为研究对象，缺乏全面性。