

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций

Факультет журналистики

КАН Фэнжуй

Социальные медиа КНР как платформы гражданской журналистики

Профиль магистратуры – «международная журналистика»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель —

доктор педагогических наук,

профессор Мельник Галина Сергеевна,

Кафедра периодической печати

Очная форма обучения

Вх. No \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ Секретарь

ГАК \_\_\_\_\_

**Санкт-Петербург**

**2017**

## Содержание

<b>Введение.....</b>	<b>3</b>
<b>Глава 1. Социальные медиа как платформа Web 2.0.....</b>	<b>10</b>
1.1. Социальные медиа: понятие, особенности, этапы развития.....	10
1.2. Гражданская журналистика в эпоху интернета.....	18
<b>Глава 2. Влияние социальных медиа как платформы гражданской журналистики на аудиторию.....</b>	<b>25</b>
2.1. Тенденции функционирования социальных медиа в Китае.....	25
2.2. Проблемы социальных медиа.....	33
<b>Глава 3. Китайские социальные медиа в ретроспективе и перспективе.....</b>	<b>51</b>
3.1. Этапы развития социальных медиа в КНР.....	51
3.2. Особенности и классификация китайских социальных медиа.....	62
3.3. Weibo и WeChat как платформы Web 2.0.....	71
<b>Заключение.....</b>	<b>93</b>
<b>Литература.....</b>	<b>96</b>

## **Введение**

**Актуальность исследования.** Социальные сети возникли не так давно, но нам сложно представить, как мы существовали без них раньше. Теперь не нужно обзванивать друзей и знакомых, чтобы поделиться последними новостями, достаточно разместить на соответствующем сайте небольшой рассказ с фотографиями, а затем прочитать к ним комментарии. Все больше и больше людей не могут жить без социальных сетей. Нередко сюжеты гражданских журналистов привлекают аудиторию в Интернете, сопоставимую с таковой для крупных традиционных СМИ. Именно поэтому проблема влияния социальных сетей на гражданские сообщества становится в один ряд с важными научными исследованиями в области теории и практики массмедиа.

**Объект исследования** – социальные сети КНР (Sina Weibo, Wechat, QQ).

**Предмет** – особенности социальных сетей Китая как платформы гражданской журналистики.

**Цель** – всесторонний анализ целей, функций и последствий функционирования современных сетевых СМИ Китая в реализации гражданских инициатив.

### **Задачи:**

1. Определить методологические подходы к определению понятия «социальные медиа» и изучению инфраструктуры социальных медиа.
2. Выявить структуру социальных сетей в Китае и определить основные их характеристики.

3. Исследовать роль социальных медиа в повседневной жизни китайцев.

4. Охарактеризовать связи между социальными сетями и гражданской журналистикой КНР.

5. Проанализировать принципы создания социальных медиа и формы их реализации в практике гражданской журналистики.

**Научная новизна** исследования заключается в том, что основные особенности создания и распространения контента в ресурсах web 2.0 проанализированы комплексно с учетом ключевых тенденций развития социальных медиа КНР и на базе сравнительной характеристики профессионального журналистского и пользовательского содержания в сети. Кроме того, проведен анализ влияния социальных медиа на динамику актуальных общественных событий последнего десятилетия, результаты которого могут быть использованы в общественными деятелями и журналистами.

В диссертационном исследовании будут использоваться ключевые понятия: «социальные сети», «платформа», «онлайн-сервис» или «веб-сайт», предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете.

Под термином «гражданская журналистика» будем понимать разновидность журналистики, получившую широкое распространение с развитием Интернета и новых цифровых технологий (синоним дефиниции – общественный, объединённый или демократический). Обычно гражданские журналисты освещают события, которые прошли незамеченными для традиционных СМИ.

**Методы исследования.** Работа опирается на совокупность принципов системного, поведенческого и структурно-функционального анализа.

Поведенческий подход ориентируется как на изучении социальных установок пользователей сети, так и субъектов – организаторов сетевых ресурсов. Структурно-функциональный анализ предполагает рассмотрение китайского сегмента интернет как целостной системы, где каждый элемент имеет определенное значение и выполняет определенные функции. Типологический анализ требует определения критериев, из которых складывается индивидуальность информационных ресурсов; принципы планирования и структурирования; взаимосвязь содержания и графического воплощения идеи; применение специальных приемов завоевания аудитории; критерии аудитории; предметно-аудиторная направленность и характеристики контента издания.

**Гипотеза.** Диссертационное исследование строится исходя из предположения о том, социальные сети быстро становятся популярными, способны расширять аудиторию и влиять на стратегии поведения людей, в том числе объединять разные сегменты общественности для реализации гражданских инициатив.

**Степень научной разработанности темы.** На сегодняшний день огромное число научных исследований, связанных с различными типами сообщения между людьми, сосредоточиваются на социальных сетях и особенностях коммуникации, порожденных их возрастающей популярностью среди самых разных слоев как китайского, так и мирового сообщества.

Невозможно исследовать феномен социальных медиа, не рассмотрев основные положения теории коммуникации, заявленные в трудах Д. П. Гавры, Г. Г. Почепцова, В. Б. Кашкина, Е. А. Нахимовой, А. П. Чудинова, С. А. Лоури, Ц. Гул и другие<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Гавра Д. П. Основы теории коммуникаций. СПб.: Питер, 2011. 285 с.; Почепцов Г. Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. М.: Наука, 2008. 320 с.; Кашкин В. П. Введение в теорию коммуникации. М.: АСТ, 2013. 256 с.; Нахимова Е. А., Чудинов А. П. Основы

Значительный вклад в разработку вопросов использования возможностей новых информационных и коммуникационных технологий внесли такие исследователи, как И. П. Яковлев, Л. М. Землянова, Д. К. Дэвис, А. Э. Грант, Дж. Х. Меадос, П. Пакссон, Р. Д. Уиммер, Ч. Тянь, Филатова О.Г. и другие<sup>2</sup>.

Тема влияния социальных медиа на общественную жизнь, а также связанные с этим понятия анализировались в работах таких авторов, как Агеев Ю., Зотова Е., Маренкова Н.<sup>3</sup> Описание новых медиа, их свойств и особенностей сетевой коммуникации содержится в исследованиях И. А. Быкова, А. И. Акопова, Е. И. Горошко и др.<sup>4</sup>, а также зарубежных авторов<sup>5</sup>.

---

теории коммуникации. М.: АСТ, 2013. 283 с.; Lowery S. A., DeFleur M. L. Milestones in Mass Communication Research. Pearson, 1995. 337 p.; Гуо Ц. Теория коммуникации. Пекин, 1999. 783 с. (на кит. яз.).

<sup>2</sup> Яковлев И. П. Стратегическое управление медиасферой. СПб.: СПбГУ, 2014. 176 с.; Землянова Л. М. Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке. М.: АСТ, 2012. 197 с.; Baran S. J., Davis D. K. Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (Wadsworth Series in Mass Communication and Journalism). Cengage Learning, 2011. 432 p.; Grant A. E., Meadows J. H. Communication Technology Update and Fundamentals. Focal Press, 2012. 653 p.; P. Paxson. Mass Communications and Media Studies: An Introduction. Bloomsbury Academic, 2010. 234 p.; Wimmer R. D., Dominick J. R. Mass Media Research (Wadsworth Series in Mass Communication and Journalism). Cengage Learning, 2013. 311 p.; Тянь Ч. Международная коммуникация и социальные медиа. Пекин, 2010. 400 с. (на кит. яз.). Быков И.А., Филатова О. Г. Интернет-технологии в связях с общественностью (в соавторстве). СПб.: СПбГУ, 2010.

<sup>3</sup> Агеев Ю. Китайские социальные сети // Daostory. URL:<http://daostory.com/kitajskie-socialnye-seti/>; Зотова Е., Солдатова Г. Российские и европейские школьники: проблемы онлайн-социализации // Дети в информационном обществе. 2011. №7. с. 46-55. Маренкова Н., Шляпников В. Особенности общения подростков в социальных сетях интернета // Дети в информационном обществе. 2010. №6. С. 38-43.

<sup>4</sup> Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: теория, практика и методы

С точки зрения анализа концепции, характеристик и мультимедийной составляющей социальных медиа первостепенное значение имеют труды современных зарубежных экспертов, включая Г. Дженкинса, Л. Мановича, Н. Чепмена и других<sup>6</sup>. Современное исследование социальных медиа связано с рассмотрением специфики их функционирования и их информационной направленностью. Особое внимание в этом контексте уделяется исследованиям Д. А. Губанова, Д. А. Новикова, А. Г. Чхартишвили, Г. В. Градосельской, В. М. Сазонова, А. Белла, С. Прелла, Д. Мурти, Г. Соломона, Л. Шрума, Дж. Эрла, К. Кимпорта, Л. Сафко, Н. Гейна, Д. Беера, Ч. Гон и др.<sup>7</sup>

---

исследования. СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. 200 с.; Акопов А. И. «Веб 2.0.» как явление и как проблема // Акценты. Новое в массовой коммуникации. Воронеж, 2007. С. 8-13; Горошко Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография. М.: ФЛИНТА, Наука, 2012. С. 9-53.

<sup>5</sup> Се Г., Чэнь Х. Социальная сеть и общество. – Шанхай: Изд-во Шанхай Цзяотун университета, 2013. – 353 с. (на кит. яз.); Лю Янь Публичная сфера под контролем: современный опыт регулирования Интернет-журналистики в КНР // Ойкумена. регионоведческие исследования. 2016. № 2 (37). С.32-43; Вэй В. Социальные медиа. Пекин, 2011 (на кит. яз.), Safko L., Brake D. K. The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. Wiley, 2009. 534 p.; Solomon G., Schrum L. Web 2.0: New Tools, New Schools. International Society for Technology in Education. Washington: DMS, 2007. 554 p.; Gane N., Beer D. New Media: The Key Concepts. Bloomsbury Academic, 2008. 222 p.; Earl J., Kimport K. Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age (Acting with Technology). The MIT Press, 2013. 786 p.

<sup>6</sup> Jenkins H. Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture. New York: NY University Press, 2012. 308 p.; Manovich L. The Language of New Media. New York: The MIT Press, 2002. 378 p.; Чепмен Н., Чепмен Дж. Цифровые технологии мультимедиа. М.: АСТ, 2013. 288 с.

<sup>7</sup> Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М.: Наука, 2010. 211 с.; Градосельская Г. В. Сетевые измерения в социологии. М.: ФЛИНТА, 2004. 167 с.; Сазанов В. М. Социальные сети и технологии. М.: Наука, 2010. 222 с.; Bell A. Exploring Web 2.0: Second Generation Interactive Tools - Blogs, Podcasts, Wikis, Networking, Virtual Words, And More. New York: CreateSpace, 2009. 364 p.; Prell C. Social Network Analysis: History, Theory

Методологическое значение для нашего исследования имели научные работы Е. М. Пак<sup>8</sup>. В ее работах исследуется творческая деятельность сетевого журналиста, раскрываются природа жанра-блога, а также психологические возможности онлайн-текста; описывается теоретическое и практическое использование дигитальных жанров в теории массовой коммуникации; изучаются факторы, влияющие на сетевую новостную журналистику, отличающуюся от традиционной.

**Апробация темы.** По теме магистерской диссертации подготовлено 5 публикаций в виде статей и тезисов международных и всероссийских научных конференций («Сотрудничество СМИ Китая и России», ИВЭСЭП, 2016), «Китайские сетевые медиа: особенности развития», МГУ, 2017), «Россия в освещении китайских СМИ», ИВЭСЭП, 2017), «Русские фильмы глазами китайцев» (ИВЭСЭП), «Влияние традиционных медиа на сетевые СМИ», СПбГУ, 2017), «Кибер-жертвы информационного насилия в интернет» // Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов. Тактические медиа /отв. ред. И.В. Колодяжный. СПб.: Ин-т «Высш. шк. мас. журналистики и массовых коммуникаций», 2017, РИНЦ). Кроме того, тема апробирована в выступлениях на двух круглых

---

and Methodology. SAGE Publications, 2011:476 p.; Murthy D. Twitter: Social Communication in the Twitter Age (DMS - Digital Media and Society). Polity, 2013. 213 p.; Solomon G., Schrum L. Web 2.0: New Tools, New Schools. International Society for Technology in Education. Washington: DMS, 2007. 554 p.; Earl J., Kimport K. Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age (Acting with Technology). The MIT Press, 2013. 786 p.; Safko L., Brake D. K. The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. Wiley, 2009. 534 p.; Gane N., Beer D. New Media: The Key Concepts. Bloomsbury Academic, 2008. 222 p.; Гон Ч. Введение новых медиа. Пекин, 2012. 201 с.

<sup>8</sup> Пак Е. М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Вестник Санкт-Петербургского Университета. Сер. 9, Филология, востоковедение, журналистика. - 2011. - Вып. 2, июнь. С. 283-292; Конвергенция жанров сетевой журналистики [Текст] / Е. М. Пак // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9, Филология, востоковедение, журналистика. - 2012. - Вып. 2, март. - С. 268-276. С. 275-276



столах на факультете международных отношений, посвященных гендерной проблематике и геополитике.

**Структура работы.** Состоит из Введения, двух глав, Заключения, Списка литературы, Приложений.

## Глава 1. Социальные медиа как платформа Web 2.0

### 1.1. Социальные медиа: понятие, особенности, этапы развития

Социальная сеть – интерактивный многопользовательский сайт, контент которого наполняется его посетителями, с возможностью указания какой-либо информации об отдельном человеке, по которой аккаунт пользователя смогут найти другие участники сети.

Термин «социальные сети» был введен в 1954 г. социологом из Манчестерской школы Джеймсом Барнсом в работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе», вошедшей в сборник «Человеческие отношения». Дж. Барнс развил подход к исследованию взаимосвязей между людьми с помощью социограмм, т. е. визуальных диаграмм, в которых отдельные лица представлены в виде точек, а связи между ними – в виде линий. Во второй половине XX в. понятие «социальная сеть» стало очень популярным у западных исследователей общества и общеупотребительным в английском языке. Со временем в качестве узлов социальных сетей стали рассматривать не только людей как представителей социума, но и любых других акторов, которые могут иметь социальные связи, например, города, страны и т.п.

В 1930-е гг. было изобретено несколько методов исследования взаимосвязей между людьми, на основании одного из которых была создана социометрия – психологический метод для выяснения распределения ролей в коллективе<sup>9</sup>. В 1951 г. Рэй Соломонофф (Ray Solomonoff) и Анатолий Рапопорт (Anatol Rapoport) положили начало современной теории социальных сетей. Сам термин «социальная сеть» был введен в 1954 г. В

---

<sup>9</sup> Появление названия веб 2.0 принято связывать со статьёй Тима О’Рейли “What Is Web 2.0” от 30 сентября 2005 г., впервые опубликованной на русском языке в журнале «Компьютерра» [4] и затем выложенной под заголовком «Что такое Веб 2.0» веб-сайтом «Компьютерра online».

1959–1968 гг. венгерские математики Пол Эрдос (Paul Erdos) и Альфред Реньи (Alfred Renyi) опубликовали восемь статей, описывающих принципы формирования социальных сетей. Дункан Уоттс (Duncan J. Watts) и Стивен Строгач (Steven H. Strogatz), развили теорию социальных сетей и в числе многих других открытий ввели понятие коэффициента кластеризации (clustering coefficient) – степени близости между неоднородными группами. К 1970-м гг. окончательно сформировался комплекс социологических и математических методов исследования, которые составляют научный фундамент современного анализа социальных сетей<sup>10</sup>. Первые похожие на онлайн-социальные сети появились в середине 1990-х гг. и предоставляли пользователям минимальные возможности для общения (подобно eGroups/OneList, ICQ, Evite). Такие сетевые сервисы, как правило, не рассматриваются в качестве социальных сетей, но тем не менее они являются тем фундаментом, на котором в дальнейшем развивались онлайн-услуги для общения и взаимодействия пользователей<sup>11</sup>. Первой настоящей социальной сетью считается сайт SixDegrees.com, появившийся в 1997 г. Цель его создания заключалась в попытке подтвердить так называемую «теорию шести рукопожатий» (“Six degrees separation” в английской терминологии, отсюда и название сайта). Данная теория является одной из основополагающих в области изучения социальных связей. Ее суть заключается в том, что два абсолютно любых человека на Земле связаны друг с другом цепочкой знакомств («рукопожатий»), состоящей максимум из шести человек. SixDegrees.com закрылся в 2001 г., а новые социальные сети стали массово появляться лишь после этого и после краха

---

<sup>10</sup> История теории и практики социальных сетей.

URL:<http://keep-intouch.ru/analytics/history/history-of-the-theory-and-practice-of-social-networks.htm>; A history of social media. URL:  
<http://janeknight.typepad.com/socialmedia/2009/10/a-history-of-social-media.html>;

<sup>11</sup> Социальные Сети 3.0. URL:<http://galleo.ru/articles/sw205>.

«пузыря доткомов». Открывшиеся в 2002 г. Friendster.com и Reunion.com (MyLife.com) обозначили начало взлета социальных сетей<sup>12</sup>. В 2003–2004 гг. появились такие сети, как Netlog.com, Hi5.com, Tagged, а главное – LinkedIn.com, MySpace.com (2003) и Facebook (2004)<sup>13</sup>. Онлайн-социальные сети и поддерживающие их сервисы оказались очень эффективным методом обеспечения посещаемости сайтов, обратной связи и постепенно стали одним из средств генерации контента (содержимого, имеющего ценность). На основе такого подхода появилось и быстро набрало популярность довольно большое количество социальных веб-сервисов, объединенных общим названием «сервисы веб 2.0»<sup>14</sup>. По определению Тима О’Рейли (Tim O’Reilly), «веб 2.0 – методика проектирования систем, которые путём учета сетевых взаимодействий становятся тем лучше, чем больше людей ими пользуются»<sup>15</sup>. Особенностью веб 2.0 является принцип привлечения пользователей к наполнению и многократной выверке контента».

Социальные сети веб 2.0 появились в начале XXI в., в ходе развития аппарата анализа социальных сетей появились такие термины, как анализ социальных сетей (Social Network Analysis, SNA), теория социальных сетей и т.п.

Построение и анализ социальных сетей применяются в самых разных областях. Многие предприниматели, например, отмечают, что при

---

<sup>12</sup> Чэнь Ди. Социальные сетевые американских и российских исследований // Вестник С.-Петербур. го. ун-та. Сер. 9. Вып 3/2012. С.223-230.

<sup>13</sup> Фирсов М. В. История социальной работы. М.: Академ. проект: Трикста, 2009. 606 с.

