

# 党报和都市报的官方微博差异：以马航事件为例

林功成 杨波

**摘要：**越来越多的纸质媒体开始积极使用微博以争取读者。媒体微博可以做什么？它可以为传统媒体做什么？文章选择了四家有代表性的党报和都市报官方微博作为研究对象，以其在马航事件中的微博使用为研究样本，通过内容分析的方法分析党报和都市报在微博报道上的差异性。结果显示，党报媒体在马航事件中已经成为社交平台上的意见领袖，明显突破了其传统母媒体的业务范围，而都市报微博则表现一般。

**关键词：**马航事件；都市报；党报；媒体微博

**作者简介：**林功成，男，讲师，哲学博士。（中山大学传播与设计学院，广东广州，510006）

杨波，女，新闻学硕士。（中国人民大学新闻学院，北京，100872）

**中图分类号：**G206.2

**文献标志码：**A

**文章编号：**1008-6552 (2014) 05-0050-07

## 一、研究缘起

2014年3月马来西亚航空公司一架从吉隆坡至北京的航班“MH370”与航空管制中心失去联系。由于该事件中所涉及大部分乘客都是中国人，且事件本身的复杂性和信息披露的不透明，使得马航事件迅速成为国内媒体的关注焦点。在事件的几个关键节点：马航宣布MH370航班失联、在飞机失联区域发现可疑油污带及疑似残骸、马方确认飞机失事坠海、中方收到疑似黑匣子信号等，马航事件均成为网民热议的对象。在这一事件中，传统媒体的表现饱受责难，如缺乏专业规范，导致对家属的“第二次伤害”；调查采访能力匮乏，外国媒体垄断了关键信息的发布。<sup>[1]</sup>然而，相对于传统媒体的尴尬情况，部分媒体的官方微博在事件中发挥了较大影响。人民网舆情监测室根据网络数据分析指出媒体官微在事件发生初期就积极介入，以高密度发布信息，部分时间内发布频率达10分钟更新一条，成为马航事件的第一消息源；同时，媒体官微还主动对虚假不实的信息进行辟谣，并积极反思传统媒体报道，如事发后3小时，人民日报微博即发出倡议：“请给家属们一个安静空间”。<sup>[2]</sup>传统媒体和传统媒体的官微呈现出矛盾的张力。在这一公共事件中，媒体微博的表现如何？不同类型的媒体微博是否有所不同？其和母媒体自身风格之间有何差异？为了回答这些问题，本研究从马航事件出发，以连续抽样的方式，选取四家媒体的马航事件微博报道为样本，以探讨不同媒体微博在相同事件上的报道差异。

## 二、文献回顾

传统媒体和新兴媒体融合发展是当前传媒领域正在发生的一场重大而深刻的变革。2014年4月，中宣部部长刘奇葆在推动媒体融合发展座谈会上强调，要加快建设形态多样、手段先进、具有强大传播力和竞争力的新型主流媒体。其中媒体的法人微博被明确提出，官方媒体的微博被寄予希望，用以发出政府的声音，维系国家意识形态安全和政权安全，并能够使得融合后的媒体在互联网的舆论场中重新成为主流媒体。<sup>[3]</sup>在政府逻辑的推动下，官方媒体常常举全社之力经营微博，如@人民日报、@央视新闻等都自2012年开始在微博上攻城占地，取得了较大的影响。

除此之外，商业媒体也基于自身影响力扩大的需要，积极使用微博。其触网时间要早于官方媒体，有研究者对30家都市报微博进行统计，其开通时间大多在2009年下半年和2010年上半年。<sup>[4]</sup>在市场逻辑推动下，

微博主要被用于弥补报纸时效性弱的缺点。《华西都市报》总编辑李鹏就提出通过微博在第一时间领先于其他媒体发出消息，并为第二天报纸的深度报道进行引导，以扩大都市报的影响力。<sup>[5]</sup> 不过，都市报早期过分强调微博将网民引流到报纸上的功能，且投入不大，这使得都市报微博以告知为主，微博内容大多直接引用母媒体，不重视粉丝的反馈与互动。因此，各大都市报粉丝数量远逊于同时期的网络大 V。<sup>[6]</sup> 近年来，都市报才开始搭建专业运营团队管理微博，如南方都市报官方微博原来由发行部门运作，后来才授权奥一网内容中心组建团队专职维护，开始重视与粉丝的互动，并尝试将微博作为新的营销手段和平台。<sup>[7]</sup>

