

# 基于文献计量的我国微信研究述评\*

任 湘 王青山

(湖南农业大学图书馆, 湖南 长沙 410128)

**[摘 要]**通过CNKI中国学术文献网络出版总库的检索平台,以2011~2014年公开发表的微信研究论文为研究对象,通过文献计量分析法和内容分析法,梳理我国微信研究现状:研究热潮不断攀升、研究群体以高校为主、研究层次与学科专业百花齐放、刊登微信研究的核心期刊较少。期待经济学、社会学、教育学等领域对微信研究更深更广的拓展,也期待更多基金委对微信研究给予资助,以提高微信研究的质量。

**[关键词]**微信 文献计量分析 CNKI

**[分类号]**G252.8

微信(WeChat)是腾讯公司(Tencent)于2011年初推出的一款快速发送文字和照片、支持多人语音对讲的手机聊天软件,用户可以通过手机、平板、网页快速发送语音、视频、图片和文字。作为一种比MSN、QQ、飞信、阿里旺旺等更快速的即时通讯工具,微信具有零资费、跨平台沟通、显示实时输入状态等功能,与传统的短信沟通方式相比,更灵活、智能,且节省资费。微信提倡的是一种生活方式,推出不到两年的时间,用户便达3亿,两年半的时间微信国内用户便超过4亿,海外用户超过1亿<sup>[1]</sup>,截至2013年10月24日,微信用户已经达到6亿<sup>[2]</sup>,同时,31.4%的用户每天都使用微信,24.9%的用户每周使用微信两次以上<sup>[3]</sup>,这个一经被创造出来便随即成为热词虽只有短短几年的时间,且国内外学者对微信研究的文献报道与日俱增,但未见对于微信研究文献的综述或是计量分析,仅见国内微信的本体功能及其应用研究综述和微信研究的焦点综述<sup>[2-4]</sup>或微信研究的期刊计量分析<sup>[5]</sup>。此外,已有的少数研究多从定性角度进行分析,而缺乏对微信研究包括期刊、会议、学位论文等研究性文献在内的定量分析,同时,利用文献计量学方法对某学科论文进行定量分析,可以从特定角度来了解学科研究发展水平与动向<sup>[6]</sup>。笔者以CNKI中国学术文献网络出版总库所收录的期刊(含特色期刊、学术辑刊)、会议、学位论文为依据,旨在分析这些文献的微信研究现状,了解近几年国内微信研究文献的水平与发展动态。

## 1 数据来源

中国学术文献网络出版总库是目前世界上最大的国家连续动态更新的中国学术期刊全文数据库,是进行文献计量

学研究的首选数据库,确定检索词为“微信”或“WeChat”,采用“精确”检索方式,在“标题”中出现的结果为2517篇,检索时间为2014年10月1日,手工剔除重复文献或无关文献(广告、消息、启事、公告、通知等),实际标题命中微信研究的目标文献1042篇(见表1),对目标文献进行载文量、著者、主题等视角的分析,旨在了解近几年微信研究文献的水平与发展方向。

表1 来源数据库频次

序号	来源数据库	来源数据库频次
1	中国学术期刊网络出版总库	991
2	中国优秀硕士学位论文全文数据库	42
3	中国重要会议论文全文数据库	5
4	国际会议	4
5	中国博士学位论文全文数据库	0
6	国内会议	0

## 2 年载文量分析

如果说2010年是中国互联网的“微博年”或“中国微博元年”<sup>[7]</sup>,那么2011年可算是中国互联网的“微信年”<sup>[8]</sup>,2011年的一篇《微信要革谁的命》引发了微信研究的热潮<sup>[9]</sup>。从图1发现,国内微信研究型文献的数量一直处于上升趋势,2011年即微信被创造的当年相关研究文献只有10篇,此后相关文献数量呈井喷态势发展,2013年文献数量是上年度文献数量的15倍,2012年度发表文献是上年度文献数量的4倍。由于2014年度的文献还只是部分收录,但据检索截止日的数量来看,整个年度的文献数量应该会大大高于2013年。

\*本文系湖南农业大学教改项目(B2013222);湖南省教育厅一般项目(14C0556);湖南农业大学青年基金项目(12QN60)成果。

续表

9	湖南大学	8
10	上海交通大学	7
11	安徽大学	7
12	武汉大学	6
13	南京师范大学	6
14	河南大学	6
15	浙江传媒学院/北京邮电大学	5

4 作者影响力分析

如何考察作者的影响力,作者发表文献的数量是一个方面,更重要的一个方面则来自于成果被其他学者的引用情况或作者以往学术著作的各种链接分析<sup>[12-13]</sup>,因此评价微信研究作者的影响力,从作者发表文献数量最多和作者发表文献被引频次最多两个方面进行统计。