<sup>14</sup> Акопов А. И. «Веб 2.0.» как явление и как проблема // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – Воронеж, 2007; Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов: Мультимедийный потенциал журналистики / отв. ред. Б. Я. Мисонжников. СПб., 2016. Т. 110. С. 68-81.

<sup>15</sup> Технологии сетевых серверов. URL: <http://surwiki.admsurgut.ru/wiki/index.php/>.

построении нового бизнеса большую роль играет именно их социальная сеть, состоящая из родственников, друзей, соседей, покупателей, продавцов, кредиторов и т.п. Аналитики стали изучать разные аспекты развития бизнеса на базе использования SNA. Анализ социальных сетей дает интересные данные при изучении коллективного поведения. Исследователи подчеркивают, что в основе различных общественных организаций и движений, как правило, "лежат определенные социальные связи, причем для совместных действий в группе необходим набор связей критической массы"<sup>16</sup>. Анализ социальных сетей используется при изучении эмиграции и т.п.

Когда появились компьютеры, их начали применять для отображения и количественного анализа социальных сетей. Когда же Интернет связал компьютеры и люди начали общаться в Сети, появились компьютерные социальные сети. Социальная сеть – это социальная структура, состоящая из групп узлов, которыми являются социальные группы, личности, индивидуумы. Одна из обычных черт социальных сетей – это система «друзей» и «групп»<sup>17</sup>.

Социальная сеть облегчает создание персонального профиля и виртуальных взаимоотношений. Социальные сети используются для поиска людей со схожими интересами и объектов этих интересов. В социальных сетях обычно используется народная классификация, практика совместной категоризации информации<sup>18</sup>.

Сейчас уже трудно отыскать такого человека, который бы ни разу не пользовался сетью Интернет. Часто мы заходим в этот «мир безграничной информации» с целью переписать оттуда понравившийся фильм или

---

<sup>16</sup> Прохоров А. Социальные сети и интернет. URL: <http://compress.ru/article.aspx?id=16723>

<sup>17</sup> Социальные сети. <http://blog.diera.ru/2009/10/08/social-networks/>.

<sup>18</sup> Клименко С. Сбор маркетинговой информации и конкурентная разведка с использованием социальных сетей // Финансовая жизнь. 2001. Вып.2. С.27-21.

электронную книгу, музыкальную композицию, реферат и так далее. Пользуясь глобальной сетью Интернет, мы часто на страницах сайтов, видим сообщения типа «Найди своих друзей в Одноклассниках» и «Информацию по данному вопросу можно найти на моей страничке В контакте». В таких сообщениях речь идет о социальных сетях. Почти каждый из нас хоть один раз сталкивался с понятием «социальная сеть», но не каждый задумывался над тем, что это такое. Давайте рассмотрим подробно, что же означает такое понятие, как «социальная сеть»?

Социальная сеть (на английском языке – social network) называется сайт в сети Интернет, являющийся многопользовательским, в котором наполнением информацией занимаются сами пользователи социальных сетей<sup>19</sup>. На этих сайтах пользователю предоставляется возможность дистанционного общения на большом расстоянии друг от друга, передачи сообщений друг другу, отправления графических файлов и тому подобное. Где бы пользователи не находись, с помощью социальных сетей они смогут обмениваться информацией между собой, пообщаться, рассказать друг другу что-нибудь интересное. Более того, в сети Интернета можно найти такие разновидности социальных сетей, где пользователь сможет найти нужную ему информацию, музыку, фильмы и так далее. Для участия в социальных сетях, необходимо зарегистрироваться. В процессе регистрации пользователь указывает свою фамилию, возраст, имя, свой пол и тому подобное<sup>20</sup>. Только по регистрационным данным пользователь может быть обнаружен в социальной сети. В Интернете можно обнаружить сайты как социальных сетей открытого типа, так и социальных сетей закрытого типа<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> <http://www.cpcastle.com/internet/1013-ponyatie-socialnaya-set.html>

<sup>20</sup> Понятие социальная сеть. URL:  
[//http://www.cpcastle.com/internet/1013-ponyatie-socialnaya-set.html](http://www.cpcastle.com/internet/1013-ponyatie-socialnaya-set.html)

<sup>21</sup> О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // Компьютерра. 2005. № 37 (609), № 38 (610). URL: <http://offline.computerra.ru/2005/609/233483/> и <http://offline.computerra.ru/2005/610/234291/>

Следует отметить, что в каждой социальной сети есть как свои достоинства (общение с родственниками, друзьями на расстоянии, обмен информацией с деловыми партнерами, просмотр интересных фильмов, прослушивание музыки), так и недостатки<sup>22</sup>. Поскольку вся информация, вводимая пользователем, не является засекреченной и доступна любому, именно благодаря социальным сетям человека могут обнаружить его недоброжелатели. С помощью социальных сетей люди находят налоговые органы, разнообразные бандитские группировки. Очень часто по просьбе правообладателей вычисляются распространители пиратской продукции именно через социальные сети.

Фактически социальные сети появились с формированием социума как такового, а вот идея о том, что взаимодействие людей можно образно представить в виде сети (в узлах которой находятся индивидуумы, а связывающие их линии могут интерпретироваться как отображение взаимодействия в парах), возникла существенно позже, но, конечно, задолго до создания Интернета. Еще в 1902 г. известный социолог Ч. Кули писал: «Человека можно представить как точку пересечения любого количества линий, которые обозначают социальные группы, при этом число линий соответствует числу групп, к которым принадлежит данный индивид»<sup>23</sup>.

*Гражданская журналистика* (также её могут называть общественной, объединённой или демократической) – разновидность журналистики, получившая широкое распространение с развитием Интернета и новых цифровых технологий<sup>24</sup>. Обычно гражданские журналисты освещают

---

<sup>22</sup> Социальные сети: достоинства и недостатки. краткое сравнение основных социальных сетей Рунета. URL:<http://hostinfo.ru/articles/internet/services/1308>.

<sup>23</sup> Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М.: Физматлит, 2010. 228 с.

<sup>24</sup> История гражданской журналистики. URL: <http://poisk-ru.ru/s54t2.html>.

события, которые прошли незамеченными для традиционных СМИ. Нередко сюжеты гражданских журналистов привлекают аудиторию в Интернете, сопоставимую с таковой для крупных традиционных СМИ.

Первый китайский пользователь зарегистрировался на сайте 5460.net еще мая 1998 г. Первая запись на китайском языке появилась тремя днями позже. В Китае гражданская журналистика в значении «citizen journalism» ограниченно употреблялась с начала 2000 гг.<sup>25</sup> Перелом случился в 2006 г., когда в Китае произошел массовый выход в блогосферу. В этом же году инициаторы во главе с известным блогером В. Гун провели первый в Китае форум гражданских журналистов.

Начиная с 2007 г. термин «гражданская журналистика» стал привычным в интернете, затем его освоила традиционная профессиональная журналистика.

Исследователи, употребляя выражение «гражданская журналистика», имеют в виду разные явления. В одном случае речь идет о направлении в журналистике, содействующем развитию общественного участия и гражданской активности. Исследователь И.Г. Фомичева пишет, что немецкий исследователь Ю. Хабермас вызвал интерес к практике принятия решений по результатам общественных дебатов, и это породило внимание в последней трети прошлого века к назначению СМИ как канала демократии и представление о гражданской журналистике как о деятельности, призванной не только освещать жизнь общества в его интересах, но и втягивать в этот процесс представителей самых разных слоев<sup>26</sup>. Другой исследователь А.И. Верховская отмечает, что в центре гражданской журналистики должна быть

---

<sup>25</sup> Хлебникова Н.В. Гражданская журналистика: к истории становления термина. URL: <http://www.mediascope.ru/node/896> 2011. Вып. 3.

<sup>26</sup> Фомичева И.Д. Продолжение пути, или в поисках интерактивности // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 1. С. 31.



личность, которая получает массовую информацию, чтобы самоопределиться, умеет соотнести свои интересы с интересами других людей<sup>27</sup>. А.Г. Качкаева, сравнивая телевидение нулевых и 1990-х гг., пишет, что телевидение прошлого десятилетия было гражданским, журналисты не только являлись персонажами тусовки, но и не переставали оставаться людьми социума<sup>28</sup>. В подобном же ключе используют понятие «гражданская журналистика» О.А. Евтуш<sup>29</sup>, Г.А. Чевозерова<sup>30</sup>, О.П. Чернега<sup>31</sup>.

Другие исследователи под гражданской журналистикой подразумевают деятельность любителей, развернувшуюся в интернете. Нередко это обозначение процессов, протекающих в зарубежных медиа. Исследователь С.Л. Оганджян отмечает, что каждый зарегистрировавшийся пользователь национального общественного радио США «Эн-Пи-Ар» (NPR) может загрузить свой видеоролик. Таким образом, медиа не только экономит на получении видеоматериалов; оно оказывает поддержку гражданской, или коммунитаристской, журналистике. Автор поясняет, что под гражданской журналистикой имеются в виду целенаправленные действия граждан, непрофессиональных журналистов, играющих активную роль в процессе

---

<sup>27</sup> Верховская А.И. На пути к гражданскому обществу: проблемы трансформации СМИ // Средства массовой информации и формирование гражданского общества / под ред. А.И. Верховской. М., 2010. С. 107.

<sup>28</sup> Качкаева А.Г. Жанры и форматы современного телевидения: последствия трансформации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 6. С. 46.

<sup>29</sup> Евтуш О.А. Гражданская журналистика как тип коммуникативной стратегии региональной прессы // Социальный PR и социальная реклама: опыт и новаторство. Материалы II Междунар. науч.-практ. конф. 2009. Май, 21 / под ред. О.П. Чернеги. Барнаул, 2009. С. 78–87.

<sup>30</sup> Чевозерова Г.В. Журналистика как фактор формирования гражданского общества в России: дис. ... канд. филол. наук. М., 2006.

<sup>31</sup> Чернега О.П. Гражданская журналистика: характерные черты и методы // Социальная журналистика: профессия и позиция. М., 2005. С. 29–35.

сбора, передачи, анализа и распространения информации<sup>32</sup>.

О зарождении гражданской журналистики в Индии пишет О.Г. Филатова в связи с развитием мобильной телефонии и интернета. Как отмечает К.А. Карякина, социальные медиа предложили своей аудитории принципиально новые механизмы взаимодействия и интерактивного участия, обусловившего новый этап в развитии области написания текстов или тратить много времени на поддержание своей активности постоянными постами<sup>33</sup>. В последнем, все более распространяющемся толковании гражданская журналистика понимается как технологический навык; содержательный аспект о гражданской позиции пользователя, выражающего свое мнение, отходит на второй план или вообще не обсуждается<sup>34</sup>.

## **1.2. Гражданская журналистика в эпоху интернета**

В последние годы наблюдается расцвет гражданской журналистики, в которую вовлечены обычные люди. Гражданская журналистика главным образом представлена в сети и материалы гражданских журналистов передаются через мобильный телефон и другие новые средства массовой информации, в этих новых средств массовой информации появились открытые платформы, благодаря им граждане могут легко принимать участие в социальных государственных делах. Гражданская журналистика оказала большое влияние на общественное мнение и также явилась вызовом для традиционных средств массовой информации.

---

<sup>32</sup> Хлебникова Н.В. Указ. соч.

<sup>33</sup> Карякина К.А. Актуальные формы и типологические модели новых медиа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 3. С. 129-130.

<sup>34</sup> Хлебникова Н.В. Указ. соч.

## **Содействие проведению диалога и обмена между гражданами**

Начиная с XX в., сети, мобильные телефоны и другие новые средства массовой информации быстро развиваются, в то время как низкий порог входа новых средств массовой информации для граждан предлагает возможность участвовать в освещении новостей. В новых медиа-платформах каждый может стать издателем информации, которая изменяет режим распространения традиционной односторонней информации, так что распространение информации может действительно достичь двустороннего взаимодействия. Все это предоставит хорошую возможность для развития гражданской журналистики. Гражданская журналистика, главным образом, заключается в том, что граждане участвуют в производстве и публикации, Интернет используется как главный способ передачи информации. Некоторые люди думают, гражданская журналистика – это «из первых уст Новости от любительской журналистов». Отсюда можно увидеть, что основа гражданской журналистики – это активисты гражданского населения, а не профессиональные журналисты, которые получили журналистское образование и профессиональную подготовку. Гражданская журналистика заключается в том, что гражданин может опубликовать информацию независимо от общественности, формирует общественное мнение, и при этом имеет определенное влияние на социальные отношения и государственные дела.

Платформы гражданской журналистики в основном включают блоги, форумы, новости потоков, микроблогов, новостные веб-сайты и другие новые формы средств массовой информации. Люди могут независимо публиковать любые новости, которые им интересны, не организовывают и не влияют на контент традиционных новостей, но могут публиковать интересные содержательные новости для граждан. Как главный субъект гражданин может участвовать, производить, распространять новости.

Гражданская журналистика рассматривается как своего рода участником производства новостей, а граждане участвуют равноправно в информационном процессе. Появление гражданской журналистики повлияло определенным образом на традиционные средства массовой информации. Гражданская журналистика ломает границы между издателем и читателем, давая гражданам действительное право на формирование дискурса и также способствуя проведению диалога и обмена между гражданами.

### **Реализация прав гражданина на знания, выражения, участия и надзора в информационной сфере**

Новые средства массовой информации стали очень важными каналами для людей, имеющими много достоинств, например, своевременность, интерактивность и удобство в использовании. Появление новых средств массовой информации также способствовало развитию гражданской журналистики в Китае, и гражданская журналистика сыграла большую роль в выражении своего мнения и разрешении социальных проблем. Можно сказать, что развитие гражданской журналистики может способствовать формированию общественного мнения, гарантировать право на информирование граждан, право выбора и контролирования.

1. Гражданская журналистика реализуют права граждан на получение достоверной информации.

На такой традиционный раздел информации, как новости, неизбежно влияют политические, экономические, культурные и другие факторы, что может сделать новости менее достоверными и объективными. Гражданская журналистика позволяет гражданину равноправно участвовать в производстве новостей, таким образом обогащая количество источников

новостей, и это позволяет расширить и обеспечить право граждан на получение информации<sup>35</sup>. Гражданская журналистика может использовать телефоны, камеры и другое оборудование для записи новостей в режиме реального времени, что позволяет получать достоверную информацию из первых рук. Октябрь 2013 г., в провинции Чжэцзян было наводнение. Из-за сильного шторма, некоторые профессиональные журналисты не могли прибыть на место событий, но нужно было срочно узнать ситуацию в Чжэцзяне. В это время некоторые обычные люди взяли свои мобильные телефоны и начали делать фотографии или видео, чтобы передать информацию, чтобы другие могли узнать ситуацию в Чжэцзян, предлагали ценную информацию из первых рук. это помогает расширить право граждан на получение информации и гарантирует права информирования граждан, права выбора и контролирования.

## 2. Реализация права на участие и выражение мнения.

Каждый гражданин может публиковать информацию удобным ему способом и высказывать свое мнение с помощью сетевой платформы. Развитие гражданской журналистики делает возможным большинству граждан участие в социальных государственных делах, осуществляет диалог и связь с обществом, и реализует права гражданина на участие и выражение мнения. Участие в общественных делах с помощью гражданской журналистики может не только пробудить сознание социальной ответственности, но также вызвать социальную ответственность в других людях. С ростом социальной ответственности люди более сознательно участвуют в гражданской журналистике, что способствует решению

---

<sup>35</sup> Филатова О.Г. Блоги и СМИ, гражданская и традиционная журналистика // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2010. Выпуск № 4. С. 281-287.

социальных государственных дел<sup>36</sup>.

3. Это способствует реализации права информирования и контролирования гражданина.

Общественное мнение является формой массового сознания, в которой проявляется отношение (скрытое или явное) различных групп людей к событиям и процессам действительной жизни, затрагивающим их интересы и потребности<sup>37</sup>. Общественное мнение имеет большое значение: граждане могут использовать это право, чтобы наблюдать за поведением правительства. Кроме того, когда ущемляются личные права и интересы граждан, они могут использовать гражданскую журналистику, чтобы выразить свою позицию и привлечь внимание людей, выдвигая общественное мнение, чтобы обратить на это событие внимание соответствующих ведомств, защищающих законные права и интересы граждан.

### **Влияние гражданской журналистики на социально-общественное мнение**

Общественное мнение является формой массового сознания, в которой проявляется отношение (скрытое или явное) различных групп людей к событиям и процессам действительной жизни, затрагивающим их интересы и потребности<sup>38</sup>. С развитием гражданской журналистики возможность

---

<sup>36</sup> Шумилина Т.В. Participant journalism: civil position of the media and the social responsibility of business // Медиаскоп. 2009. Вып.3.  
URL:<http://mediascope7.mediascope.ru/?q=node/402>

<sup>37</sup> Массовое сознание, общественное мнение, менталитет. URL:  
<http://webkonspect.com/?room=profile&id=5955&labelid=47288>

<sup>38</sup> Массовое сознание, общественное мнение, менталитет.  
URL:<http://webkonspect.com/?room=profile&id=5955&labelid=47288>

выражения мнения общественности становится всё больше и больше, гражданская журналистика сильно влияет на социально-общественное мнение.

1. После появления гражданской журналистики люди узнали много разных новостей, которые традиционные средства массовой информации не сообщали, но эти новости часто стали провоцировать гражданский резонанс. Граждане начинают участвовать в обсуждениях.

Развитие социально-общественного мнения имеет положительную роль, но также содействует процессу социальной демократии. Свободно и легко новые СМИ формируют интерес граждан к государственным делам и провоцируют общественное мнение, чтобы ускорить решение социальных общественных проблем <sup>39</sup>.

2. Расширение пространства общественного мнения. Гражданская журналистика предоставляет новое пространство для обсуждения общественных событий, а также играет большую роль в развитии общественного мнения<sup>40</sup>. Развитие гражданской журналистики способствует полному выражению своей точки зрения, формированию общественного мнения и достоинства.

3. Общественное мнение имеет сильное социальное влияние. Журналисты в традиционных СМИ владеют правом дискурса. Гражданин же через традиционные СМИ может только получать информацию в пассивном режиме. Трудно найти способ использования традиционных СМИ для

---

<sup>39</sup> Граждане более активно участвуют в формировании общественного мнения. 2017. 23 апреля. URL: <http://lang-8.com/1218219/journals/157797122326401787422084746171185398830>

<sup>40</sup> См: Устюжанина Д.А. Гражданская журналистика: разрушение профессии или глас народа?. URL: <http://www.academia.edu/235965>; Лазарев А. Гражданская журналистика. URL: <http://www.anton-lazarev.ru/grazhdanskaya-zhurnalistika/>

открытого обмена мнениями. Развитие гражданской журналистики реализует право гражданина на свободу слова, свободу выражения собственного мнения. С помощью социальных сетей общественное мнение легче мониторить, и сейчас социальные сети имеют огромное социальное влияние.