基于政府逻辑和市场逻辑的不同，党报和都市报微博在运营方式和表现特征上常有不同。一些研究对比了不同媒体微博内容及运营模式的异同：刘鹏飞认为媒体微博的分布、风格及其水平都参差不齐，而这是由于母媒体自身风格不同以及对微博的投入程度有差异。<sup>[8]</sup> 涂光晋和陈敏比较了党报和都市报微博，她们认为党报的政治地位、人力优势和资源对微博有正面影响，但一些党报微博以评论见长的运营模式较难复制，它不仅需要媒体内部有足够多的评论员队伍，也需要媒体微博掌握观点发布的时机和表达策略以规避风险。<sup>[9]</sup> 沈阳和罗婷比较了媒体微博和母媒体的风格差异，他们认为媒体微博更加本土化、多以新闻事实和评论为主打，时效性和实用性更强。<sup>[10]</sup> 吴媚比较了南方都市报和人民日报微博，她认为党报微博多以政治为议题，都市报微博则以民生和政治新闻为主，议题相对分散且软新闻比例高。<sup>[11]</sup> 然而，现有与微博表现有关的文献较多停留在思辨性反思的层面，对媒体微博的研究缺乏实证数据支持，可操作性有待加强，且较缺乏对具体案例的剖析和应用。微博的出现给传统媒体的新闻报道提供了新的内容形式和平台，但如何发挥原有的媒体优势并实现内容在社交媒体上的传播，这还是一个处于探索阶段的问题。微博是否会成为传统媒体业务拓展和舆论主导的新突破口？媒体微博在公共事件中的表现如何？不同类型的媒体微博是否有所不同？党报与都市报在传统媒体报道中具有明显差异，而这种差异是否会延续至其官方微博的报道中？党报微博是否能够承担起政府的希望，重新建立话语权？这些构成了本文的主要研究问题。

### 三、研究方法

#### （一）媒体选择

依据粉丝数和微博活跃度，我们选取了@人民日报、@南方日报、@新京报和@南方都市报作为样本。根据人民网舆情监测室对 2013 年底媒体机构的影响力排名，@人民日报、@南方日报等获得“十大党报微博”的称号；@南方都市报、@新京报等也居“十大市场化报纸微博”的前列。<sup>[12]</sup> 具体样本特点如下表所述。

表 1 样本微博概况（数据抓取时间为 2014 年 4 月 25 日早 11 时）

	开通时间	粉丝数量	发博数量	报纸特征
@人民日报	2012 年 7 月	19287210	27749	中共中央机关报
@南方日报	2010 年 1 月	2679239	47166	广东省委机关报
@新京报	2009 年 9 月	5489677	34099	由南方报业和光明日报集团联合创办，较注重新闻的专业性
@南方都市报	2009 年 9 月	5991677	35317	南方报业旗下子报，在全国都市报中名列前茅

#### （二）样本时间和抽样方法

本研究选择 2014 年 3 月 8 日至 4 月 8 日作为样本时间段。3 月 8 日马航事件发生，3 月 24 日马来西亚宣布飞机坠入南印度洋。其后相关报道量开始减少，不过该事件并未完结，中国和澳大利亚等国仍在海上

继续飞机残骸搜寻工作。因此,为了确保研究的完整性,我们将样本时间延长至4月8日,以构成一个完整的月份。本研究采以“马航”为关键词,抽取目标媒体在样本时间内发布的所有微博报道作为样本。最后,研究共得到样本微博935条。其中,@人民日报456条,@南方日报113条,@新京报243条,@南方都市报123条。合并后计算,党报微博共569条,都市报微博共366条。

### (三) 编码内容

依研究目的和需要,除记录微博的转发量、评论量、发表时间外,我们还对微博的文本特征进行了分析,包括:

(1) 微博主题:本文采用自下而上的归纳方式,将全部文本分为9个主题,包括1)失联航班信息通报(如航班信息、发布会、乘客信息公布等);2)失联航班搜救及救援相关信息;3)事件原因调查;4)事故处置及善后;5)乘客家属相关报道;6)事件深度追问;7)政府相关工作(如习近平、李克强重要指示,外交部涉外工作等);8)呼吁及倡议(如媒体微博发出的杜绝谣言、支持家属等呼吁);9)其他主题(如同类型事件回顾、科普报道等)。

