К. ФэнжуйСанкт-Петербургский государственный университетWEIBO КАК ПЛАТФОРМА Web 2.0: ПРЕИМУЩЕСТВА И ПРИЧИНЫ ПОПУЛЯРНОСТИ

Социальные сети быстро становятся популярными, они способны расширять аудиторию и влиять на стратегии поведения людей, в том числе объединять разные сегменты общественности для реализации гражданских инициатив. В Китае в настоящее время успешно функционирует множество локальных социальных сетей. Один из популярных китайских сервисов – Weibo. Лучшие персональные странички на нем имеют до 12 миллионов постоянных посетителей; интерфейс на китайском языке, открытый аккаунт. Weibo доступен и изWeb, с мобильных телефонов, iPhone и т. п. При отправке короткого сообщения до 140 символов можно вставить фото, видео, музыку, смайлик. На Weibo есть персональные страницы блогов, зал славы, доска объявлений, группы, интервью, общение с интересными людьми. 7 апреля 2014 г. китайский аналог Twitter'а – Sina Weibo – вышел на американскую биржу. Это, безусловно, большой успех китайских социальных медиа-ресурсов.

Weibo получил значительное преимущество в китайском сегменте микроблоггинга. Для тех, кто хорошо знаком с китайскими социальными СМИ, эта новость не стала неожиданностью, поскольку Weibo является однозначным лидером рынка, а его популярность не уступает Twitter на Западе. Среди социальных сетей в КНР, Weibo – самая популярная сеть, которая играет важную роль в жизни современных китайцев. Её посещаемость в декабре 2014 г. составила около 51,2 млн человек, а в январе 2015 г. сама социальная сеть заявила о 60 млн посетителей в сутки (twitter – по данным КИЦ, размеров суточной аудитории Интернета – 41,5 млн ежемесячных посетителей).

Не исключено, что в будущем Weibo будет популярным во всем мире и станет лидером среди социальных сетей. Несомненна ценность социальных сетей в процессе формирования основ гражданской журналистики. Нередко сюжеты гражданских журналистов привлекают аудиторию в интернете, сопоставимую с аудиторией крупных традиционных СМИ.