В гражданской журналистике информация – интерактивная, граждане могут обмениваться мнениями, отдать за гражданина собственный голос для достижения общей цели<sup>41</sup>.

Граждане могут участвовать в обсуждении международных дел, предоставляемых гражданской журналистикой, так что гражданин может полностью выразить свое мнение и решить социальные проблемы.

---

<sup>41</sup> Содействие проведению диалога и обменов между гражданами. Apr 20, 2017.



## Глава 2. Социальные медиа как платформа гражданской журналистики

### 2.1. Тенденции функционирования социальных медиа в современном мире

Развитие социальных медиа в современном мире является важным фактором в новых коммуникативных отношениях, которые становятся более совершенными благодаря усложнению первичных процессов. Интернет является неотъемлемой частью жизнедеятельности многих современных людей. Всемирная сеть на сегодняшний день представляет собой массовое явление, аудитория которого на сегодняшний день составляет около двух миллионов человек — это 30% мирового населения земли<sup>42</sup>. Глобальная сеть представляет собой один из самых мощных источников для сбора и распространения многообразной и свежей информации. Многие люди проводят свой досуг на просторах Сети, а также используют Интернет в работе, учебе, общении с друзьями и коллегами.

Пространство социальных сетей сегодня не ограничено: неважно, где вы сейчас находитесь, через социальные сети вы можете связаться с друзьями в любое время. Что представляет собой Интернет по своей структуре и способам связи с потребителями (пользователями).

*Электронная почта* – это первая социальная сеть для сообщения, которая по существу является связью между компьютерами. Электронная почта решила проблему, как удаленно передать сообщения, по сей день, это наиболее популярные приложения в Интернете BBS или группы новостей.

Появление BBS и группы новостей усовершенствовали способ

---

<sup>42</sup> Влияние социальных медиа. URL: <http://shalena.net.ua/vliyanie-sotsial-ny-h-media/>

социальной связи – от простых точка-точка связи – до точки напротив обмена. Связь (point-to-point connection) – это «выделенная линия», при которой операторы, то есть телефонные компании предоставляют арендаторам канала связи. Компании оплачивают непрерывное соединение между двумя удалёнными сторонами, и канал находится в постоянной готовности к передаче.

Понимание того, как каналы связи «точка-точка» работают, обеспечивая доступ к среде WAN, – важно для понимания функционирования сетей WAN в целом.

История развития социальных сетей показывает, что развитие компьютерных технологий сокращает социальное время и материальные затраты, или снижает стоимость управления и стоимость передачи информации. BBS и группы новостей распространились «массовые рассылки» и «репост», по теоретически осуществилась функция размещения информации и обсуждения<sup>43</sup>.

В 1979 г., до появления Интернета, аспиранты университета Том Траскотт и Джим Эллис разработали онлайн программы «Usenet». Эта программа позволяет друзьям-единомышленникам общаться в одной новостной группе. Как и BBS, Usenet имеет разные категории, включая компьютерные, естественные, гуманитарные и социальные науки; пользователи могут комментировать записи других пользователей в Usenet. На сегодняшний день в группах Google было опубликовано свыше, чем 800 миллионов сообщений, размещенных в Usenet с 1981 г.<sup>44</sup>.

---

<sup>43</sup> Орлова В. С. Поиск резервов снижения затрат на материальные ресурсы // Молодой ученый. 2014. №4.2. С. 141-143.

<sup>44</sup> Марголис Анастасия Facebook насчитывает свыше 800 млн. участников. <https://www.seonews.ru/events/facebook-naschityivaet-svyishe-800-mln-uchastnikov/>

Глобальная сеть – средство мгновенного обмена сообщениями, значительно увеличила скорость передачи информации и позволила общаться одновременно с несколькими собеседниками (параллельная обработка). Такие системы можно рассматривать как вариант электронной почты на более высоком уровне. Сейчас системы обмена мгновенными сообщениями разнообразны: IM, IRC, ICQ, MSN, Скайп, Google Talk, QQ и другие, но истории их развития отличаются друг от друга.

IRC является одним из первых онлайн-чат-инструментов. Яррко Ойкаринен разработал его в 1988 г., затем он быстро развился к 1991 г. В то время из-за вторжения Ирака в Кувейт произошло широкое нарушение трансляции радио- и телевизионных сигналов. Таким образом пользователи использовали IRC для того, чтобы сообщить последние новости о внешнем мире, выпускали их быстрее, чем средства массовой информации.

В английском языке ICQ – это аббревиатура «я ищу тебя» (ищу вас) . Это первый Интернет-чат, программное обеспечение которого было разработано израильской компанией Mirabilis<sup>45</sup>. Пользователи ICQ могут получить уникальный пользовательский номер (UIN) для идентификации. В 1998 г. Соединенные Штаты online (AOL) купили ICQ, после этого, были введены дополнительные функции 99a, 99B, 2000, но в конечном итоге, проект не выжил в рыночной конкуренции.

Несмотря на это, нельзя отрицать, но ICQ является первым в имитации обучения Tencent продуктами. Первое китайское социальное программное обеспечение OICQ обеспечило сейчас приток сотни миллионов пользователей (OpenICQ) в Китае. 2001 г. OICQ изменило свое название на QQ, до сих платформа очень популярны среди китайцев<sup>46</sup>.

---

<sup>45</sup> ICQ — в английском языке это аббревиатура «я ищу тебя» (ищу вас).URL: <http://lang-8.com/1218219/journals/223177783170636716298077960127820629038>

<sup>46</sup> <http://lang-8.com/1218219/journals/262344695924848626317702634044964766766>

## Золотой век онлайн-социальных сетей

Формирование и развитие социальных сетей (SNS) прошло примерно в 5 этапов. Этап 1: появление понятия «социальные сети» (основная теория); этап 2: появление социальных сетей для общения с незнакомыми людьми (например: Friendster); этап 3: появление социальных сетей для развлечения (MySpace), этап 4: главным образом совершенствование системы социальных сетей (Facebook); этап 5: новая эпоха социальных сетей на основе облачных вычислений.



Китайские сетевые медиа работают с 1994 г. 12 января 1995 г. появилась первая сетевая публикация о китайских ученых в Интернете; 20 октября 1995 г. - первая Интернет-газета «Китайские торговые Новости»<sup>47</sup>.

1996 г. стал годом стремительной коммерциализации Интернета в Китае, что дало резкий толчок развития китайским сетевым СМИ. 2 января начали выпуск электронной версии ежедневное издание «Гуанчжоу» и журнал "China Securities". 13 января Международная платформа данных базы «Жэньминь жибао», после 3 месяцев отладки, она приступила к работе, читатели могут читать опубликованные полные газеты «Жэньминь жибао» и

<sup>47</sup> Сюй Лян. История развития Интернета // Наука 24 часа.  
URL: <http://www.wtoutiao.com/p/o79J0O.html>.

«Жэньминь жибао» – зарубежная версия и «Газета рынка» в Интернете в этот же день<sup>48</sup>. К концу 1996 г. всего более 30 газеты выпускали электронные версии газеты в Интернете. Кроме того, более 20 журналов также выпускали электронная версия в Интернете.

К 2000 г. появилось название «Сетевые СМИ», были признаны научными кругами, широко используется с 2001 г. К концу 2013 г. количество китайских интернет-пользователей достигло 618 миллионов, распространение Интернета достигло 45,8%.<sup>49</sup> Отсюда можно увидеть, что, с одной стороны, Китай является крупнейшим интернет-рынком в мире, в будущем имеет большие возможности развития, с другой стороны, Интернет в Китае, по сравнению с развитыми странами и регионами, еще значительно отличается, для нас развитие интернет СМИ является самым приоритетным.

В 20-летнем развитии Интернета в Китае можно выделить следующие 4 этапа:

Начальный этап – 1994-1998 гг.

Web1.0 – с 1999 по 2004 гг., интернет-портал, новостные сайты.

Web2.0 – с 2005 по 2009 гг., блоги, подкасты.

Web3.0 – 2010 г. до сегодняшнего дня, появление микро-блогов Weibo, Wechat, мобильных приложений.

В Китае мы обращаем большое внимание на развитие сетевых медиа: в стране насчитывается более четырехсот пятидесяти сайтов, которые каждый день производят более миллиарда единиц информации.

---

<sup>48</sup> Мин Дахун Развитие китайских сетевых СМИ // Жэньминь жибао. URL:<http://media.people.com.cn/n/2014/0317/c192370-24656837.html>.

<sup>49</sup> Чжан Ц. Размышление о социальных медиа // Любитель журналистики. 2009. №17. С.52.

На данный момент сетевые медиа-ресурсы можно разделить на следующие сегменты: 1) новостные интернет-медиа, например: интернет-версия «Жэньминь жибао», новостная сеть Синьхуа; 2) торговые сети, например: sina.com, Соуху (китайский поисковик, интернет-холдинг). В последние годы влияние новых социальных сетей неизменно возрастает. Появляются такие интернет-ресурсы, как, например, weibo (микроблог), Вичат (китайский мессенджер).

Теперь и другие сети развиваются также быстро, например, сайты, позволяющие каждому снимать видео в прямом эфире. Многие считают такие сайты привлекательными: все больше людей хотят попробовать эти новые технологии. Не сегодняшний день основное направление деятельности для сетевых медиа заключается в том, чтобы максимально соответствовать требованиям интернет-пользователей. Хотя в интернете много сайтов, предлагающих разнообразную информацию, но, тем не менее, интернет-пользователи требуют все нового контента.

В Китае теперь более семисот миллионов интернет-пользователей. При этом 91% из них имеют аккаунты в социальных сетях. По этому показателю Китай значительно обгоняет США, например, где аудитория соцсетей составляет всего 67%<sup>50</sup> от общего числа пользователей интернет. Появление мобильного интернета дало новый виток развития индустрии массмедиа. Каждый день мы получаем новую информацию, используем мобильные телефоны и смартфоны, наблюдаем за тем, какой информацией пользуются и делятся с нами друзья. Поэтому я считаю, что на сегодняшний день, информации, которую сетевые СМИ предлагают пользователям сегодня, совсем недостаточно. Остаются возможности не только для наращивания объема информации, но и

---

<sup>50</sup> 7 самых популярных сетей в Китае. 2015. 13. 07.URL:  
<http://enterchina.ru/blog/7-samyh-populyarnyh-socialnyh-setey-v-kitae/>

повышения качества.

Традиционным средствам массовой информации надо приспосабливаться к онлайн СМИ, а журналистам, работающим в традиционных СМИ, в условиях информационной конкуренции, надо научиться говорить о том, что близко человеку, особенно молодому, при этом живым и современным языком.

На недавно состоявшемся в китайском городе Гуанчжоу (район Тяньхэ) медиафоруме широко обсуждался вопрос технического сотрудничества и обмена информацией между СМИ двух стран России и Китая. между СМИ двух стран России и Китая. Этот форум организован газетой «Жэньминь жибао» при содействии российских информационных агентств. В мероприятиях форума приняли участие с китайской стороны журналисты и руководители ведущих средств массовой информации, включая газету «Жэньминь жибао», «Китайское международное радио», «Sohu», «Новости сегодня» и другие китайские СМИ, а с российской стороны – сотрудники «ТАСС», «Российская газета», «РТ», «Rambler & Co» и другие СМИ<sup>51</sup>.

На форуме, который проходил в дружественной атмосфере, заместитель руководителя «Жэньминь жибао» Кан Бин подчеркнул, что медиафорум – это одно из важных совместных мероприятий российских и китайских средств массовой информации, направленных на обсуждение в Интернете всесторонней информации между Россией и Китаем<sup>52</sup>. Созданная информационная платформа имеет целью развитие многосторонних отношений российских и китайских СМИ, способствующих реализации

---

<sup>51</sup> Sputnik Китай и China Daily открыли медиафорум в Гуанчжоу.  
URL:<https://ria.ru/society/20161028/1480187949.html>

<sup>52</sup> Там же.

проектов «Один пояс, один путь» и «Экономический союз Европы и Азии» и в целом вносит вклад в обмен между двумя странами.

Участники выразили надежду, на то, что на основе существующего сотрудничества будут углубляться личные контакты в журналистской среде, распространяться инновации и планироваться совместные проекты, нацеленные на обмена и сотрудничество. В последние годы ежедневные обмены между российскими и китайскими СМИ и сотрудничество между ними уже достигли определённых результатов, например, совместно с «Российской газетой» проведено такое мероприятие, как «началось сотрудничество с российскими коллегами из «Новости веб-сайта». «Год взаимодействия между российско-китайскими СМИ» стал новым импульсом для двусторонних отношений.

Международное радио Китая и Российское информационное агентство вместе создали российско-китайское новостное приложение. Это приложение является двуязычным, сообщает гражданам двух стран подробную информацию о настоящих событиях в России и Китае. Цель этого российско-китайского приложения- предоставить пользователям информацию, аудио и видео-контент о двух странах. Кроме того, Приложение также будет предоставлять услуги как социальная сеть и функционировать как торговая платформа. Заместитель главного редактора Российского информационного агентства «Спутник» Алексей Савицкий сказал, что приложение будет содействовать прогрессу взаимовыгодного сотрудничества в области китайских и российских СМИ, его выпуск ожидается в следующем году<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> Россия и Китай договорились о ста совместных проектах в медиасфере  
url:<http://minsvyaz.ru/ru/events/34116/>



В настоящее время, российское SPB-телевидение и Китайское центральное телевидение, информационное агентство Синьхуа установили отношения сотрудничества со СМИ и планируют в ближайшем времени провести переговоры с Фуцзянь, Шаньдун, Гуандун, Сычуань и Хэйлуцзян и местными средствами массовой информации. Многие лидеры китайских Интернет-СМИ проявили интерес к России. Заместитель главного редактора "Sohu" Нин Еэ сказал, что они будут показывать пользователям разнообразную информацию о России. В настоящее время сведений о России совсем недостаточно<sup>54</sup>. Он добавил, что необходимо искать пути для получения качественного контента. В прошлом году "Sohu" пригласили большое количество российских журналистов и редакторов на работу. Китайцы часто говорят: «дружба не зависит от расстояния, соседи всегда ближе друг к другу». В последние годы были объявлены «Год государства», «Год культуры», затем «Год медиа», благодаря которым межкультурные обмены между Китаем и Россией стали всё больше и больше укрепляться.

## 2.2. Проблемы социальных медиа

Одна из проблем социальных медиа – ложная (недостоверная) информация. Люди в массе своей, следуя автоматизмам и стереотипам, доверяют форме, не воспринимая критически суть. По сути, если средства массовой информации сказали – значит правда.

В современных цифровых коммуникациях всё более актуальным становится понятие «фактоид». «Это изначально несуществующий факт,

---

<sup>54</sup> Россия и Китай договорились о ста совместных проектах в медиасфере  
URL:<http://minsvyaz.ru/ru/events/34116/>.

который, будучи опубликованным в медиа, получает живую реакцию и оценку. А они, в свою очередь, влияют на картину мира и действия людей. Не так уж важна истина на самом деле, если эффект реален»<sup>55</sup> .

Проблема в том, что в интернете часто бывает ложная информация. Люди с трудом определяют, что правда, а что нет, особенно несовершеннолетние дети, которые легко доверяют любой информации. Так, например, Facebook сейчас столкнулся с большой проблемой ложной информации. Её выдают за информацию из официальных источников с официальных сайтов, используют сенсационные темы, чтобы привлечь внимание читателя, потом эти новости широко распространяют. Например, выборы в этом году в Америке. Facebook считается самой большой площадкой для распространения ложных слухов, отсутствует контроль за неправдивой информацией и проверка ложной информации, открыты двери для поддельных сайтов новостей, которые влияют на общественное мнение<sup>56</sup>.

В середине ноября, создатель Facebook Марк Цукерберг сообщил на своей странице, что компания Facebook будет выкладываться полностью в решении проблемы, касающейся ложных новостей в Facebook. Он сам предложил несколько способов борьбы с недоброкачественной информацией, во-первых, сотрудничать с журналистами и профессиональными агентствами, во-вторых, проводить факт-чекинг, поднимать качество статей в социальных сетях.

Понятие «факт-чекинг» пришло в новые медиа из традиционной журналистики. Точнее из принципов работы редакции: редакционный фильтр – необходимое условие в технологии работы журналиста. Технология

---

<sup>55</sup> Фактчекинг: 5 надежных способов проверить информацию  
<http://mag-union.ru/faktcheking-5-nadezhnyx-sposobov-proverit-informaciyu/>

<sup>56</sup> <http://lang-8.com/1218219/journals/268710716806760222996034074493798222796>

эта обусловлена этическими принципами: независимость, объективность, беспристрастность, точность. Благодаря соблюдению этих принципов появляется доверие аудитории и формируется репутация издания<sup>57</sup>.

Сегодня, эта функция стала доступна. По сообщению Facebook, сейчас компания сотрудничает с профессиональной компанией, которая называется International Fact-Checking Network (IFCN). Ее пригласили с целью контроля и проверки достоверности информации.

Главная часть этой системы – составление списка «возможных ложных новостей», в который входили: 1) сомнения интернет-пользователей; 2) недоверие профессионалов; 3) жалобы пользователей; 4) вирусное распространение информации<sup>58</sup>.

Здесь логика и инструментарий фактчекинга во многом совпадает с методологией и технологиями научной работы. Более того, «специализированный для историков курс по источниковедению может на порядок поднять уровень качества работы журналиста с источниками. Будь то живые собеседники или материальные носители естественного и искусственного происхождения»<sup>59</sup>.

Газетные утки, сплетни, слухи, домыслы, фактоиды, манипуляции, джинса, фейки несознательные и злонамеренные, технические ошибки и опечатки – всей этой нечисти противостоит фактчекинг. Это мощное оружие, которым, увы, зачастую не умеют пользоваться те, кто работает в сфере

---

<sup>57</sup> Фактчекинг: 5 надежных способов проверить информацию URL: <http://mag-union.ru/faktcheking-5-nadezhnyx-sposobov-proverit-informaciyu/>

<sup>58</sup> <http://lang-8.com/1218219/journals/307930786270531958712832162082306425902>.

