



## 在推特网上大获成功的新闻并不出现于传统媒体

半数作为热门话题在推特网上出现的新闻并不在传统媒体上获得重要地位。即便出现，60%的新闻更早的在社交网络进行传播。这是马德里卡洛斯三世大学（卡三）研究人员参与的一项分析对比推特网和传统媒体渠道传播研究所得出的结论。

该研究由马德里卡洛斯三世大学（卡三）研究人员联合苏黎世瑞士联邦科技学院，IMDEA 网络学院和 NEC 实验室的同行共同进行，并在不久前发表于学术期刊 PLOS ONE。该研究着重分析了拥有新闻相似特征，即吸引大量读者关注的推特网热门话题。研究人员表示：“这些热门话题讨论的事件受到大量网民关注，从这个意义上来说，我们可以确认这些新闻由该国的推特网用户民意应运而生。”

为了从事这项调查，研究人员在 2013 年三个月内收集了 35 个国家，以及 2014 年同时段的 62 个国家（最大可能性的可以使用推特网的国家数量）的所有热门话题。通过总量超过三十万条来自不同国家和不同时段热门话题，研究不同国家和文化的传播情况。

“我们得出的结论是：社交网络新闻的地域传播对于传统媒体而言有一定倾向性，因为总是从富裕的国家流向贫穷的国家。”研究人员之一，卡三远程信息工程学院的鲁本·奎瓦斯（Rubén Cuevas）指出。除了社会经济条件以外，该研究还揭示了另一种重要的倾向：文化在同一语种的不同国家起到的作用。“总之，不同语种国家间，经济实力主导社交网络的传播；而在同一语种的不同国家间，起到根本作用的是文化的相似性。”

## 传统媒体和社交网络对新闻的传播

研究的第二部分应用了一项新的方法：通过谷歌新闻搜索跟踪传统媒体的热门新闻。在这种情况下，该分析在以下四个在推特网数量和活动都具有代表性的国家——加拿大，西班牙，美国和英国集中进行。研究人员通过不同国家主要媒体网站作为参考后得出结论：“大约半数推特网上的热门话题同时会在传统媒体出现，而另一半吸引大量推特用户关注的话题却并不出现。”就西班牙而言，55%的推特网热门话题也会随后在传统媒体上刊登发布。

另一方面，该研究通过推特网热门话题和国家主要报刊相应新闻的发布日期分析了谁发布信息更加迅速。“如果这些新闻在两种空间都得到传播，超过 60%的新闻在推特网上出现的更早，而在传统媒体第一时间出现的新闻不超过 10%，（其余新闻通常会在同一天出现）。”研究人员着重表示：这并不代表一条推特短信就可以涵盖整个新闻，而是这个话题吸引足够多的用户从而使其成为社交网络热门话题。

在四个参与国家中，西班牙面对传统媒体，推特网获取新闻的实力最弱。具体而言，60%的新闻率先在推特网成为热门话题，10%的新闻率先在报刊网络版刊登，剩下 30%的新闻在同一天内出现于推特网和传统媒体。而在其他三个研究国家中，至少 70%的新闻率先在推特网发布。

## 更多信息：

标题：通过社交媒体热门话题量化社会媒体的经济文化偏见

Quantifying the Economic and Cultural Biases of Social Media through Trending Topics

作者：胡安·米盖尔·卡拉斯科萨（Juan Miguel Carrascosa），鲁本·奎瓦斯（Rubén Cuevas），罗贝托·冈萨雷斯（Roberto González），阿尔图罗·阿斯科拉（Arturo Azcorra），大卫·加西亚（David García）

期刊：PLOS ONE.