发文量统计基于第一作者和独著文献进行统计,针对检索到的目标文献中按发文量排序整理统计情况来看,中国传媒大学的郭泽德以发文5篇为最多,根据普赖斯理论<sup>[14]</sup>,计算核心作者的公式为 $m \cong 0.749 * N_{max}$ (式中 $N_{max}$ 为发文量多的作者论文数, $m$ 为核心作者最低发文量),即 $m \cong 0.749 * 5 = 1.67$ ,因此发文两篇及以上的作者都可界定为核心作者,统计得到的核心作者近40名,由此可见,微信研究已具有一批核心作者:南开大学的王东浩、中国传媒大学的徐琦等发文3篇,广西医科大学的黄浩波、广东理工职业学院的康思本、孔德明、吉林大学的马天娇、湖南大学的王鹏翔、北京大学的谢新洲等高校学者发文两篇。

评价作者影响力的另一个指标即作者著作被他人阅读、使用、引用情况,据笔者统计,微信研究文献被他人阅读、引用量排在前15名的见表3。

表3 微信研究文献被他人使用、引用频次

序号	微信研究文献	被引频次	下载频次
1	党昊祺(郑州大学).从传播学角度解构微信的信息传播模式[J].东南传播,2012(7):71-72.	64	8771
2	周蕾(重庆工商大学).微信广告传播力研究[J].东南传播,2012(1):21-23.	59	8561
3	黄浩波(广西医科大学),何卫华,叶青.微信及其在图书馆信息服务中的应用[J].图书馆学刊,2013(1):62-64.	50	2987
4	方志鑫(厦门大学),蔡莉白.从传播学角度看微信的兴起[J].科教导刊(中旬刊),2012(2):219-220.	45	7794
5	陈雅静(中国政法大学).微信,还能红多久?——以经济学SWOT理论分析微信[J].新闻知识,2012(6):83-84,68.	38	9161
6	白浩(陕西师范大学),郝晶晶.微信公众平台在高校教育领域中的应用研究[J].中国教育信息化,2013(4):78-81.	34	3544

论文学术发展趋势曲线

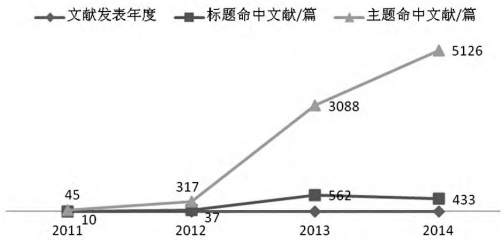


图1 微信研究论文2011~2014年学术发展趋势曲线

由于微信自成立便风靡至今,公众对微信的关注度不断增强,中国官方和民间对微信的重视程度也在不断加强。2014年5月,国家安全监管总局印发《政务微博微信发布运行管理办法》<sup>[10]</sup>,中国国家互联网信息中心(CNNIC)办公室2014年8月发布《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》<sup>[11]</sup>,由于微信最有代表性,该《规定》也被称为“微信十条”。此前,全国各地政府以及高校、企业、公司相继出台微信管理办法或微信管理制度,充分表明对微信的研究和关注必将进入且正在进入一个全新的阶段。

3 来源机构分析

以署名第一机构的统计数量来看,发文量较多的机构均为高校,其中中国传媒大学发文量位居榜首,其次是河北大学 and 中国人民大学(见表2)。结合发文量较多的高校所在地域、优势学科专业类别等特点来看,可以发现:①首都和沿海地区高校对微信的研究相较于其他地区高校更多;②信息经济与邮政经济、新闻与传媒、企业经济等相关学科专业实力较雄厚的高校对于微信的研究较其他高校更为广泛,如中国传媒大学、河北大学、暨南大学等高校的新媒体、新闻传播、新闻和金融专业在全国高校中名列前茅,上海交通大学的信息安全、中国人民大学的经济学、吉林大学的计算机软件都具有雄厚的实力;③微信研究文献实力较强的国内高校中既有中国传媒大学、华中师范大学等文史类专业突出的高校,也有吉林大学、湖南大学等以理工类专业为优势学科的高校,足以证明,不同学科背景与不同研究视角既促进了微信研究呈现多样化局面,也推动着微信研究水平不断提升。

表2 发文机构载文量频次

排名	发文机构	发文量
1	中国传媒大学	27
2	河北大学	12
3	中国人民大学	11
4	暨南大学	11
5	华中师范大学	10
6	复旦大学	10
7	郑州大学	9
8	吉林大学	9