<sup>59</sup> Фактчекинг: 5 надежных способов проверить информацию. URL: <http://mag-union.ru/faktcheking-5-nadezhnyx-sposobov-proverit-informaciyu/>

массовых коммуникаций<sup>60</sup>.

Чтобы овладеть искусством фактчекинга, нужно освоить и придерживаться следующих базовых правил:

1. Ищите первоисточник или подтверждение информации из нескольких независимых источников.

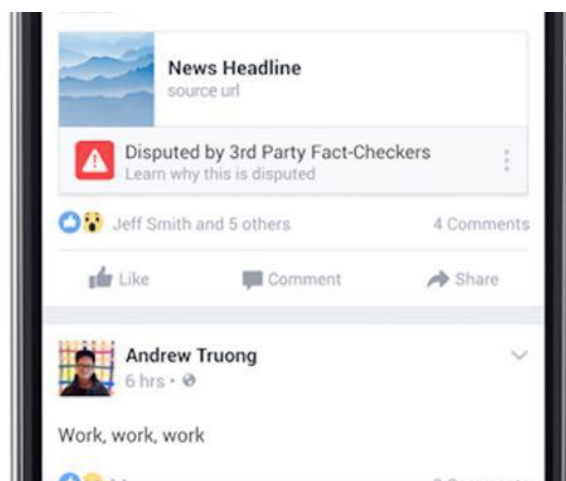
2. Спросите противоположную сторону.

3. Учитесь распознавать фейки.

4. Помните: точность фактов важнее сенсации

5. Используйте социальные сети осторожно<sup>61</sup>.

Если эксперты из членов IFCN определенно считают, что размещаемая статья сомнительная, они могут пометить статью под маркой «спорная», «дискуссионная». Когда пользователи начнут читать эту статью, то увидят пометку «спорная», эту статью пометил сотрудник фактчекинга.



<sup>60</sup> Фактчекинг... Что это такое? URL: <https://professional.ru/Soobschestva/biznes-klub/faktcheking-chto-eto-takoe/>

<sup>61</sup> Онлайн-методы проверки источников информации и контента. Факт-чекинг: виды и методы. среда, 8 июня 2016 г. URL: [http://drpsklibr.blogspot.ru/2016/06/blog-post\\_8.html](http://drpsklibr.blogspot.ru/2016/06/blog-post_8.html)

Следует отметить любопытный факт: такой способ проверки ложной информации weibo начал использовать раньше, чем Facebook. weibo был запущен в апреле 2012 г., ровно на четыре года раньше, чем Facebook:



Это не означает, что Facebook никогда не сталкивался с такой проблемой. В этой поисковой системе все время существует ссылки на мошеннические сайты, поддельные новости и спам, ответная стратегия технической группы Facebook заключается в том, чтобы позволить читателям жаловаться на подозрительные новости в Facebook, чем больше людей жалуются, тем реже статья появляется. В публикации дан совет: »для управления публикацией, на которую поступила жалоба, нажмите на уведомление и сделайте выбор:

- Вы можете не обращать внимания, удалив жалобу.
- Удалите публикацию
- Удалите публикацию и заблокируйте участника, создавшего ее».

Если вы хотите пожаловаться на публикацию на Facebook, найдите ее в обсуждении своей группы, нажмите и выберите **Пожаловаться на нарушения**. Помните, что жалобы анонимны". Система действует как

самоочищающийся механизм<sup>62</sup>.

Когда проходили всеобщие выборы США, было много поддельных новостей. С трудом можно было определить, какие новости являются правдой, а какие - нет. Иногда содержание новостей удовлетворяет вкусы многих пользователей Facebook, в этой ситуации эффективность самоочищающегося механизма значительно снижается. Поэтому очень нужны профессиональные органы, контролирующие порядок размещения информации.

Члены IFCN, первые участники из шести органов, а именно, ABC News, Ассошиэтед пресс, FactCheck.org, PolitiFact и Snopes и Washington Post, также являются приверженцами принципов IFCN. В общей сложности существует пять принципов проверки: 1) справедливость; 2) источник прозрачный; 3) финансируемые Организации не имеют права влиять на рассмотрение дела; 4) методология транспарентная (прозрачная); 5) принципы открытости и честности.

Facebook ни в коей мере не тратит деньги на то, чтобы его служба проверяла всю информацию. Для членов IFCN проверка фактов (информации) является их государственной службой. Несомненно, сотрудничество с Facebook выгодно, так как все результаты проверки фактов размещены на их сайте, и через опубликование в Facebook, они могут получить больше трафика.

Хотя для Facebook – это значительный шаг вперед в борьбе с ложными новостями, и это прорыв по сравнению с китайскими социальными сетями, – однако в Facebook остается еще много того, что можно улучшать. Например, в настоящее время, максимальное наказание за распространение ложных

---

<sup>62</sup> Пользователи жалуются на публикации в группе, администратором которой я являюсь. Как управлять подобными жалобами?  
URL:<https://www.facebook.com/help/223053947861592>

недостоверных новостей в Facebook только с помощью пометки ее как недостоверной или ограничения её опубликования<sup>63</sup>.

В 2014 г. weibo объявил о требованиях управления мошеннической и ложной информацией, в которых предусматривается, что, кроме ограничения публикации, пометок и удаления, наиболее суровым наказанием может стать запрет на публикацию записей или даже отмена регистрации на сайте.

В процессе разработки своих продуктов, многие вдохновляются именно Facebook, но в области ложной информации, Facebook был вдохновлен китайской социальной сетью Weibo. Например: Weibo позволяет публично общаться автору предполагаемой ложной информации и его изобличителю, вступая в аргументированный спор на основании доказательств:



Кроме того, Facebook как крупнейшая рекламная платформа в интернете, технически может наказать издателей недостоверных новостей следующим образом: удалить источник новостей или ограничить его в правах на

<sup>63</sup> <http://lang-8.com/1218219/journals/318977605890478277076603513669099310800>

размещение рекламы на Facebook и так далее.

Термин «порнография» имеет две составляющие: *porne* и *graphos*, которые с греческого переводятся, как «проститутка» и «пишу, отображаю»<sup>64</sup>. Следовательно, порнография – есть демонстрация работы проституток.

Около десяти лет назад главный советник *Morality in Media* Пол Дж. МакГиди представил весьма познавательную публикацию, в которой провел параллель между смыслом слова «порнография» и христианскими ценностями. «Всякий, кто смотрит на женщину с вожделением, уже прелюбодействовал с нею в сердце своем», – сказано в Евангелии от Матфея»<sup>65</sup>.

Таким образом, «порнография несовместима с религиозным воззрением и опасна для вечного спасения человеческой души. Помимо этого, порнография нарушает нравственность и разрушает семьи»<sup>66</sup>.

В 2010 г. компания Optnet провела собственное расследование и выяснила, что доля порнографии в мировом интернет-контенте составляет 37%. То есть, каждая третья веб-страница в Сети имеет непристойное содержание. По другим данным, на порнографию приходится только 12% всего интернет-трафика (что тоже, впрочем, не мало)<sup>67</sup>. Определить точную долю порно-трафика в Интернете не представляется возможным. Вместе с тем, очевидно, что даже несколько процентов порно-трафика – это сотни и

---

<sup>64</sup> Иванов А. Доступный интернет – угроза для детей. 2014. 30 апреля. URL:<http://www.hardnsoft.ru/soft/internet/30604/>

<sup>65</sup> Там же.

<sup>66</sup> Иванов А. Доступный интернет – угроза детской безопасности. 2014. 30 апреля. URL: <http://www.hardnsoft.ru/soft/internet/30604/>.

<sup>67</sup> Исследователи разоблачили миф об интернет-порнографии - ее объемы неисчислимы // RB-интернет. URL: <http://www.rusbg.com/internet/issledovateli-razoblachili-mif-ob-internet-pornografii-ee-obemi-n-eischislimi.html>



тысячи терабайт информации, что делает ее доступной каждому желающему.

По сообщению Жэньминь жибао, недавно новый круг «дневник об университете» и «дневник о белом воротничке (офисных работниках)» в Alipay вступили в силу, некоторые пользователи опубликовали непристойное фото. По этому поводу Alipay объявил: круг – это относительно открытое общество, оно отличается от других обществ, согласно регистрации настоящего имени. Alipay, заметив сообщение непристойного характера, в первую очередь может узнать и определить пользователя и принять меры к воспрепятствованию непристойности, и в то же время, сотрудничает с общими партнерами для создания здоровой окружающей среды в интернете. Согласно представленному на странице Alipay, «дневнику об университете», только студентке разрешается удалять записи. Другие пользователи могут поставить лайк или наградить. Пользователи, у которых кредитный рейтинг больше 750 баллов, могут рекомендовать его под записью<sup>68</sup>. А «дневник о белом воротничке (офисных работниках)» публикует только офисная работница. Это «свежее и оригинальное» правило привело к несвойственному поведению: непристойное фото можно увидеть повсюду. Конечно, такое явление в наше время в интернете уже больше не новость. Facebook, Wechat или другие социальные сети уже заполнены неприличными фотографиями или записями, они загрязняют окружающую среду интернета, мы хотим, чтобы разрешение данной проблемы можно было осуществить «интеллектуальным способом». В общем и целом причинами непристойного поведения являются личные интересы, пустое тщеславие. Многие пользователи «Круга» хотят получить премии в Alipay или красные конверты в Wechat и Weibo для того, чтобы привлечь к себе внимание, заслужить похвалу, заслужить аплодисменты, люди решаются поставить на кон собственное достоинство, переходят

---

<sup>68</sup> <http://lang-8.com/1218219/journals/329043720617219672192953840305278406352>

границы нравственности, выпускают свои непристойные фотографии, встают на скользкую дорожку<sup>69</sup>.

Таким образом, будучи членами социальной сети «Круг», мы должны управлять ею по методу кнута и пряника, основываясь на ее преимуществах. «Во-первых, государственным департаментам необходимо воспользоваться преимуществами интеллектуальных компьютерных передовых технологий для улучшения процесса проверки опубликованной информации и ее мониторинга, принять меры для проверки размещаемых фото, чтобы эффективно контролировать информацию в зародыше, никогда не пропускать неприличные фотографии в социальные сети».

В то же время усиление надзора над издателями неблагоприятной информации будет означать возможность полностью реализовать управление системой регистрации Интернет с реальными именами и включать в личные кредитные отчеты и «черный список», чтобы оппортунистические поджигатели плохой информации боялись вступить на неверный путь<sup>70</sup>

Во-вторых, правительству и поставщикам технологий необходимы компетентные руководители, чтобы увеличивать охват таких социальных сфер, таких, как спорт, материнство и других востребованных и популярных тем.

И в конце концов нам пользователям Интернета необходимо повысить культурный уровень и духовное развитие. Каждый стремится к красоте. Если только для своей личной выгоды, или тщеславия, игнорировать закон и быть на грани беззакония, то это уже неправильный поступок. Кроме внешнего вида, еще надо уделять внимание своему внутреннему развитию, а также

---

<sup>69</sup> Там же.

<sup>70</sup> Оппортунистическое поведение: виды, примеры, способы предотвращения.  
UR:<https://businessman.ru/new-opportunisticheskoe-povedenie-vidy-primery-sposoby-predotvra-shheniya.html>

улучшению качества жизни. Помимо постиков с фоточками, ты можешь читать хорошие книги, слушать классическую музыку, смотреть выступления известных людей, все это будет тебе очень помогать.

«В будущем различные социальные «круги» определенно станут неотъемлемой частью социальной жизни людей. У них свои преимущества - они позволяют быстро и эффективно обмениваться информацией. Мы должны управлять ими эффективно и с умом, а также строить надежную и безопасную сетевую среду»<sup>71</sup>.

«ВКонтакте» многое делает для борьбы с распространением порнографией. Около года назад быстрый рост аудитории «ВКонтакте» потребовал полной концентрации команды на масштабируемости и росте. Эти факторы создали благоприятную почву для сотен команд профессиональных спамеров, которые на какое-то время заполнили сеть. Многие из них распространяли порнографические материалы для привлечения людей на свои мошеннические ресурсы»<sup>72</sup>. В результате этой деятельности пользователи иногда могли при поиске даже безобидных видеоматериалов столкнуться с порнографическими файлами.

Создателям «ВКонтакте» удалось быстро локализовать проблему. «На борьбу с ней были брошены одни из наиболее талантливых разработчиков команды, которые создали самообучающиеся алгоритмы для противодействия спамерам. Были созданы модераторские интерфейсы для оперативного изъятия некорректных видеозаписей, на которые жаловались пользователи. Добровольцам из числа активных пользователей, а также активистам некоммерческих организаций были даны модераторские права

---

<sup>71</sup>

<sup>72</sup> 7 мыслей о порнографии // Частный корреспондент. 2017. 8 февраля.  
URL:[http://www.chaskor.ru/article/7\\_myslej\\_o\\_pornografii\\_vkontakte\\_i\\_v\\_internete\\_23272&ext=subscribe](http://www.chaskor.ru/article/7_myslej_o_pornografii_vkontakte_i_v_internete_23272&ext=subscribe).

для удаления порнографических видеозаписей»<sup>73</sup>.

«Пару месяцев назад была создана система анализа активности каждого пользователя, которая обращает внимание модераторов на подозрительные действия, связанные с распространением спама. Также был наложен запрет на приглашение в группы людей, которые не состоят в друзьях у приглашаемого. Злоключения спамеров усугубило и закрытие регистрации «ВКонтакте», которая теперь может совершаться только по приглашениям»<sup>74</sup>.

Модераторы «ВКонтакте» расчистили информационное поле от обилия порнографических материалов. Сотни поисковых запросов занесены в чёрный список, десятки тысяч видеороликов изъяты из перечней результатов поиска.

В результате сегодня найти порнографические материалы «ВКонтакте» сложнее, чем сделать то же самое при помощи более очевидных инструментов — поиска «Яндекса» или Google. Безусловно, при большом желании вы всё равно можете найти порнографию «ВКонтакте». Однако в результате слаженной работы модераторов и разработчиков порнография теперь никак не затрагивает пользователей, которые в ней не заинтересованы<sup>75</sup>.

**Насилие в сети интернет** - еще одна проблема. Насилие в сети интернет совершается во всех странах мира и остается одной из наиболее серьезных проблем современности. В раскрытии понятия «насилия» в Большом энциклопедическом словаре на первый план выносятся его социальные аспекты, т. е. «применение определенной социальной

---

<sup>73</sup> 7 мыслей о порнографии // Частный корреспондент. 2017. 8 февраля.  
[http://www.chaskor.ru/article/7\\_myslej\\_o\\_pornografii\\_vkontakte\\_i\\_v\\_internete\\_23272&ext=subscribe](http://www.chaskor.ru/article/7_myslej_o_pornografii_vkontakte_i_v_internete_23272&ext=subscribe)

<sup>74</sup> Все о порнографии «ВКонтакте». chaskor.ru. URL: <http://www.omn.ru/?p=12041>

<sup>75</sup> Все о порнографии «ВКонтакте». chaskor.ru. URL: <http://www.omn.ru/?p=1204>

группой различных форм принуждения в отношении др. групп с целью приобретения или сохранения экономики и политики господства, завоевания тех или иных привилегий»<sup>76</sup>.

Здесь же речь идет о том, что в праве насилие определяется, как «физические (телесные повреждения, побои) или психическая (угроза) воздействие одного человека на другого».

В Большом толковом психологическом словаре насилие трактуется следующим образом: «Насильственное нападение на человека. Обычно употребляется в отношении физических нападений, но фразы, подобные таким, как «вербальное нападение» и «психологическое нападение», встречаются все чаще<sup>77</sup>. В иллюстрированном словаре по психологии И. М. Кондакова «Склонность к насилию» объясняется как «характеристика личности, представленная готовностью причинить другому человеку психическую или физическую боль<sup>78</sup>. Интересно, что американский психолог Р. Харрис понимает под термином «причинение намеренного физического ущерба другому человеку. Мы исключаем из него случайное причинение боли, так называемое «психологическое насилие» и вандализм по отношению к чужой собственности<sup>79</sup>. За жестокостью поведения всегда скрыты агрессивные мотивы. Когда мы пользуемся интернет, то наблюдаем акты насилия непосредственно и видим их агрессивную суть.

---

<sup>76</sup> Большой энциклопедический словарь. – 2-е изд., перераб. и доп. М. : Большая Российская энциклопедия; СПб. : Норинт, 2004. С.16; Пшеничников А.В. Понятие и сущность социального насилия // Вестн. Кемеровского гос. ун-та. 2013. Выпуск № 2 (54) Том 1. С. С.239-243).

<sup>77</sup> Большой энциклопедический словарь... С. 19.

<sup>78</sup> Кондаков И.М. Психология. Иллюстрированный словарь / И.М. Кондаков. СПб. : «прайм-ЕВРОЗНАК», 2003. С. 10.

<sup>79</sup> Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. – С. 300)

Ученые Кембриджского университета интерпретируют насилие как: «1) применение силы, чтобы нанести телесные повреждения, вызвать смерть или разрушение (физическое насилие); 2) причинение сильного эмоционального вреда или вреда психике, например, сильное унижение, лишение чего-либо, промывка мозгов), надругательство, осквернение или открытое неуважение, т. е. «совершение насилия» над чем-нибудь, ценным, священным»<sup>80</sup>.

Слово «информация» (от лат. *informatio* – разъяснение, изложение) имеет множество значений. В повседневной практике оно часто употребляется для обозначения разнообразных данных о явлениях и процессах, происходящих в природе и обществе. В этом контексте информация неотделима от деятельности людей, способных устно, письменно или каким-либо иным способом обмениваться друг с другом необходимыми сведениями<sup>81</sup>.

По определению составителей Большого энциклопедического словаря, с середины XX в. информация – это общенаучное понятие, включающее обмен сведениями между людьми, человеком и автоматом, автоматом и автоматом; обмен сигналами в животном и растительном мире; передачу признаков от клетки к клетке, от организма к организму; одного из понятий кибернетики. В XX в. информацию начали осмысливать в качестве всеобщего свойства материи, наряду с движением, пространством и временем, а также в тесной связи с феноменом отражения – способностью одних материальных систем в процессе взаимодействия запечатлевать, сохранять и накапливать в своей структуре следы воздействия других<sup>82</sup>.

---

<sup>80</sup> Виноградова С., Мельник Г. Теленасилие как фактор влияния на агрессивное поведение // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2009. Выпуск 7-8 (86-87). С.19.

<sup>81</sup> Виноградова С., Мельник Г. Там же.

<sup>82</sup> Виноградова С., Мельник Г. Теленасилие как фактор влияния на агрессивное поведение // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2009. Выпуск 7-8 (86-87). С.19.