(2) 微博来源:我们统计了具有明确转载来源的信息,包括1)母媒体;2)其他媒体;3)非媒体类的其他信源;部分信息如祈福、评论、倡议等一般为微博自编,因此我们将这些明显且易识别的微博编码为4)自编;其余则编码为5)未标明来源。不过,我们不排除这些未标明来源微博中同样存在自编的可能。

(3) 微博的语言风格:1)严肃型;2)活泼型。严肃型较注重语言的朴实、平直和准确,语言运用的规范性强;而活泼型多采用口语和网络用语,更注重语言的个性化。区别二者的重要指标包括微博中是否使用网络表情、微博表情、语气词、大量情感型符号等。

(4) 不实消息或谣言的采纳以及辟谣微博的比例:我们统计了不实信息的比例,如越南军方发现失联客机信号、失联客机已坠毁、波音公司已找到失联客机等已被证实的谣言。同时我们也对官微的辟谣信息进行分析。

## 四、研究结果

### (一) 微博频次分析

我们首先分析了四家媒体在抽样时间内每日发布的相关微博数量,以及报道被转发的平均次数和平均评论数。一般来说,报道频数可以体现媒体对所报道事件的重视程度,同时也决定了媒体向受众传达的信息量的大小。而转发次数和评论数量可以体现媒体微博的受关注程度,在一定意义上可以成为衡量媒体影响力的重要因素。

由上图可以看出,党报和都市报在抽样时间内每日发博的绝对数量存在一定差异。

除个别时间点都市报微博数量超过党报外,在整个抽样时间段内,党报每日发博的数量均超过都市报。在三个关键的事件节点,两者发博数量差异显著:图中A处(3月10日)是马航事件原因调查出现较大进展:可疑登机者身份被确认、中方搜救警船发现可能与失联航班有关的较大油污带;而图中B处(3月25日)则是马航事件发生重大转变的节点,当日马方宣布了飞机失事坠海、无人生还的消息,而在这之后,事件重点转向对失事飞机的搜寻;C处(4月5日)则是搜寻工作的进展情况:中方收到疑似黑匣子信号。整体而言,党报和都市报对于事件的报道数量都呈现随时间下降的趋势,但都市报在3月25

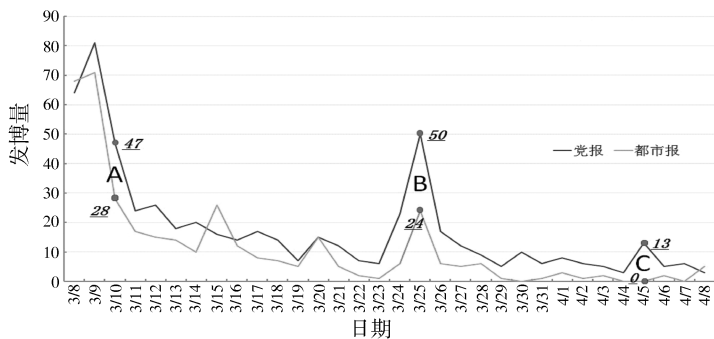


图1 官微发博量变化趋势图

日出现报道峰值之后的下降趋势更加明显。可见，在报道马航事件这类涉及范围较广、影响较大、持续时间长的事件时，党报的实力强于都市报，连续报道的能力也更强。我们进一步分析了不同微博在转发量和评论量上的差异，如下表所示：

表 2  微博概况统计（条）

	总发博量	日均发博数	平均转发量	平均评论量
@ 人民日报	456	14. 25	92428. 97	10483
@ 南方日报	113	3. 53	576. 38	259. 06
@ 新京报	243	7. 59	1327. 85	581. 09
@ 南方都市报	123	3. 84	2391. 97	1107. 69

@ 人民日报发博数量明显高于其他几家媒体，在党报中亦占有绝对优势。而@ 南方日报虽为党报，发博量在这四家媒体中却最低。另外，都市报总体发布微博的数量都不高，但两家都市报仍有较明显的差距，@ 新京报发博数量比@ 南方都市报高。而从转发量和评论量的统计来看，@ 人民日报所发微博在样本时间内的平均转发量和平均评论量均遥遥领先于其他三家媒体。与以往民众对党报的固有印象不同，@ 人民日报虽为党报，但在马航事件相关微博报道中，@ 人民日报得到了更多的受众反馈，传播效果更强。