续表			
7	张尔煦(四川大学).微信推广的病毒性营销分析[J].新闻传播,2012(6):208,210.	30	6083
8	曹进(西北师范大学),吕佐娜.大众文化视角下的“新新”媒介探析——以腾讯微信为研究对象[J].东南传播,2012(9):14-16.	28	4534
9	蔡茂州(兰州职业技术学院).刍议微信微博等新媒体及其发展趋势[J].黑龙江生态工程职业学院学报,2012(4):137-138.	25	4612
10	袁磊(东北师范大学),陈晓慧,张艳丽.微信支持下的混合式学习研究——以“摄影基本技术”课程为例[J].中国电化教育,2012(7):128-132.	23	2870
11	方兴东(浙江传媒学院),石现升,张笑容,张静.微信传播机制与治理问题研究[J].现代传播(中国传媒大学学报),2013(6):122-127.	23	5152
12	肖金华(广东药学院),黄丽红.基于微信的图书馆信息服务模式研究[J].现代情报,2013(6):55-57.	23	1418
13	蔡雯(中国人民大学),翁之颢.微信公众平台:新闻传播变革的又一个机遇——以“央视新闻”微信公众平台为例[J].新闻记者,2013(7):40-44.	23	4705
14	单晓彤(东北师范大学).微信传播模式探析[J].新闻世界,2013(2):53-54.	21	4670
15	王瑶(上海理工大学).微信与微传播[J].传媒观察,2013(2):39-41.	20	5947

5 研究内容分析

5.1 关键词频次分析

词频分析法是利用能够揭示或表达文献核心内容的关键词或主题词在某一研究领域文献中出现的频次高低来确定研究领域热点和发展动向的文献计量方法<sup>[15]</sup>,关键词数量多少反映主题的研究广度,而关键词的平均词频反映研究热点的集中与分散程度<sup>[16]</sup>。通过对关键词的分析,合并归类相关词后排序,高频词主要集中在微信、微信营销、微信热、微博、大学生、图书馆等,其中以微信为关键词的文献数量最多,高达773篇,遥遥领先于其他关键词(见表4)。

表4 关键词频次分析

关键词	微信	微信营销	图书馆	微信热	微博	大学生	新媒体	信息服务	思想政治教育	公众平台
出现频次	773	114	77	68	50	46	39	34	33	33

5.2 学科类别分析

通过对学科类别的统计分析,按载文量排序,发文量最多的学科类别是新闻与媒体(见表5),微信之所以能够吸引大量的新闻与媒体研究人员进行研究,符合微信短短几年迅猛的发展势头。另外,图书情报与数字图书馆、信息经济与邮政经济、计算机软件及计算机应用学科类别频次也比较靠前,这也预示着研究学者越来越多地开始关注将微信应用于情报学、经济学、信息服务、计算机软件及应用方面的研究。

表5 微信研究学科类别频次排名(前10)

排名	学科名称	学科类别频次
1	新闻与传媒	113
2	图书情报与数字图书馆	64
3	信息经济与邮政经济	43
4	计算机软件及应用	43
5	企业经济	42
6	贸易经济	26
7	经济体制改革	25
8	互联网技术	24
9	工业经济	23
10	教育理论与教育管理	15

5.3 研究层次

微信研究涉及行业指导、基础研究等16个研究层次,表6列出了排前10的微信研究层次,可以看出,基于社会科学角度的行业指导和基础研究层次的微信研究文献量最多,其次是大众文化和基于自然科学角度的工程技术层次的研究,而且这里的行业(职业)指导(社科)和基础研究(社科)层次主要涉及新闻与传媒、教育学、图书情报等人文学科,工程技术(自科)也主要包括了信息、邮政、金融、工业等在内的相关专业以及计算机、互联网等相关专业,这也足以说明微信作为社会科学和自然科学交叉研究的领域可从多个研究视角切入进行分析。

表6 微信研究层次分析

排名	研究层次	频次
1	行业指导(社科)	339
2	基础研究(社科)	239
3	大众文化	131
4	工程技术(自科)	72
5	职业指导(社科)	78
6	基础教育与中等职业教育	57
7	政策研究(社科)	49
8	高等教育	35
9	基础与应用基础研究(自科)	21
10	经济信息	17



## 6 文献来源分析

文献来源基于出版物来源和基金来源两个方面,对文献来源刊物进行载文量排序,列出排名前10的刊物(见图2)。从研究经费来源的统计数据来看,目标文献中只有117篇文章受益于经费的支持,仅占所有文献数量的11.23%,这也表明对于短时间内火热发展起来的新生事物,国内各种基金对于微信研究的重视程度较欠缺。