Информационные процессы, характерные для живой и неживой природы, предполагают наличие структуры, упорядоченности и организации. Эти особенности присущи и информационной модели человека. Мы отличаемся от других живых существ не только интенсивностью потребления и переработки сведений об окружающем мире (особенно благодаря развитию сознания в его единстве с целесообразной деятельностью), но и зависимостью от информации, в том числе той, которая накоплена другими <sup>83</sup>.

В рамках рассматриваемой проблематики особое место занимает разговор о социальной информации. Российские авторы видят ее основополагающие черты в том, что она «производится в процессе человеческой деятельности, отражает факты с точки зрения их общественной значимости и служит для общения между людьми и достижения ими своих целей, обусловленных их социальным положением» <http://www.studfiles.ru/preview/3114030/>. Обладая таким прагматическим качеством, как ценность, информация тесно связана с потребностями, интересами и мотивами.

Таким образом, понятие «насилие в сети интернет» не только не противоречит рассмотренному категориальному ряду, но и логически вытекает из него. Можно сделать вывод, что «информация, циркулирующая в обществе и ретранслируемая массмедиа, в значительной степени обуславливает тот или иной тип человеческого поведения, а значит, она способна стимулировать и деструктивное поведение» <sup>84</sup>.

---

<sup>83</sup> Буравлева Д. Информационные процессы в живой природе. Понятие информационного процесса URL: <http://fb.ru/article/240131/informatsionnyie-protsessyi-v-jivoy-prirode-ponyatie-informatsionnog-o-protsesssa>

<sup>84</sup> Виноградова С., Мельник Г. Теленасилие как фактор влияния на агрессивное поведение // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2009. Выпуск 7-8 (86-87). С.19

Социальные сети в КНР возникли не так давно, но нам сложно представить, как мы существовали без них раньше. Мы изучаем социальные сети как средство публичной коммуникации между людьми, как инструмент влияния на общественное мнение. В свете такого подхода для нас важны активные пользователи – те, кто очевидным образом проявляет свою позицию и выражает свое мнение путем размещения открытого контента (публичных сообщений) в социальных медиа <sup>85</sup>.

Социальные сети быстрыми темпами обошли по временным показателям и количеству пользователей телевидение и радио, и этот показатель ежесекундно растет и большинство людей использует социальные сети ежедневно для достижения какой-нибудь цели.

Мы часто видим оскорбления и клевету под записями звезд. Недавно, китайский актёр покончил жизнью самоубийством, причина его самоубийства еще не известна. Одна его подруга не опубликовала запись о его смерти. С одной стороны, некоторые интернет-пользователи её ругают, упрекают в том, что она не заботится о своем друге, задают вопрос, почему не опубликовала что-нибудь о нем, раз она была близкой подругой.

С другой стороны, другие интернет-пользователи считают, что это касается социальных сетей, она, несомненно, находится под большим давлением. Почему ей нужно публиковать запись, чтобы доказать правду? Она подвергалась резкой критике. После этого она не опубликовывала записи несколько дней. Влияние насилия в интернет становится всё сильнее и сильнее в наше время. Наибольшее количество интернет-насилия происходит над знаменитыми людьми в Китае. Но в Америке в 2000 г. уже произошло такое событие. В Массачусетсе девушка, которая училась в высшей школе, покончила с собой из-за насилия в

---

<sup>85</sup> Социальные сети в России сегодня: цифры, тренды, прогнозы. 2014. 2 апреля.  
URL:<https://habrahabr.ru/company/palitrumlabs/blog/217923/>



интернет, потом такие происшествия стали происходить всё чаще, люди начали привыкать к этой ситуации, так как они осознали, что в социальных сетях всегда есть плохие и злобные комментарии, и мы ничего не можем делать, только терпеть такое психологическое давление. В США есть такое шоу, где звезды читают комментарии под своим записями. Некоторые из звезд совсем еще маленькие, но они переживают эти плохие и незаслуженные комментарии каждый день.

Если вы возмущены, то можете обратиться к друзьям и поговорить с ними. Выпуская «пар» через Интернет, возможно случайно вы можете ущемить права других или вызвать негативные и даже трагические последствия: жертвы насилия в Интернете могут даже покончить с собой в реальной жизни. Всем известен результат функционирования сайтов «Синий кит», жертвами которого стали несколько десятков подростков, в том числе в России, а устроители этих сайтов были уголовно наказаны.

По статистике КИЦ (Китайский Информационный Интернет-центр), размеры суточной аудитории Интернета по Китаю достигают 90 млн. человек, месячной – 104 млн. человек, а полугодовой – 118 млн. Китай входит в число стран-лидеров по ежегодному приросту интернет-аудитории. Количество интернет-пользователей уже достигло 780 млн. Журналисты, которые работают в Компании NANFANG Media Group, сделали социальный опрос про насилие в интернет, они опросили людей, которые живут в Гонконге и Шэньчжэне. Объём выборочной совокупности человек составил 2000. Узнали, что 73,7% человек видели события о насилии в интернете (как зрители), 63,7% человек сами стали жертвами насилия в интернете, 17% человек оскорбляли других в интернете<sup>87</sup>.

---

<sup>87</sup> На самом деле эти молва и толки его долго мучают  
URL:<http://lang-8.com/1218219/journals/37545752632872673817475389217142066896>.

Специалисты Национального института педиатрии США также провели исследование о насилии в сети Интернет, в ходе которого было установлено, что люди переносят издевательства в интернете гораздо хуже, чем при личном контакте.

В ходе исследования были проанализированы ситуации, произошедшие у четырех с половиной тысяч американских детей и подростков в 2005-2006 гг. «В отличие от традиционных издевательств, которые обычно включают в себя конфронтацию лицом к лицу, кибер-жертвы не могут определить обидчика. Отсюда их чувство еще большего одиночества, незащищенности и беспомощности в момент нападок», – сообщают исследователи<sup>88</sup>.

При этом шутки хулиганов оборачиваются для оскорбленных детей снижением успеваемости в школе. В 2010 г. более 20% американских школьников подвергались физическим унижениям как минимум раз за два месяца, 53% терпели словесную травлю, 51% объявили бойкот, а 13,6% переживали из-за анонимных угроз по интернету или телефону <sup>89</sup>.

Конечно, теперь из-за большой конкуренции или других причин, каждый находится под напряжением, им нужен выход, чтобы снизить психологическое давление, но это не предлог, чтобы оскорблять и клеветать друг на друга.

---

<sup>88</sup> Исследование: Люди переносят издевательства в интернете хуже, чем при личном контакте:<http://forum.lvivport.com/threads/issledovanie-ljudi-perenosjat-izdevatelstva-v-internete-xuzhe-chem-pri-lichnom-kontakte.67185/>

<sup>89</sup> Травля в интернете огорчает больше реальной // Thomson Reuters. 2017.  
URL:<http://ru.reuters.com/article/idRURXE68K0WF20100921>

## **Глава 3. Китайские социальные медиа в ретроспективе и перспективе**

### **3.1 .Этапы развития социальных медиа в КНР**

Развитие социальных сетей привело к изменению и диверсификации социальных инструментов и форм, началась волна развития сети. В эпоху развития научных технологий, социальные сети также постепенно осуществляют электронную коммерцию в мобильных сетях, предлагая оптимальные услуги для людей. Благодаря Интернету мы вступили в эпоху социальных сетей, более эффективную, чем прежняя эпоха веб-порталов и поисковых сервисов. Академия общественных наук КНР опубликовала доклад о развитии новых средств массовой информации в Китае (2010), где было указано, что социальные сети стали горячими точками продвижения Китая в Интернете в 2016 г., а возможность отправлять мгновенные сообщения стала платформой для прорыва социального общения<sup>90</sup>. В ходе проведения социального эксперимента, в котором количество людей, которые проводят общение лицом к лицу, гораздо меньше, чем общение в социальных сетях. Это означает, что социальные сети будут заменять традиционные СМИ и играть важную роль в нашей жизни, в то же время иметь значительное влияние в мире.

Социальная сеть является платформой связи между друзьями, родными, торговцами, партнерами и т.д. Она состоит из сети знакомых пользователей, основное содержание страниц которых составляют фотографии, приложения с играми - всё это существует для того, чтобы помочь людям выстроить отношения в социальных сетях в Интернете. Значимость социальных сетей определяется тремя основными показателями: во-первых, информация

---

<sup>90</sup> Развитие социальной сети в Китае.

USL:<http://www.yantawmb.com/ztnews/hqrlkrpskkfgfsjdqpppnefi.html>

(личная или рабочая); во-вторых, надежная сеть (в том числе друзей, партнеров и коллег, и т.д.); в-третьих, технологии<sup>91</sup>. В нашем исследовании мы разделили социальные сети можно разделить на два вида: социальные сети для личного пользования и социальные сети для профессиональных кругов. Различные виды социальных сетей имеют различные формы.

Социальная сеть прошла три волны в Китае, а именно: Yiyou, duoduooyou и другие 10 других сайтов, открывали первую волну сетей, потом появились MySpace, Renren. Это символ начинания второй и третьей волны сетей. Социальные сети являются наиболее важными приложениями для коллективных сетевых приложений. На пути своего развития, каждая успешная социальная сеть будет быстро развиваться рядом с другими социальными сетями.

#### Характеристики социальных сетей в настоящее время

1. Социальные сети непосредственно связаны с межличностными отношениями. По коммуникации межличностного общения и сети социальной коммуникации тесно связаны. Межличностное общение - это передача информации или эмоций, вербальных или невербальных, между двумя и более людьми, оно может не только обеспечить распространение информации, но также достичь точности распространения информации, когда каждый человек является создателем и получателем информации, повлиять на других и получить указания от других почти одновременно. Хотя простое межличностное общение не может стать инструментом коммуникации в социальной сети, но его частные, интимные, интерактивные, социальные и прочие подобные характеристики создают хороший эффект межличностного общения, который в свою очередь может принести ощущение внутренней близости и доверия людей.

---

<sup>91</sup> Развитие социальной сети в Китае

<http://www.yantawmb.com/ztnews/hqrlkrpskkfgfsjdqpppnefi.html>

## 2. Сервис концепции – «сперва – клиент».

Социальная сеть – это сетевая служба на основе межличностных отношений, ядро социальной сети в том, что пользователь создает ценность, значение пользователя значительно возрастает<sup>92</sup>.

Если в блоге, QQ, BBS самым главным является содержание, требуется больше личного выражения, то ключевая особенность социальной сети – ее система управления пользователями, которая придерживается концепции «сперва – клиент», чтобы организовать и распространять информацию в зависимости от типа пользователя и его поведения, удовлетворять разные, персонализированные потребности пользователя. Это является ее основой. Например, вся архитектура информации Facebook (известная социальная сеть) является типичной, ориентированной на пользователя, главным образом, в трех аспектах: во-первых, ясное позиционирование продукта: пользователи узнают информацию о веб-сайте, решают, сколько времени оставаться на каждом веб-сайте; во-вторых, уровень содержания и четкое выражение обращения: пользователь анализирует структуру информации, учитывает дизайн веб-сайта и распределение всесторонней информации; в-третьих, информационный канал разблокирован: реализован свободный переход между ссылками, избегая возникающие препятствия в процессе пользования.

### 1. Интеграция реальности в социальные сети.

Социальные сети являются продуктом деятельности нашей жизни, и они всегда тесно связаны с темой самого человека. Можно даже сказать, что сообщество пользователей социальных сетей является своего рода «союзом свободных людей». В тоже время, социальные сети все больше становятся обыденной частью нашей повседневности, как на работе, так и в

---

<sup>92</sup> Се Г., Чэнь Х. Социальная сеть и общество. Шанхай: Изд-во Шанхай Цзяотун университета, 2013.

личной жизни, и снова деятельность в реальности приобретает все большее значение. \_

## 2. Направления развития социальной сети.

Развитие мобильного Интернета является подавляющим, и социальная сеть играет все более важную роль в обществе.

1) сайты мобильных социальных сетей доминируют на основном рынке. По статистике CNNIC, 21-развитие статуса интернета в Китае, сейчас количество пользователей китайских приложений мгновенных сообщений достигло 81,4%, превысив количество пользователей поисковых систем, электронной почты и онлайн музыки, вторым стали ведущие сетевые приложения, их пользователи достигли 170 млн. <sup>93</sup> .

Исследование на тему «что Интернет-пользователи делают первым делом в Интернете?» показало, что 39,7% Интернет-пользователей считают систему мгновенного обмена сообщениями приоритной, для большинства Интернет-пользователей социальные сети являются первой Интернетной платформой. В настоящее время в Китае насчитывается более 520 миллионов мобильных пользователей, среди них более 40 миллионов пользуются мобильным Интернетом<sup>94</sup>.

По данным Analysys International, опубликованным в Китае о чтении с мобильного телефона в 2010 г. стало ясно, что приложения для чтения в мобильных телефонах стали самыми популярными мобильными приложениями в Интернете. Количество пользователей, которые заходят в читательские приложения 1 раз или больше за день достигло 45%<sup>95</sup>. Можно

---

<sup>93</sup> CNNIC URL: <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/>

<sup>94</sup> что Интернет-пользователи делают первым делом в Интернете ?  
URL: [http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/201701/t20170122\\_66437.htm](http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/201701/t20170122_66437.htm)

<sup>95</sup> Чтение в телефоне. URL: <https://www.analysys.cn/college/activitiesdetail?id=20012382>

прогнозировать, что с популяризацией средств связи 3G 4G, скорее всего, среди форм использования телефонов в Китае, как средства коммуникации, мобильного устройства для чтения становится все более распространенными.

Эта тенденция показывает, что мобильное устройство представляет собой платформу, которая соединяет потребности в чтении и производство литературы, создает условия индивидуального спроса для людей.

### 3. Электронная торговля в социальных сетях.

Электронная торговля рассматривается как одна из самых прибыльных бизнес-моделей в Интернете, социальная сеть является новой тенденцией развития Интернета в настоящее время, а сочетание денег и технологий создаст больше возможностей для бизнеса и будет способствовать обширному развитию социальных ресурсов.

В настоящее время объединение социальных сетей и электронной торговли достигает социального и экономического эффекта, становится более однородным. Электронная коммерция создает информационную платформу, позволяющую людям в большой сети осуществлять обмен между двумя сторонами спроса и предложения, комбинации поставок и позволяет каждому предприятию или каждому пользователю найти подходящий продукт для себя, удовлетворяющий их потребности в продукции и услугах высокого качества.

Социальные сети также могут распространяться через личные рекомендации для достижения быстрого распространения, и когда продукт завоевывает хороший имидж, расширить круг покупателей продукта для достижения спонтанного рекламного эффекта. Так как этот подход формируется через свой собственный опыт и доверие как краеугольный камень такого формирования, вторичное потребление и распространение очень легко будет осуществляться в этой среде, таким образом, что можно

очень быстро достичь в определенных кругах потребителей создания хорошего имиджа, чтобы установить более высокую степень эмоционально окрашенной информированности.

4. Сайты социальных сетей являются более открытыми, а социальные услуги являются более четкими.

Социальная сеть Renren получила крупную инвестицию в Китае, открыла путь к дальнейшему развитию сетевых отношений и послужила примером для остальных. Этот режим позволяет плагинам (plug-ins) обогатить функцию социальной сетевой платформы. При этом достигается идеальное сочетание потребления и социальных услуг; с помощью социальных сетей участники могут даже общаться с интернет-пользователями - третьими лицами. Благодаря своему социальному и универсальному характеру, социальная сеть является всеобщей и доступной, независимо от спроса. Социальные сети широко распространены.

С точки зрения ученых все выглядит очень оптимистично: Twitter, Jiwai и Xiangwen откроют свою платформу и смогут передавать информацию на другую платформу. Эта модель значительно улучшает функции социальных сетей и расширяет социальное общение.

Прогресс науки и техники, нацелен на бесконечный прогресс, поэтому социальная сеть получает непрерывное развитие, позволяет самосовершенствования. Несмотря на всевозможные трудности и проблемы, в будущем пути развития социальных сетей блестящие, и они дают людям более богатые возможности для коммуникации.

Появление сетевых технологий стало важной частью новой эпохи третьей технологической революции: пространство и время для распространения информации больше не является ограничением. Различные



сетевые ресурсы удовлетворяют многочисленные социальные потребности общества. По данным 31-го статистического доклада о развитии Интернета в Китае, к началу 2013 г. количество китайских интернет-пользователей приблизилось к 821 млн. В то же время количество мобильных интернет-пользователей достигло 492 млн. человек. Огромное количество мобильных устройств, ставших крупнейшим интернет-терминалом, пришло на смену планшетам и настольным компьютерам.

Новые средства массовой информации, развивающиеся на Интернет-пространстве, активно конкурируют с традиционными СМИ и даже имеют перед ними преимущество. Традиционное распространение информации осуществляется на единой коммуникационной платформе, а система сетевого распространения информации на разных платформах, которые не имеют ограничения и, к тому же, независимы. Появляются не только особые требования к контенту, но и новые подходы в работе с аудиторией. Традиционные СМИ вынуждены успевать за Сетью, так как сталкиваются сегодня в большими потерями потребителей и существенным уменьшением доходов от рекламы.

Десятки традиционных СМИ формируют свои аккаунты на Фейсбук. Новым явлением в коммуникационной среде стало появление трансмедиа, то есть использование двух и более типов СМИ для освещения событий (Твиттер как тип смешения телевидения и социальных медиа). Появляются новые конвергентные агентства с мультимедийным комплексом. Сетевые медиа создают новые условия для самогенерируемого политического, экономического, культурного сообщения. Аудитория трансформируется под влиянием социальных медиа и приобретает свойства субъектов, которые могут повлиять на направление и характер социальных коммуникаций. Одно из преимуществ сетевых медиа – мгновенная реакция аудитории. Если задача традиционных СМИ донести информацию до потребителя, то задача сетевых заинтересовать, заставить их самих искать

информацию, то есть аудитория пассивная превращается в активную. Сейчас мы можем в любое время, в любом месте найти способ получить и распространить информацию.

Реагируя на новые привычки потребления информации, новые медиа позволяют людям проявлять в сетях свою активность, выступать авторами текстов. Кроме того, пользователи Сети в состоянии самостоятельно размещать свои новости, вести блог, запускать групповой чат, причем в любое время. Эти новости или записи вполне могут стать важным источником информации для традиционных СМИ.

В классических средствах массовой информации тексты подвергаются редактированию; особые требования предъявляются к формам презентации материала (жанрам). Эти формы значительно отличаются от используемых в сетевых медиа, которые предпочитают малые, компактные формы.