（二）微博文本特征

从微博主题来看，党报和都市报存在一定差异。党报作为宣传及舆论风向标，以搜救信息通报、政府工作宣传、呼吁与倡议为主题的微博比例高于都市报，而都市报在乘客家属相关报道、事故处置及善后报道及事故原因调查报道上表现较为突出。通过对微博主题随时间变化的分析，事件初期，信息通报、搜救进度、事故处置等快速更新的报道主题成为微博的主要内容；而到了事件发展的后期，微博越来越多地显现出传统媒体的特点，求深求真的深度追问、原因调查占据更多的比例。

表 3  微博主题分布（条/列百分比）

党  报	都市报	合  计	
失联航班信息通报	219（38. 49%）	140（38. 25%）	359（76. 74%）
失联航班搜救及救援信息	178（31. 28%）	83（22. 68%）	261（53. 96%）
事件原因调查	40（7. 03%）	46（12. 57%）	86（19. 60%）
事故处置及善后	14（2. 46%）	21（5. 74%）	35（8. 20%）
乘客家属相关报道	23（4. 04%）	25（6. 83%）	48（10. 87%）
事件深度追问	15（2. 64%）	9（2. 46%）	24（5. 10%）
政府相关工作	38（6. 68%）	13（3. 55%）	51（10. 23%）
呼吁及倡议	21（3. 69%）	4（1. 09%）	25（4. 78%）
其他主题	21（3. 69%）	25（6. 83%）	46（10. 52）
合  计	569（100%）	366（100%）	935（100%）

从消息来源来看，各家媒体微博在马航事件中的消息来源差异并不大，微博内容主要引自其他媒体。在自编内容方面，党报的自编消息比例明显多于都市报，这些自编消息以呼吁、倡议为主。无论是党报还是都市报，未标明出处的微博比例均较高。虽然由于报道字数的限制，微博报道“字字如金”，但官微作为报纸的延伸，应明确消息来源以提高可信度。



表4 消息来源统计表（条/行百分比）

自 编	母媒体	其他媒体	除媒体外的 其他信源	未标明来源	合 计	
@人民日报	22（4.82%）	91（19.96%）	133（29.17%）	98（21.49%）	112（24.56%）	456（100%）
@南方日报	8（7.08%）	4（3.54%）	60（53.10%）	15（13.27%）	26（23.01%）	113（100%）
@新京报	6（2.47%）	67（27.57%）	84（34.57%）	32（13.17%）	54（22.22%）	243（100%）
@南方都市报	1（0.81%）	31（25.20%）	67（54.47%）	3（2.44%）	21（17.07%）	123（100%）
合 计	37（3.96%）	193（20.64%）	344（36.79%）	148（15.83%）	213（22.78%）	935（100%）

我们进一步对“其他媒体”中的消息来源进行了细化统计。在总数为935条的微博样本中，有344条微博的消息来自于其他媒体。我们将这些媒体消息源分为国内、国外两个类别，其中国内细化为政府媒体和市场媒体；国外细化为事件发生地媒体（如马来邮报、越南快讯网等）和第三方媒体（如CNN）。数据可见，由于事件涉及的国家较多且事件性质重大，党报和都市报信息来源比较统一，多数来自于国内媒体，其中尤其以政府媒体为主。同时，由于各家媒体的信息来源都比较单一，导致微博中相互转发消息成为常态，都市报在重大事件中多转发权威消息源的消息，比如作为本次研究对象的媒体微博均转发了来自@人民日报的消息，且数量不少。

表5 转自其他媒体的分布情况（条/行百分比）

	国内媒体		国外媒体		
	政府媒体	市场媒体	发生地媒体	第三方媒体	
@人民日报	106（79.70%）	9（6.77%）	2（1.50%）	16（12.03%）	133（100%）
@南方日报	28（46.67%）	25（41.67%）	1（1.67%）	6（10.00%）	60（100%）
@新京报	61（72.62%）	16（19.05%）	2（2.38%）	5（5.95%）	84（100%）
@南方都市报	37（55.22%）	19（28.36%）	0（0.00%）	11（16.42%）	67（100%）
合 计	232（67.44%）	69（20.06%）	5（1.45%）	38（11.05%）	344（100%）

从语言风格来看，报纸的定位策划决定着给受众提供什么风格的报道。党报面对的读者群是党政机关干部，其报道强调权威性、指导性，所以报道风格严肃，用语正规，一般较少流行语；而都市报面对的是普通市民，报道尽可能增加可读性、故事性和趣味性，因此语言通俗活泼，多流行语。本研究据此将微博报道的语言风格分成严肃型和活泼型。