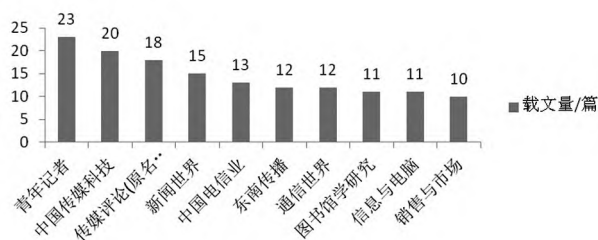


图2 载文量排名前10的文献出版来源

## 7 研究评析

综上所述,微信研究表现出以下几个特点:①对微信的研究热潮不断高涨。短短4年不到的时间,国内掀起一股微信“研究热”,且文献的质量和深度随着日渐庞大的用户体验群和微信自身不断的发展与完善得到提升。②微信研究群体以高校为主,研究核心团队逐渐形成。中国传媒大学、河北大学、中国人民大学、暨南大学、吉林大学等具有强势学科的高校科研团队正在形成,这些高校高产出和高水平的微信研究成果既有利于微信自身的逐步完善,也标志着一个时代新生事物的成长。③研究局面百花齐放。从上述统计数据来看,对微信的研究既有社科的也有自科的,既有行业指导、基础研究也有工程技术、应用研究,既有新媒体、新闻与金融、图书情报等专业也有计算机、互联网等视角,既有单一学科或专业的角度也有交叉学科或专业的切入。④研究领域期待更广、更深的拓展。尽管短短几年内,微信研究的文献逐年递增,但大部分的研究仍集中在对微信的功能与应用技术的推广、微信营销策略的研究,对微信切入大众生活各个角落的拓展不宽,对微信与社会公共关系、社会公共治理等研究欠缺。⑤研究质量还有待提升。近几年微信研究的质量并没有与微信研究数量的增长趋势相匹配,刊登微信研究的核心期刊较少,一方面需要研究人员不断加强和提高研究能力,争取在高级别高影响力的期刊上发表文章,另一方面建议影响力较大的核心期刊对微信研究给予较多关注,为微信与教育学、社会学、经济学等的发展创造良好的氛围与环境。⑥期待更多基金的资助。人民需要的和人民关注的才应该是国家和社会要大力重视的,目标文献中受基金支持度仅为11.23%,还需要有关部门加大重视与资助力度。

### 参考文献:

- [1] 360 百科.微信[EB/OL].[2014-09-02].<http://baike.so.com/doc/5329667.html>.
- [2] 刘宗义,徐杰.微信的传播、共享与意义建构:一个文献综述[J].重庆社会科学,2014(1):97-101.
- [3] 百度文库.中国互联网络信息中心:2014年中国社交类应用用户行为研究报告[EB/OL].[2014-09-02].[http://wenku.it168.com/d\\_001530683.shtml](http://wenku.it168.com/d_001530683.shtml).
- [4] 王勇,李怀苍.国内微信的本体功能及其应用研究综述[J].昆明理工大学学报:社会科学版,2014(2):100-108.
- [5] 黄冬,贾坤,殷生金.基于CNKI的中国微信研究现状评析[J].经营管理者,2014(11):282-283.
- [6] 马少美,汪徽志,孔琛.中国电子政务研究文献计量分析[J].情报科学,2009(8):1214-1218.
- [7] 王国华,杨腾飞,钟声扬.中国微博研究硕博学位论文文献计量分析[J].情报科学,2014(4):145-149,154.
- [8] 尹畅鸥.腾讯产业布局与桂林市IT产业发展[J].中共桂林市委党校学报,2012(4):41-44.
- [9] 慕名.微信们要革谁的命?[J].通信企业管理,2011(8):68-69.
- [10] 百度文库.国家安全监管总局政务微博微信发布运行管理办法[EB/OL].[2014-05-04].<http://wenku.baidu.com/link?url=SGNfCNyglwAMWTseS8x9om0hSljxsd5ZcsJ3VgQVLtL6j2ErgUYUwNbLRV-FtKp14JQ6N4CxFYsIZUB6WiS7dkkUsqIhaBST5KjrPSdd6e>.
- [11] 新华社.即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定[EB/OL].[2014-08-07].[http://news.xinhuanet.com/zg/jx/2014-08/08/c\\_133540919.htm](http://news.xinhuanet.com/zg/jx/2014-08/08/c_133540919.htm).
- [12] 刘俊婉,苏新宁.哲学研究现状:基于CSSCI的评析[J].情报科学,2006(1):52-59.
- [13] 沈小玲,严卫中.网络科技论文学术影响力评价指标的选择[J].图书情报工作,2013(3):69-77.
- [14] 罗式胜.文献计量学概论[M].广州:中山大学出版社,1994:309-310.
- [15] 肖荣荣,刘亚丽.数字图书馆高影响力论文特征分析[J].情报科学,2014(4):44-49.
- [16] 张克菊,韩毅.基于博士学位论文统计分析的国内参考咨询研究[J].图书馆学研究,2009(12):67-72.

任湘女,1979年生。硕士,馆员。研究方向:信息服务。

王青山 男,1970年生。2012级在读博士,馆员。研究方向:信息服务、食品科学。

(收稿日期:2014-12-09;责编:徐向东。)