Дискуссионным остается вопрос о силе социальных медиа. В последнее время эти медиа используются в качестве координаторов протестных движений, однако их эффективность в этом процессе не всегда очевидна. Всякий раз, когда наблюдается рост политической активности в сетевых медиа, государства усиливают контроль над их деятельностью. Например, Китай, видя угрозу стране, блокировал сайт The New York Times. С начала 90-х в стране создаются система фильтрации нежелательной сетевой информации и условия для самоцензуры пользователей.

Вместе с тем, традиционные СМИ имеют свои достоинства. Большинство людей доверяют им больше, чем Интнет-источникам, относятся лояльнее к привычным культурным кодам, заложенным в привычных СМИ. Поэтому важно не утратить это преимущество.

В наши дни, социальные сети сильно влияют на жизнь людей. Сейчас

на автобусных остановках, в ресторанах, на улицах и даже в машинах можно увидеть любителей мобильных устройств, приклеенных к социальным сетям, читающих новости и играющих в игры. По мере того, как смартфоны обретают все больше мощных функций, число любителей мобильных устройств продолжает расти. По статистике, опубликованной Китайским Информационным Интернет-центром от июля 2013 г., средняя продолжительность пользования социальным сетям на душу населения за неделю составляла 12 часов. 80% пользователей выходят в Интернет в крайней мере один раз в день, а 60% пользователей используют их много раз в день.<sup>96</sup> Лёгкие и изящные устройства, позволяющие общаться в социальных сетях даже находясь в пути. В Китае уже очень много разных социальных сетей, между ними, wechat, weibo and QQ – самые популярные социальные сети<sup>97</sup>.

Социальные сети в КНР возникли не так давно, некоторые эксперты условно разделяют развитие социальных сетей на 3 части<sup>65</sup>:

первая – это социальные сети середины 90-х годов, пионеры с самым простым функционалом;

вторая – это создание социальных сетей с более широким функционалом для базового взаимодействия (в период с 2000 г. и до наших дней);

третья часть – это социальные сети, которые решают конкретные проблемы: поиск сотрудников (бизнес-сети), игры (игровые сети), поиск информации (контент-сети) и т.д. По этой теории сейчас мы постепенно переходим со второго этапа на третий.

---

<sup>96</sup> Вэй В. Социальные медиа. Пекин, 2011. С. 189.

<sup>97</sup> Пользователи интернета в мире. URL:  
[http://www.bizhit.ru/index/polzovateli\\_interneta\\_v\\_mire/0-404](http://www.bizhit.ru/index/polzovateli_interneta_v_mire/0-404)

В эпоху web 1.0 где-то в середине 90-х гг. появились BBS (электронная доска объявлений). По сравнению с e-mail его способ подачи информации был абсолютно другой. У BBS множество достоинств, одно из которых заключается в том, что система собирает информацию в одном месте. Это очень удобно для пользователей, поскольку так они могут быстро просмотреть важную информацию. BBS помогает людям экономить время. В тот время, Tianya, Maoru и Xici hutong были типичными китайскими BBS. И по сегодняшний день Tianya оказывает большое влияние на пользователей Китайских социальных сетей. В марте 1993 г., Хин Мин (создатель BBS Tianya), фанат-компьютерщик и владелец акций, решил создать такую электронную площадку для общения, где можно обмениваться информацией об акциях. Программа общедоступная, и скоро стала популярной. К 2000 г. на территории КНР насчитывалось не менее тысячи электронных досок. Перед 2006 г., большинство людей обратили внимание на BBS<sup>98</sup>. Затем возникли другие социальные сети, BBS постепенно деградировал.

С прохождением времени и развитием интернет-технологий совершенствовалось и общение людей в сети. Следующим этапом стало появление так называемых различных форумов и блогов. Китайские социальные сети поступили в новую эпоху. В 1995 г. в США открылся портал Classmates, китайским аналогом которого считается сайт RenRen. Именно RenRen заложил фундамент нового качества интернет-общения. Данный проект получил успех и славу, так как давал немалые возможности, чем тогдашние социальные сервисы.

Но самый бум в области социальных сетей пришёлся на 2003 г. – дата основания мировых сетей FaceBook и MySpace. Facebook и Myspace,

---

<sup>98</sup> Се Г., Чэнь Х. Социальная сеть и общество. Шанхай: Изд-во Шанхай Цзяотун университета, 2013. 353 с.

которые предлагают множество функций, с помощью которых пользователи могут взаимодействовать между собой<sup>99</sup>. Спустя 6 лет появился китайский микроблог weibo. 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. Главное, что привлекает китайских пользователей социальных сетей – это возможность свободно перемещаться по portalу, читать новости, посещать странички зарегистрированных пользователей. В январе 2011 г. появилась социальная сеть wechat WeChat – мобильная коммуникационная система для передачи текстовых и голосовых сообщений, разработана китайской компанией Tencent. WeChat поддерживает текстовые сообщения, передачу голосовых сообщений, рассылку сообщений множеству адресатов, возможность делиться фотографиями и видео. Есть возможность обмениваться контактами через Bluetooth и, при желании, имеются разнообразные способы установления контактов со случайными людьми. Сервис интегрирован с социальными сетями такими как Facebook и Tencent QQ. Есть возможность обрабатывать фотографии фильтрами и добавлять к ним надписи, также в WeChat доступен сервис машинного перевода. Сегодня эти сети стали неотъемлемой частью жизни многих людей во всех точках Земного шара. Теперучастники сети не просто общаются с интересными для него людьми, но и делятся с ними видео, музыкой, изображениями и прочими плодами искусства.

Популярной социальной сетью В Китае является: weibo – крупнейшая китайская социальная сеть. QQ – первая социальная сеть Китая. До появления Weibo, QQ zone являлся наибольшей сетью в китайской части интернета. Он создан на базе портала QQ и отчасти интегрирован с остальными сервисами. Данный сервис довольно прост, но от этого его

---

<sup>99</sup> Сравнение социальных сетей. URL:<http://www.sphinx.su/node/2324>

известность не понижается.

Теперь среди самых популярных китайских социальных сетей являются weibo ,wechat и QQ.

### **3.2. Особенности и классификация китайских социальных медиа**

По отчету о китайских социальных сетях, виден, в значительной степени, непрерывный рост уровня зрелости пользователей социальных сетей, рост взаимоотношений в социальных обществах укрепляются, больше и больше людей привыкает к просмотру информации в сети на телефоне. Многие социальные сети создали свои приложения, которые доступны на смартфонах, а также на телефонах с девайсами Android, BlackBerry, Windows Phone и Symbian. Китайские социальные сети имеют обычные функции, такие как facebook и twitter, они позволяют легко общаться в сети с друзьями, бесплатно отправлять текстовые сообщения, моменты, фотографии, помимо того, что китайские социальные сети имеют свои особенные функции, к примеру, wechat предлагает бесплатные голосовые и видеовызовы, также и бесплатные звонки высокого качества в любую точку мира. Это очень удобно для общения, особенно если ты идёшь по улице и спешишь на работу, и у тебя нет времени печатать на телефоне. Хороший выбор в этом случае, отправить голосовые вызовы. Wechat предоставляет самый высокий уровень контроля над вашими личными данными. Это единственное приложение для обмена сообщениями, сертифицированное TRUSTe. Высокая конфиденциальность также выражается в том, что когда ты посылаешь пост, можешь решить, кто сможет увидеть его и кто не сможет, и ты выделишь их в разные группы. Таким образом, твои посты будут доступны только определённым группам или указанным лицам.

Крупные социальные сети Китая давно и прочно завоевали

популярность и имеют высокие рейтинги. Они не боятся конкуренции со стороны Facebook и Twitter. Статистика указывает, что на сегодня число зарегистрированных на Facebook пользователей из Китая составляет всего 523000 человек. Для 1300 млн. населения Китая это очень мало. В списке 20 самых популярных в Китае сайтов, Facebook занимает 16 место, а Instagram вообще отсутствует<sup>100</sup>. Так как на территории Китая возникают свои социальные сети, новостные блоги, интернет магазины и прочие ресурсы, которые характерны для интернета.

**Вывод. Социальные медиа – это неотъемлемая часть интернет-сообщества Китая (причем, это страна с огромной численностью населения), китайские социальные медиа доминируют над своими зарубежными конкурентами и используются для многих целей.**

### **3.2. Общение и коммуникация**

Данный формат социальных медиа одним из первых предложил пользователям создать бесплатный персональный мини-сайт, который позже стал известен как профиль. Сети взаимоотношений стараются предложить пользователям максимум возможностей в пределах одной платформы. Facebook главенствует в мире, но в Китае две главных социальных сети – это RenRen и Kaixin. RenRen больше используется для поиска друзей школьных лет, в то время как Kaixin применяется для офисного или профессионального общения.

Не так давно блоггинг был невероятно популярен; на его последнем

---

<sup>100</sup> Ли К. Микроблоггинг меняет все. Шанхай: изд-во Шанхайского университета финансов и экономики, 2011. 186 с.

всплеске более половины интернет-пользователей утверждали, что они регулярно пишут о происходящем с ними в блогах. Но этот формат теряет свои позиции, главным образом, из-за растущей популярности микро-блогинга. В то время как в мире в этом жанре главенствует Twitter, в Китае лидером этой сферы является ресурс SinaWeibo<sup>101</sup>. Пользователям нравятся его интерактивные сервисы, которые не ограничиваются написанием кратких сообщений и включают в себя игры и видео. Доля времени, проводимого в интернете, конечно, влияет на использование Weibo (по статистике, 25 миллионов интернет-пользователей являются микроблогерами<sup>102</sup>), что наносит значительный ущерб «традиционным» социальным сетям RenRen и Kaixin.

Таблица 1.

### Структура социальных сетей Китая

Weibo – самая популярная социальная сеть в Китае с огромными возможностями для бизнеса.
Wechat – популярнейшая социальная сеть на постсоветском пространстве
Zhihu – социальная сеть, где пользователи могут зарабатывать на авторском контенте.

<sup>101</sup> Как социальные медиа в Китае помогают построить бренд  
 Подробнее: <https://adindex.ru/publication/interviews/media/2013/01/29/96342.phtml>

<sup>102</sup> Gane N., Beer D. New Media: The Key Concepts. Bloomsbury Academic, 2008. 192 p.



Pengyou – вы можете создать микро-сообщество для друзей, членов семьи, или коллег по работе.
51 com- вторая по популярности сеть деловых контактов.
RenRen – популярная социальная сеть для знакомств
Kaixin – одна из самых популярных социальных сетей в КНР.

### 3.3. Видео- и фото- контент

Данный вид социальных медиа дает пользователям широкие возможности для обмена видео- и фото-контентом. Отличительной особенностью является также и масштабирование контента: некоторые предлагают публиковать короткие видеоролики, другие дают вам возможность создать собственный видеоканал. Сюда относятся Meipai, In, Youku, Tudou, Kuaishou, Miaopai<sup>103</sup>. Видео-контент не только открывает новые возможности для коммуникации с аудиторией (видео-ответы, освещение событий в реальном времени, UG-контент и т.д), но и значительно увеличивает показатели вовлеченности. Согласно статистике SocialBakers, видео-посты получают больше органического охвата, чем другие виды публикаций. По мере того, как онлайн-видео становится средством развлечения, разгорается дискуссия о том, как в этих новых условиях меняется потребление телевидения. Она усиливается по мере того, как заядлые зрители онлайн-видео формируют новый класс потребителя, который все меньше склонен смотреть телевизор и

<sup>103</sup> Виды социальных сетей: классификация и представители. URL: <http://tanya-mass.livejournal.com/2494757.html>

вместо этого выбирает YouKu и Tudou – китайские эквиваленты YouTube<sup>104</sup>.

В Китае, людям также нравится публиковать видео-посты в Meipai, Kuaishou и Miaopai, чтобы привлечь побольше аудитории. Многие люди привыкают записывать моменты своей жизни и опубликовывать в социальных сетях. В то время, видео – это хороший способ, что записывать свою живую жизнь. Люди любят прикреплять видео к своему сообщению. Видео помогает нам понимать процесс события и восстанавливать в памяти все мелочи. Без него, посты будут скучные и однообразные.

Видео-контент – это один из самых перспективных инструментов коммуникации на сегодняшний день в социальных медиа. Как утверждают Shortstack, они провели эксперимент, в котором удвоили количество загруженного в Miaopai видео, и вместо среднего значения охвата аудитории в 450 человек получили 9 700 просмотров<sup>105</sup>. Одним из важных факторов успеха, который отметили Shortstack – это загрузка видео напрямую в Miaopai, а не репост с других видео-хостингов. Очевидно, это связано с алгоритмом ранжирования Miaopai, который отдает предпочтение внутреннему контенту.

#### **4. Отзывы и обзоры**

В основе зарубежных сетей DaZhongDianPing и E Le Mei лежит геолокации и возможность оставлять комментарии и рекомендации о локальном бизнесе. Qunar и DIDI, фокусируются на отзывах о местах проживания для путешественников и частных перевозчиках. Такие социальные медиа «традиционным» это огромная база знаний, которая

---

<sup>104</sup> Видео-контент в социальных сетях: 5 идей, которые можно использовать уже сегодня <http://darksiteofmarketing.com/stati/video-kontent-v-socialnyh-setjah-5-idei-kotorye-mo-zhno-ispolzovat-uzhe-segodnja.html>

<sup>105</sup> Ли К. Микроблогинг меняет все. Шанхай: изд-во Шанхайского университета финансов и экономики, 2011. 186 с.

помогает пользователям собрать всю необходимую информацию для принятия решения о покупке. Сообщества, форумы, Q&A-сервисы – одни из первых видов социальных медиа. К современным представителям данного вида можно отнести ZhiHu, Baidu Zhidao и ZhiShiTang. В основе механики взаимодействия между пользователями лежит потребность в обмене знаниями.

Таблица 2

### Видеохостинги и сети

Youku – самый популярный видеохостинг в Китае.
IN – из приложения для фотосъемки мутировало в социальную сеть.
Kuaishou – еще одна популярная сеть среди визуалов.
Miaopai – видеохостинг с качественным видео-контентом.
SOBRR – социальная сеть, возникавшая на основе мобильного приложения. Здесь общение происходит посредством фото-чата, где сообщения хранятся не более 24-х часов.
Bilibili – видеостриминговая платформы для геймеров
POCO.CN – популярное комьюнити среди фотографов.

Вам необходимо делать максимум, чтобы заслужить доверие аудитории, получать положительные отзывы и устранять причины появления негативных.

DIDI – социальная сеть для водителей и пассажиров. Краудсорсинг частных поездок благодаря DIDI стал сегодня устойчивым трендом.

Qunar – социальная сеть для путешественников. Здесь пользователи могут найти отзывы, маршруты, отчеты о поездках и рекомендации отелей.

Xiaohongshu – сервис сравнения стоимости и характеристик товаров, где пользователи оставляют отзывы об опыте покупок.

DaZhongDianPing – одна из самых популярных социальных сетей для публикации отзывов и рейтингов на рынке КНР

#### 4. Коллективные обсуждения

Сообщества, форумы, Q&A-сервисы – одни из первых видов социальных медиа. К современным представителям данного вида можно отнести ZhiHu, Baidu Zhidao и ZhiShiTang. В основе механики взаимодействия между пользователями лежит потребность в обмене знаниями.

Zhuhu – социальная сеть в формате “вопрос/ответ”. В отличие от других Q&A сервисов здесь в основном отвечают эксперты.

Aiwen ZhiShiRen- популярнейший в англоязычном интернете форум.

Baidu Zhidao – популярный на пост-советском пространстве Q&A сервис.

## 5. Авторские записи

Данному типу социальных медиа относятся сервисы для блоггинга и микро-блоггинга, где пользователи создают и публикуют тексто-медийный контент. Сюда относятся такие популярные платформы, как Weibo, Wechat и YiXin.

И если преимущества Weibo для бизнеса в презентации не нуждаются, то с другими платформами немного другая история - если ваша стратегия коммуникаций предполагает создание авторского контента, то вы можете расширить аудиторию за счет данных социальных медиа. В дополнение к этому, поисковые системы очень быстро индексируют контент, опубликованный на данных площадках:

Weibo - самый популярный сервис микро-блоггов.
Sind блог – блог-платформа, где присутствуют широкие возможности для кастомизации и богатые социальные функции.
Jiu Gongge – самая популярная в китайско-язычном сегменте блог-платформа.
Блог Китая – первооткрыватель, который дал возможность пользователям завести собственный блог.

## 6. Интересы

Самой востребованной возможностью, которую предоставляют нам социальные сети – это найти единомышленников и людей со схожими

интересами. Например, Lizhi.fm – сеть для меломанов, BOKU – для любителей литературы.

Данный вид социальных сетей хорошо подходит для отраслевых сообществ или издателей. Также, если ваш бизнес связан с хобби, вы можете присоединиться к существующему сообществу или создать собственное.

Lizhi.fm – персональная радиостанция, которая анализирует предпочтения пользователя и подбирает на их основе рекомендации.
BOKU – социальная сеть для любителей литературы, где пользователи могут писать рецензии и оценивать книги.
Friendster – популярна социальная сеть среди геймеров в Азии.
DouBan – сеть поиска друзей на основе интересов.
Time – социальная сеть, посвященная кинематографу. Огромная база отзывов, рейтингов и обзоров на релизы киноиндустрии

## 7. Онлайн-игры

Китайские интернет-пользователи любят играть в игры; сейчас в интернете насчитывается 324 миллиона онлайн-геймеров. Tencent, самый известный сайт для онлайн-игр, и его сервис мгновенных сообщений QQ невероятно популярны среди китайских пользователей. В данный момент более 700 миллионов имеют активные аккаунты в QQ, составляя самое большое в мире интернет-сообщество.

QQ Game – самый известных сайт для онлайн-игр
---

7399 – самое большое количество пользователи среди сайтов для онлайн-игр

Социальные сети умеют приносить эффективность. Но для этого важно еще «со старта» определиться, какие типы социальных сетей идеально подходят для тебя. Для начала дайте возможность пользователям самостоятельно выбрать, через какой канал им удобнее получать от вас информацию. Начните с основных социальные медиа (Weibo, Wechat, QQ, Meipai, Miaopai, Zhihu), и экспериментируйте с нишевыми площадками (IN, Renren, Xiaohongshu).