表6 语言风格分布（条/行百分比）

严肃型	情感型	合 计	
@人民日报	370（81.14%）	86（18.86%）	456（100%）
@南方日报	85（75.22%）	28（24.78%）	113（100%）
@新京报	202（83.13%）	41（16.87%）	243（100%）
@南方都市报	110（89.43%）	13（10.57%）	123（100%）
合 计	767（82.03%）	168（17.97%）	935（100%）

基于马航事件的严肃性和对事实报道的客观要求，四家报纸微博的语言风格都以严肃型的书面用语为主，但比例在不同媒体中还是有一定差别。在读者的既有印象里，党报严肃型报道的比例更高，而都市报活泼型的报道更多。但通过上表数据可以看到，都市报微博反而更多使用严肃型报道，而党报微博却较多使用活泼型，这与受众的固有印象相反。党报官微在情感表达上选择了贴近受众，表达对家属的同情、对失联航班乘客的哀悼和对马航事件真相的追问，开始寻求有别于严肃纸质报道的新风格，微博表情、语气词的使用使党报更加贴近群众。这种多样化的呈现形式成为丰富报道内容、提高可读性的重要手段。

（三）不实消息及辟谣微博

总体而言，四个官微的不实信息比例都非常低。我们统计了这些不实信息的内容，包括：越南搜救人员发现失联客机信号、飞机在马越重叠海域坠毁、失联飞机曾尝试空中折返、失联客机被人为操纵飞至印度安达曼岛、飞机在南宁降落、飞机失联后数次改航线、马尔代夫居民曾见一架低空飞过的巨大班机、调查人员确定客机遭劫持、911 主谋与马极端分子策划劫机、5 人办妥手续后未登机等。不过，这些不实信息大多是由于当时前方搜救现场多次出现消息矛盾的情况，最为明显的是作为搜救方之一的越南国内媒体与马来西亚官方之间的消息矛盾。同时，四个官方微博在转发此类新闻时都较为谨慎，发布时多以“可能性”来表述。且官微在较快时间内都会对上述不实信息进行补充澄清。因此，整体而言，媒体微博在此次事件中核实事实的功能更加明显。不过，如比较党报和都市报媒体微博在不实信息传播方面的差异，都市报发布的不实消息比例仍然要更高一些。

表 7 官微中不实消息及辟谣微博统计表（条/占总体的比例）

	不实消息	辟谣微博
@ 人民日报	3（0.66%）	13（2.85%）
@ 南方日报	2（1.77%）	5（4.42%）
@ 新京报	8（3.29%）	6（2.47%）
@ 南方都市报	5（4.07%）	5（4.07%）
合 计	18（1.93%）	29（3.10%）

在辟谣类微博中，@ 人民日报表现抢眼，条数最多。这些辟谣信息不只局限于本微博曾发布的不实信息，还主动对网上存在的多种谣言进行了批驳。如@ 人民日报整合汇总信息后，发布了“马航失联飞机十大不实传闻”，对不实信息逐一进行澄清。这些辟谣信息包括：CNN 未发布失联客机坠毁消息、没有能够确认航班失事的证据、马航 5 名乘客未登机被证不实、“台当局收到飞北京航班恐袭警报”消息不实、不存在中国公民护照被盗用情况、越南停止搜救消息不实、白宫否认失联航班降落美军事基地、中国飞机误降澳门国际机场消息不实、“中国派出军事力量独立研究马航客机失联原因”消息不实、南宁机场未接到任何航班备降信息、马六甲海域疑似发现穿救生衣的尸体消息不实等。

五、结 语

通过上文的数据研究与比较分析，本研究将结论总结如下：

（1）在马航事件中，党报与都市报在发博数量和受众参与数量上表现出明显差异。都市报微博在马航事件中的连续报道能力弱于党报，后期报道量明显减少，且用户参与度不够。这一定程度上说明在报道马航这类涉及范围较广、影响较大、持续时间长的事件时，党报微博的实力强于都市报微博。

（2）在主题分布上，党报作为宣传及舆论风向标，在搜救信息通报、政府工作宣传、呼吁与倡议等主题的微博比例高于都市报，而都市报在乘客家属相关报道、事故处置及善后报道及事故原因调查报道上表

现较为突出;从信息来源来看,党报和都市报信息来源的区别不大,大多数来自于国内的政府媒体。同时,由于各家媒体的信息来源都较少,导致微博中相互转发消息成为常态,都市报在重大事件中多转发权威消息源的消息,比如作为本次研究对象的媒体微博均转发了来自人民日报的消息,且数量不少,这显示了党报微博对都市报微博的媒介间议程设置功能。