### **3.3. Weibo и WeChat как платформы Web 2.0.**

Преимущества и причины популярности Weibo. В Китае в настоящее время успешно работает множество локальных социальных сетей, Рассмотрим 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 из веб, и 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. Главное, что привлекает китайских пользователей социальных сетей – это возможность свободно перемещаться по portalу, читать новости, посещать странички зарегистрированных пользователей.

Sina Weibo (Weibo/Sina Weibo, официальное имя для Weibo) это веб-сайт, который предлагает услуги микроблогов Sina. Пользователи могут публиковать информацию через веб-страницы, страницы WAP, внешние программы или SMS и может загружать фото и видео для мгновенного обмена. Sina Weibo позволяет комментировать записи микроблога, также

можно опубликовать фото, видео в микроблоге, Sina Weibo выпускали эти две функции впервые в Интернете Китая.

Sina Weibo – это платформа для обмена информацией, распространения и доступа к ней на основе пользовательской базы, которая занимает 57% процентов пользователей китайского Weibo и 87% от общего количества Weibo деятельности в Китае<sup>106</sup>. Это один из самых посещаемых сайтов в Китае. Он был запущен компанией Сина в августе 2009 года, а уже в конце декабря 2012 года количество зарегистрированных пользователей Sina Weibo превысило 500 миллионов, также значительно увеличилось количество ежедневно активных пользователей, до 74%, и достигло 46,2 млн, ежедневные записи увеличились до более чем 100 миллионов. 29 апреля 2013 Alibaba-группа купила 18% акций в микроблоге Sina Weibo<sup>107</sup>.

17 апреля 2014 г. Sina Weibo вышла на американскую биржу. После одного года работы закончилась война микроблогов – Sohu, Tencent прекратили существование, и NetEase также выключил функцию микроблогов. Наконец, победило Sina Weibo.

Однако из-за появления Вичата, быстро ставшего популярным, Weibo на американской бирже имела мало шансов на успех. Но удивительно, спустя три года Weibo выросла, и ее рыночная капитализация превзошла социальные медиа Twitter. Давайте попробуем узнать, что случилось с мобильным Интернетом, и что Weibo изменили?

1. Обновление социального спроса, микроблог цепляется за изменение спроса. Ранее считалось, что Вичат полностью заменит микроблоги. Но после трех лет наблюдения удалось точнее определить влияние Вибо на

---

<sup>106</sup> Что такое Weibo? URL:<http://edu.sina.com.cn/l/2010-06-10/1510189352.shtml>

<sup>107</sup> <http://finance.sina.com.cn/china/20120328/154611701228.shtml>



социальные медиа.

Рынок мобильного Интернета не стоял на месте и активно развивался последние три года, особенно заметно изменение в социальной сфере, развитие Интернет-технологий создало возможность звездам общаться с поклонниками. Также появились Zhihu liv, FenD, Deda, Kuaishou, Yinke, Momo, faceu MO, Faceu и другие социальные сети, конечно, микроблогом является наиболее быстро развивается .

Weibo имеет огромное количество пользователей и набирает новых поклонников. Они выпускали разнообразные продукты, и ВиБо захватило каждую сферу: они выпускали длиннотекстовые видео и другие блоги; игры, платный Q & A; платное чтение и другие приложения служили для установления более глубоких социальных отношений.

Это также позволяет Weibo обогнать конкурентов в сфере социальных средств массовой информации на основе диверсификации бизнеса.

Кроме того, сейчас также эпоха чтения, и Weibo является информационной продукцией, и она охватывает массовых пользователей, поэтому ее контент быстро и широко распространяется, совпадает с интересами пользователя, в то же время, Weibo имеет большое пространство для повышения самооценки.

## 2. Видеоклипы и видео трансляции в режиме реального времени в социальных сетях стали мейнстримом

Еще три года назад в социальных сетях преобладал графический контент, но с развитием мобильной технологии выросла популярность смартфонов и теперь все больше и больше пользователей проявляют горячий интерес к использованию видео трансляций как со стороны желающих показать себя в режиме реального времени, так и, в большей степени, растет интерес зрителей, и в нашей стране и за рубежом.

Facebook достиг ежедневного просмотра – 100 миллионов часов в 2016 г. и его вице-директор говорил, что Facebook станет полностью видео компанией в ближайшие пять лет. В этом году Snap вышла в американскую биржу, его суммарная рыночная стоимость достигла 33 миллиардов долларов. Много инвесторов думает, что в будущем короткое видео будет популярнее и популярнее.

В Китае ситуация та же – MOMO и Weibo становятся крупнейшими бенефициарами коротких видеороликов, по данным CNNIC. Благодаря знаменитостям, интернет-знаменитостям и богатому содержанию средств массовой информации идет развитие короткого видео и мобильной прямой трансляции, а коэффициент использования поднимается до 37,1%, в прошлом году он достиг 33,5%<sup>108</sup>.

Опыт Facebook и Snap доказал еще, что успех коротких видео и прямой трансляции обязательно полагается на открытые социальные платформы и контент с высоким качеством. В этот момент в Китае только Вибо имеет эту способность. Кроме этого, прямая трансляция является эксклюзивным ресурсом, особенно прямая трансляция средств массовой информации, и авторских прав агентства, фиксирует внимание пользователя в определенное время. Это дает Weibo эксклюзивные преимущества. Например, в этот год Weibo сотрудничала с CCTV Гала 315, прошла новшества в сфере прямого эфира, в 315 гала создана интерактивная трансляция между пользователями социальных сетей и ТВ. Через это сотрудничество содержание прямой трансляции в Вичат отличается от других платформ, – она более богата и разнообразна, также это очень помогает возрастать пользователи.

---

<sup>108</sup> [http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201611/t20161118\\_56109.htm](http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201611/t20161118_56109.htm)

## V в SINA Weibo

Как и Twitter, SINA Weibo тоже имеет систему регистрации для знаменитых людей в любой сфере, ньюсмейкеров важных новостей с различных предприятий, учреждений, правительств, вузов, организаций, блогов, IT-программ и массмедиа. Зарегистрированных пользователей обозначают знаком большой «V». Еще есть маленький «v» представляет интернет знаменитости.<sup>109</sup>

В течение трех лет Интернет претерпел значительные изменения. Раньше микроблог опирался на знаменитости, так как они способствуют быстрому расширению круга пользователей, способствует раннему развитию социальной сети. Но с ростом пользовательской аудитории, опираясь только на контент одной звезды, уже нельзя удовлетворить их информационные потребности пользователей. Поэтому в Сети появляется все больше и больше интернет-знаменитостей.

За последние годы открыто более чем 50 платформ на Weibo. Интернет-знаменитости как основная сила микроблога сформировала бесчисленное множество ресурсов в социальных сетях. Это также значительно уменьшает зависимость микроблога от звезд, формируется более стабильная социальная экология.

По статистике в 2016 г. , количество пользователей Weibo росло быстро в маленьких городах, эти же пользователи, которые живут в маленьким городах, занимают половину всех пользователей Вибо, а пользователи которые живут в провинции, занимают 30% <sup>110</sup>. Эти пользователи из небольших городов, с одной стороны, могут быть потенциальными

---

<sup>109</sup> <http://edu.sina.com.cn/1/2010-06-10/1510189352.shtml>

<sup>110</sup> Weibo в 2016. URL: <https://www.analysys.cn/college/activitiesdetail?id=20012374>

пользователями Вибо, с другой стороны, они могут быть важными источниками потребительского контента и платных пользователей.

Прямой эфир и короткие видео также ускорят рост производства контента и предоставят возможность пользователям сам производить контент. Видео в Вибо в 2016 г. по сравнению с прошлым годом увеличилось на 713%,<sup>111</sup>. Короткие видео играют важную роль, и люди уделяют много внимания содержанию видео. Появилось много новых сленгов, содержание микроблогов также имеет большое значение, которое нельзя игнорировать.

Три года назад, продукт являлся самым важным, но спустя три года, сегодня, мы редко видим продукцию, созданную только для того, чтобы решить одну потребность пользователя. Такая продукция может жить и сегодня, но вместо эффекта платформы она будет показывать более сильное сетевое влияние.

Сегодня все больше и больше компаний показывают свою продукцию в Вибо и в социальных сетях.

Успех платформы отражается на финансовом положении Weibo. Вибо получило большую прибыль в 2006 г., общий доход в 2016 г. вырос на 45%, до 4.383 млрд юаней. Годовая чистая прибыль выросла до 180%, в четвертом квартале прибыль достигла 35%, и по мере того как платформа продолжается.

7 апреля 2014 г. китайский аналог Twitter'a – Sina Weibo – вышел на американскую биржу. Вот это, безусловно, большой успех китайских социальных медиа-ресурсов<sup>112</sup>. Weibo получил значительное преимущество в китайском сегменте микроблоггинга. Для тех, кто хорошо знаком с

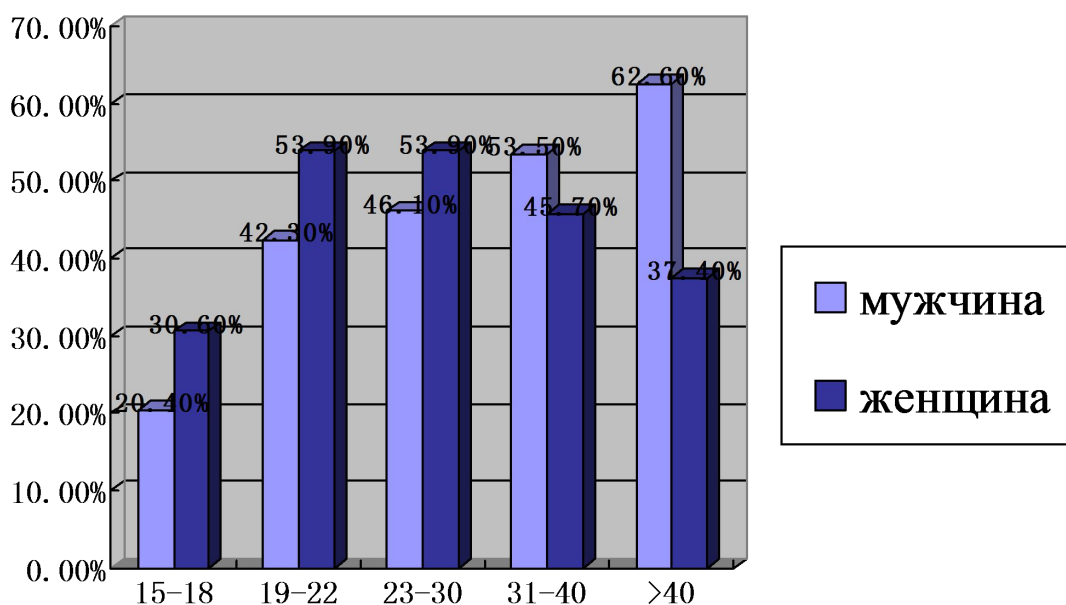
---

<sup>111</sup> Weibo в 2016. URL: <https://www.analysys.cn/college/activitiesdetail?id=20012374>

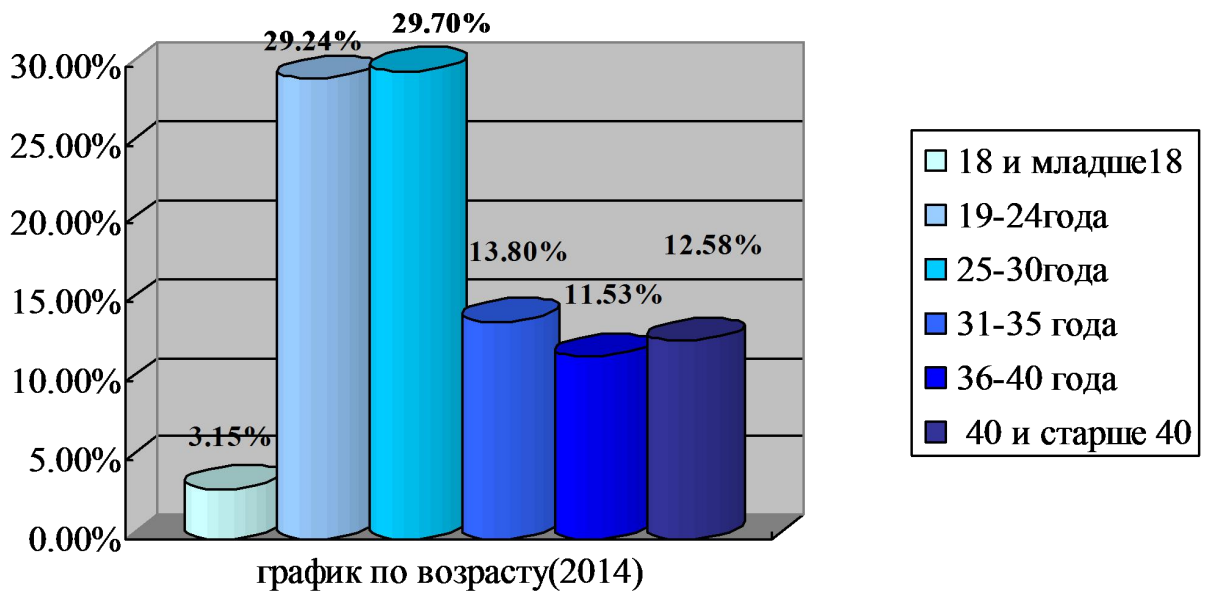
<sup>112</sup> Лю Д. Маркетинг в микроблогинге (Weibo): Революция в эпохе микроблогинга. Пекин: Изд-во ун-та Цинхуа, 2012. 234 с.

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, его посещаемость в декабре 2014 г. составила порядка 51,2 млн человек, а в январе 2015 сама соцсеть заявила о 60 млн в сутки. А twitter – 41,5 млн ежемесячных посетителей<sup>113</sup>.

**График по полу и возрасту (2014)**



<sup>113</sup> Негропонт Н. Быть цифровым. Хайнан, 1996. 335 с.



В сентябре 2012 г., Лухан (Лу Хан – (кор. 루한, кит. 鹿晗; род. 20 апреля 1990 года, Пекин, Китай) – китайский певец и актер. Бывший участник южно-корейско-китайской группы EXO (подгруппа EXO-M) попал в Книгу рекордов Гиннеса за «Самый комментируемый пост» в Weibo. он разместил в популярной китайской соц.сети Weibo сообщение «Вот за что я люблю Манчестер Юнайтед» с видео. По этим постом собралось 13.2 миллионов комментариев от фанатов! Между тем, у второго места едва набралось 8 миллионов комментариев.

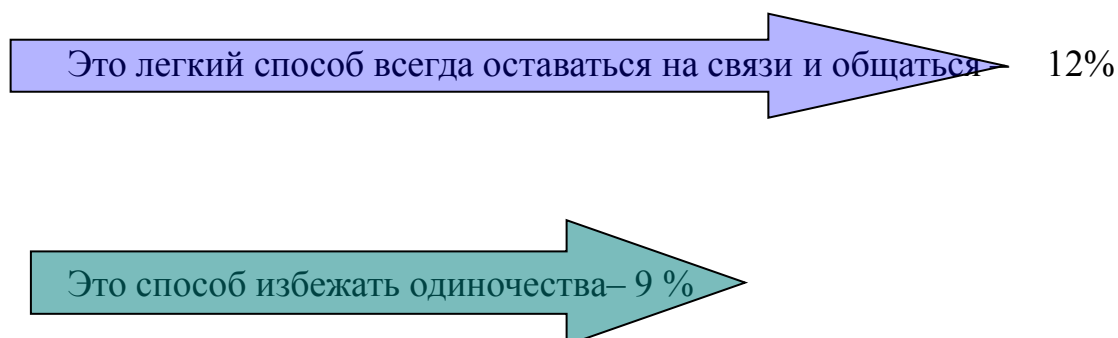
Лухан еще побил один рекорд – Хаштэг с его именем набрал 30 миллиардов просмотров на Weibo. Лухан – бывший китайский мембер корейской группы EXO, затем он вернулся в Китай для дальнейшего развития. Он снимается в фильмах и получает много рекламных приглашений, а также преданных фанатов, которые продолжают следить за его деятельностью и поддерживать, в том время как и сам Лухан общается с фанатами с помощью социальных сетей. Он сказал, что эта социальная сеть ему очень помогает. Она очень удобная для общения, ему очень нравится общаться с фанатами в weibo.

Отсюда можно увидеть, что на пользователей и звезд (известных людей), weibo имеет большое влияние. Эта социальная сеть играет важную роль в нашей жизни, через неё, известные люди общаются с фанатами. Мы также можем узнать об их жизни в weibo. Аккаунты в weibo также есть у западных политиков, в том числе у премьер-министра Великобритании Дэвида Кэмерона и главы МВФ Кристины Лагард. Их сообщения в weibo проходят предварительную модерацию.

Несколько дней назад, я сделала социальный опрос про социальную сеть weibo. Я опрашивала друзей вокруг меня и учащихся, чтобы узнать их мнения о weibo. Целью опроса является определение роли социальной сети weibo в жизни китайцев. Предметом исследования являются декларируемые интересы и потребности учащихся в weibo. А также мотивация участия в социальной сети weibo.

Использовался следующий метод работы: анкетный опрос китайских учащихся (частично через онлайн-опрос, частично в бумажном виде).

Выборка состояла из списков учащихся в СПбГУ и СПбГЭУ. Объем выборочной совокупности учащихся составил 30 человек. Для достижения цели опроса решались следующие задачи: 1. Выявление основных мотивов участия китайцев в weibo; 2. Оценка практического значения использования социальной сети weibo для китайцев; 3. Анализ преимуществ и причин популярности weibo.