(3) 四家报纸微博的语言风格仍以严肃型用语为主,但不同媒体的表现有一定差别。都市报媒体更多使用严肃型报道,而党报媒体却较多使用活泼的语言,这与受众的固有印象相反。党报官微在情感表达上选择了贴近受众,表达对家属的同情、对失联航班乘客的哀悼和对马航事件真相的追问,开始寻求有别于严肃纸质报道的新风格。

(4) 相对于普通人的微博,媒体微博因其机构身份而更加严谨,不实信息的比例都非常低,而且这些不实信息大多是由于前方搜救现场多次出现消息矛盾的情况所造成。因此,整体而言,媒体微博在剔除不实信息和谣言方面较有成效,为网民提供了相对真实、专业和科学的判断。不过,都市报发布的不实消息比例仍然要高于党报微博,这可能是由于都市报更加追求快速发布,在信息审核方面不如党报。

马航事件作为窗口,折射出不同媒体在互联网语境下的发展。以党报身份在微博这种具有浓厚社交色彩、个人色彩的社会化平台上与其他意见表达者相竞争,党报媒体采用了与其母媒体完全迥异的风格而获得网民的好评。从马航个案出发,党报媒体在此次事件中已然成为社交平台上的意见领袖,明显突破了其传统母媒体的业务范围。它们不仅是最新消息的提供者、评论员,也是事件信息演变的推动者。其中,人民日报官微在此次事件报道中表现抢眼,打破了受众以往对党报刻板、固化的既有印象,不仅活跃程度高,微博报道数量多、更新快、权威性高,其呈现方式和语言风格也有突破,一定程度发挥了舆论引导的作用。而都市报媒体微博在商业逻辑推动下在公共事件中的表现一般。虽然其母媒体以亲民形象、平民风格和报道的专业性而著称,但这一优势并没有有效地迁移到微博平台上来。这可能是由于都市报多为地方媒体,难以把握国际性事件。但除此之外,都市报媒体在经营微博时似乎更加着力于本地新闻热点、服务信息、品牌宣传、市场拓展等目标,在公共事件中所发挥的影响有限。且都市报的微博多以集群出现,例如,除南方都市报官微外,南都还有各部门业务微博组成的准官方微博,如南都评论、南都视觉、南都全娱乐等,这分散了报社在互联网上的影响力。

## 参考文献:

- [1] 周海燕. 突发灾难性事件报道策略研究:以国际主流媒体“马航客机失联”事件相关报道为例[J]. 新闻记者, 2014(4): 51-56; 魏永征. 凌驾性的失落:马航客机事件中国媒体为何受到诟病[J]. 新闻记者, 2014(4): 47-50.
- [2] 卢永春. 马航事件,主流媒体微博构筑声音第一线[EB/OL]. <http://yuqing.people.com.cn/GB/371947/383002/index.html>, 2014-03-21.
- [3] 刘奇葆. 加快推动传统媒体和新兴媒体融合发展[N]. 人民日报, 2014-04-23(6).
- [4] 朱春阳, 常惠惠. 基于微博平台的都市报竞争优势持续策略分析[J]. 新闻传播, 2011(7): 11-14.
- [5] 李鹏. 媒介融合时代的报纸创新路径——以华西都市报内容创新与改版战略为例[J]. 中国记者, 2011(6): 11-13.
- [6] 虞继光, 刘海贵. 都市报微博:原创目标+优势聚合[J]. 中国报业, 2013(23): 26-27.
- [7] 黄冶军. 善用公信力, 开好这扇窗, 南都官方微博群[J]. 广告人, 2011(8): 176-177.
- [8] 刘鹏飞. 媒体微博发展中的问题与规范化管理[J]. 新闻与写作, 2013(8): 17-19.
- [9] 涂光晋, 陈敏. 媒体微博的内容特色与生产机制研究——以三家报纸的官方微博为例[J]. 现代传播, 2013(3): 35-40.
- [10] 沈阳, 罗婷. 传统媒体微博内容运营现状及前景分析[J]. 新闻战线, 2013(8): 28-30.
- [11] 吴媚. 报纸官方微博框架比较分析:以人民日报和南方都市报微博为例[J]. 今传媒, 2013(10): 45-47.
- [12] 新浪微博. 2013年新浪媒体微博报告[R]. 北京:人民网舆情监测室.