В социальных сетях проще, чем в реальной жизни высказать свое мнение о чем угодно – 62 %

В социальных сетях можно общаться со «звездами» (известными людьми) и быть в курсе их жизни – 10 %

Это модно - 7 %

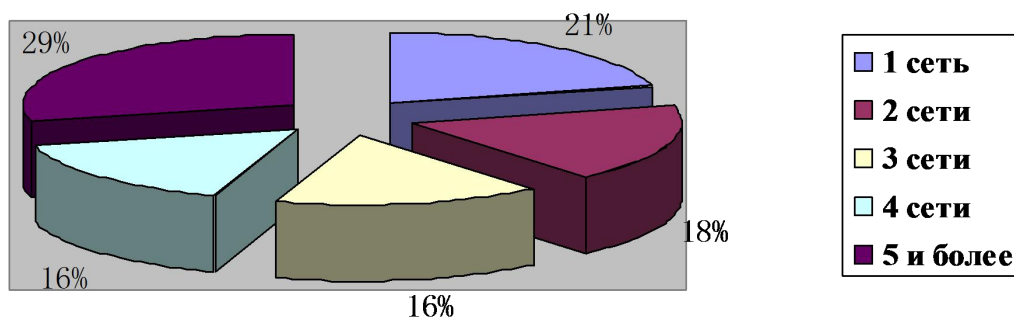
1. Мотивы присутствия китайцев в социальной сети с точки зрения учащихся. Вопрос «За последние несколько лет социальная сеть weibo стала очень популярной среди китайцев. Как вы думаете, с чем это связано?». Очевидно, что большинство людей думают weibo – это легкий способ общения. Теперь лёгкие и изящные устройства, позволяющие общаться в социальных сетях даже находясь в пути. Так же можно предположить, что в вейбо выражается человеческое стремление к свободе(например, «в социальных сетях можно быть кем угодно»), на их взгляд, в weibo мы можем общаться без ограничений в пространстве этой социальной сети. некоторые считают, что это уже стало модным явлением в нашей жизни. Все больше и больше людей не могут жить без них. первым делом с утра проверяют комментарии. Сейчас на автобусных остановках, в ресторанах, на улицах и даже в машинах можно увидеть любителей мобильных устройств, «приклеенных» к микроблогам, читающих комментарии и пишущих посты.

2. Факторы привлекательности социальной сети weibo, отмеченной как основной Вопрос «Чем больше всего Вас привлекает социальная сеть

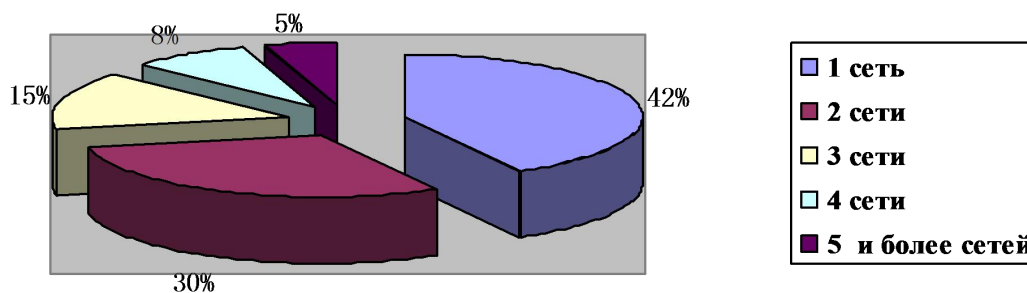


weibo ?». Одним из основных мотивов регистрации и присутствия китайцев в социальных сетях является мотив общения (коммуникативный мотив), выраженный в поиске и поддержании связей с друзьями и знакомыми. Следующим по популярности мотивом является познавательный (поиск информации), третье место в рейтинге занял мотив аффилиации, в котором находит отражение потребность подростков в принадлежности к группе. Существенную часть китайцев привлекают рекреационные возможности социальных сетей: социальные сети являются для них пространством, свободным, как от самих взрослых, так и от норм и правил взрослого мира. Около 40% учащихся используют данное преимущества для мотив самоутверждения, тогда как другие применяют данные особенности в целях самореализации (достижение популярности, демонстрация индивидуальности).

#### 4. Количество сетей, в которых зарегистрированы учащиеся (в %).



#### 6. Количество сетей, которыми учащиеся пользуются регулярно (в %)



На сегодняшний день глобальная сеть Интернет занимает значительное место в жизни современной молодежи. почти каждый учащийся зарегистрирован в социальных сетях. Оказалось, что примерно равные доли китайцев имеют аккаунты в одной, двух, трех или четырех социальных сетях (примерно по одной пятой); некоторый перевес наблюдается в сторону группы, члены которой зарегистрированы в пяти и более социальных сетях. но по данным ,учащиеся пользуются 1 сеть регулярно. Остальными не так часто пользуются.

Большинство молодых людей отмечают, что находятся в Интернете довольно часто: 72,9% - когда есть свободное время, 13,5% молодежи находятся в сети онлайн практически всегда, 6,5% заходят в Интернет достаточно редко, лишь тогда, когда есть необходимость, и всего 7% - практически не пользуются Интернетом. Таким образом, молодые люди проводят довольно много времени в сети Интернет: общаются, ищут информацию, организуют досуг и т.п.

#### Преимущества и причины популярности WeChat

Wechat – это бесплатное приложение для обмена сообщениями и голосовых вызовов, которая позволяет легко общаться с семьей и друзьями в разных странах. Это универсальное коммуникационное приложение для бесплатной отправки текстовых сообщений (SMS/MMS), голосовых и видеозвонков, моментов, фотографий, а также для игр.

WeChat – это новый инструмент коммуникаций, который помогает всем оставаться на связи с любым человеком у которого установлен WeChat (приложение может быть установлено на Android, iOS, Windows Phone, Nokia, BlackBerry). С помощью WeChat возможны видео-звонки высокого качества, отправлять фото, видео, голосовые сообщения, текстовые сообщения и местоположение.

Прежде чем начать пользоваться WeChat, вы должны активировать свой номер мобильного телефона. В персональном аккаунте, все аналогично таким сервисам как Telegram или Viber. Активация у вас не займет больше двух минут. Сразу после этой процедуры, вам будет доступен полный список ваших друзей, у кого уже установлен WeChat.

Все ваши беседы в мессенджере WeChat всегда хранятся в вашем мобильном устройстве и доступны в «автономном режиме». Это говорит о том, что только вам предоставлен доступ к вашим сообщениям и никому более. WeChat - это новый, уникальный способ общения, предоставляя своим зарегистрированным пользователям возможность сразу же начать общаться один на один и в чатах.

В начале 2011 г. компания Tencent объявила о новом приложении, которое называется wechat. затем wechat быстро становилось известным и занимает важное место на рынке приложений для общения. Создатель wechat рассказал для чего использовать wechat, потому что у wechat много функций и достоинств<sup>114</sup>.

Во-первых, wechat всегда бесплатно. Без ежегодной абонентской платы. Абсолютно бесплатно навсегда. Во-вторых, бесплатные голосовые и видеовызовы: бесплатные звонки высокого качества в любую точку мира. В-

---

<sup>114</sup> Черникова Н. Много денег из ничего: Знакомьтесь, WeChat, самый дорогой мессенджер мира. URL: <https://secretmag.ru/trends/players/wechat.htm>.

третьих, групповой чат: можно создавать групповые чаты с участием до 500 человек. В-четвертых, встречайте новых друзей: используйте функции “Радар друзей”, “пользователи по соседству” и “встряска”, чтобы знакомиться с другими пользователями<sup>115</sup>.

Это наиболее динамично развивающаяся платформа Tencent. На сегодня месячная аудитория активных пользователей насчитывает порядка 355 миллионов, при этом около 100 миллионов зарегистрированы за пределами Китая. Помимо отправки сообщений, голосовой и видео-связи (в т.ч. «режим интернет-рации»), приложение может устанавливать игры (и делиться результатами с друзьями а-ля Google Play Games), обладает встроенным подобием Инстаграма (под названием 朋友圈 — «Круг друзей» для обмена фоточками), позволяет вступать в сообщества или подписываться на обновления компаний (QR-коды сообществ расклеены повсеместно). Само приложение бесплатное, обладает встроенными покупками — например, продаются наборы смайликов<sup>116</sup>.

Скачать WeChat можно бесплатно, и реклама в нем только начала появляться. Откуда же такая выручка? Функционал. Через это приложения вы можете вызвать такси, заказать еду, купить билеты в кино, играть в игры, зарегистрироваться на рейс, отправить деньги друзьям, есть доступ к фитнес-трекеру. А еще — записаться к врачу, оплатить счета за коммуналку, получить выписку из банка, распознать понравившуюся песню, даже найти книгу в местной библиотеке (представляете, человек находит книгу через

---

<sup>115</sup> Гуо Ц. Учебник теории коммуникации. Китайский народный университет, 1999. 293 с.

<sup>116</sup> Юй Г., Чжан Б. Микроблогинг: новый коммуникационный инструмент социального исследования. Пекин: Изд-во Жэньминь жибао, 2011. 297 с.

приложение и идет за ней в библиотеку!), следить за новостями звезд, читать статьи в журналах, заниматься благотворительностью. И это все в одном приложении! Согласитесь это очень удобно.

Если Facebook и WhatsApp считают прирост по количеству активных юзеров, то WeChat интересуется, как часто пользователи обращались к приложению со своими потребностями. Они стремятся заполнить все сферы жизни. И все это достигается путем внедрения миллионов (а не каких-то жалких тысяч) небольших приложений в WeChat. В каком-то смысле это напоминает веб-браузер. Все эти приложения называются “официальными аккаунтами”. На данный момент насчитывается более 10 млн таких аккаунтов. Это звезды, банки, модные бренды, аптеки, различные стартапы и т.д.

Пользователи всегда залогинены во все приложения. И у них нет необходимости устанавливать какие-либо дополнения. Для разработчиков тоже есть преимущества — нет необходимости разрабатывать приложения для разных ОС. Иногда для них достаточно просто иметь веб-страничку.

Но приложения здесь не главное. Самое главное — это платежи! Весь расчет проходит через Кошелек в WeChat. Это не просто кошелек, а очень удобная менюшка, где вам надо всего лишь выбрать услугу, которую хотите оплатить.

Один из пяти платежей пользователей WeChat проходит через Кошелек. Только представьте сколько транзакций проходило бы через Messenger Facebook, если бы пользователи подключили свои кредитные карты. И насколько чаще нажималась бы на Pinterest кнопка “Купить”. В общем, любая соцсеть только выиграла бы от такого нововведения.

Сейчас WeChat практикует офлайн-платежи с помощью QR-кода на различных мероприятиях, в ресторанах, отелях. Преимущества “Кошелька”: все партнеры проверены Tencent; автоматическая идентификация

и платежей; возможность всегда оставаться в системе WeChat<sup>117</sup>.

Самое главное, Wechat делает мобильный становится частью реального мира. Обычно мы не видим уровень интеграции мобильным в реальную жизнь, но не в Китае и не с WeChat. WeChat использует абсолютно все функции телефона. Камера — сканирование и перевод текста с английского. GPS — поиск ближайших организаций. Микрофон — определение песни или ТВ-шоу. Акселерометр — поиск поблизости новых знакомств. Bluetooth — добавление друзей.

Тим Кук назвал WeChat одним из топовых приложений для Apple Watch. И это с учетом того, что функция онлайн-оффлайн интеграции еще не задействована.

В 2011 г., когда WeChat только был создан, в Китае был популярен аналог Twitter Sina Weibo. Там были все: звезды, влиятельные личности, бренды, компании. Чтобы заполучить свою аудиторию WeChat пришлось изменить систему и начать приносить реальную пользу людям.

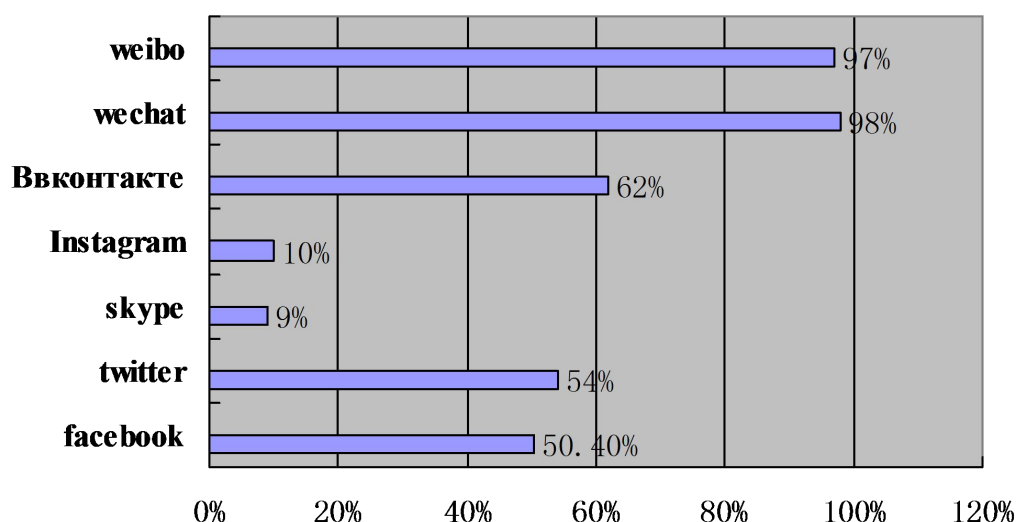
Приложение дает возможность разработчикам коммуницировать именно со своей целевой аудиторией. И это все абсолютно бесплатно. в то время как другие соцсети за подобное берут деньги.

WeChat — это не просто мессенджер. О нем много написано и много сказано, пример того, как могут развиваться мобильные приложения в будущем. Он не начинался с веб-сайта, а ему не пришлось переходить на мобильную версию. WeChat сразу бал таким. В Китае  $\frac{1}{3}$  населения пользуется смартфонами. Эта страна перескочила через эру ПК и сразу оказалась в эре мобильных<sup>118</sup>.

---

<sup>117</sup> WeChat: как работает самый крутой (не только) мессенджер в мире. URL: <https://laowai.ru/wechat-kak-rabotaet-samyj-krutoj-ne-tolko-messendzher-v-mire/>

<sup>118</sup> WeChat: как работает самый крутой (не только) мессенджер в мире. URL:



По статистике, большинство опрошенных учащихся (98%) имеет профиль в социальной сети wechat, что вполне объяснимо, так как это наиболее популярная социальная сеть в Китае среди молодежи. Второе место является weibo. К следующим по популярности социальным сетям относятся международные сети Вконтакте, facebook и Twitter – ими пользуются около половины учащихся (62%, 50.4% и 54% соответственно). Следующая по популярности группа социальных сетей – это instagram и skype – каждой из них пользуется примерно одна десятая респондентов. В остальных указанных учащимися социальных сетях зарегистрированы в сумме менее 10% респондентов.

Мы можем отмечать популярность среди молодежи именно первых четырех социальных сетей: weibo, wechat, Вконтакте, Twitter.

WeChat представляет собой кардинально новый формат общения, который функционирует по собственным универсальным правилам, основой которых стали современные пользовательские требования. Программа распространяется совершенно бесплатно и не содержит в себе рекламы. Процедура её активации очень проста и займёт не более 5-ти минут вашего

<https://laowai.ru/wechat-kak-rabotaet-samyj-krutoj-ne-tolko-messendzher-v-mire/>

времени. Данная программа предназначена людей, которые довольно не редко общаются с друзьями через различные социальные сети. Популярность программы просто феноменальна, число пользователей составляет чуть более 300-от миллионов людей<sup>119</sup>.

WeChat – это рациональное решения для современного человека, который желает оптимизировать своё коммуникационное общение. Ежегодно наблюдается рост числа пользователей со всего земного шара, которые используют программу WeChat, что свидетельствует о её практической эффективности.

### **Развитие Вичат в Китае**

Шэньчжэньская информационная технологическая компания Tencent в октябре 2010 г. начала выпуск Wechat, Wecha, созданный командой сотрудников из Гуанчжоу. Под руководством менеджера команды Чжан Сяолун были успешно разработаны Foxmail, QQ почта и другие Интернет-проекты. Генеральный директор Tencent Ma Huateng решил назвать этот новый продукт Wechat.

Wechat начала расширять количество своих пользователей через аккаунт QQ, затем увеличивать количество своих пользователей через контактную книгу мобильного телефона.

До мая 2011 г. Wechat пользовались около 4 или 5 миллионов пользователей, дальнейшее расширение функций помогало сети Wechat увеличивать количество пользователей.

В августе 2011 г. Wechat добавил функцию “Просмотр людей поблизости”. Эта функция позволила знакомиться с "незнакомцами" рядом. Количество

---

<sup>119</sup> Тянь Ч. Международная коммуникация на примере социальных медиа. Пекин: Изд-во китайского коммуникационного университета, 2010. 276 с.



пользователей увеличилось до 15 миллионов<sup>120</sup>.

К концу 2011 г. число пользователей Вичат превысило 50 миллионов. В марте 2012 г. количество пользователей Вичат достигло миллиарда<sup>121</sup>.

В апреле 2012 г. компания Tencent попыталась вывести Вичат на международный рынок для того, чтобы сделать транснациональной Интернет-компанией. Ее английская версия была названа "Wechat" и поддерживала уже несколько языков.

17 сентября 2012 г. в Tencent команда Вичат объявила, что количество пользователей Wechat превысило уже 200 млн. пользователей.

15 января 2013 г., команда Tencent объявила в социальной сети Weibo, что количество пользователей WeChat превысило порог в 300 миллионов.

4 января 2014 г., WeChat добавила функцию "заказа такси".

Вичат открыла платежную функцию в марте 2014 г.<sup>122</sup>

### **Преимущества Вичат:**

Функция 1: Расширена денежная функция - наличие платежного кошелька.

Вичат это не только социальная сеть, но и телефон-кошелек. После сканирования QR-кода мы сразу переводим деньги на другой счет без комиссий, в Китае нет необходимости брать с собой наличные, потому что почти во всех китайских крупных магазинах и сетях можно рассчитаться с помощью кошелька Вичат. Также в Вичат вы сможете покупать билет на

---

<sup>120</sup> Развитие Вичат. URL:[http://www.cnwyy.com.cn/cms/html/2014/meitibaodao\\_0515/52.html](http://www.cnwyy.com.cn/cms/html/2014/meitibaodao_0515/52.html)

<sup>121</sup> Преимущество Вичат. URL:  
[http://www.cnwyy.com.cn/cms/html/2014/meitibaodao\\_0515/52.html](http://www.cnwyy.com.cn/cms/html/2014/meitibaodao_0515/52.html)

<sup>122</sup> Развите Вичат. URL: [http://www.cnwyy.com.cn/cms/html/2014/meitibaodao\\_0515/52.html](http://www.cnwyy.com.cn/cms/html/2014/meitibaodao_0515/52.html)

самолет или поезд.

Функция 2: В адресную книгу добавлена функция “подписка официального аккаунта”, после подписки аккаунта, вы сможете получать новости на любую интересующую вас тему.

Функция 3: Функция поиска значительно расширена.

В феврале 2017 г. BrandFinance выпустила каталог 500 ведущих мировых брендов, в нем Вичат занимает 100 место<sup>123</sup>. 25 июля 2013 г. число китайских пользователей в Вичат насчитывало 400 млн, а 15 августа 2013 г. число зарубежных пользователей достигло отметки более 100 млн. 5 августа 2013г. Вичат 5.0 выпустил “Game Center”, “Вичат стала исполнять функции платежного кошелька” и другие функции.

В четвертом квартале 2013 г. количество активных пользователей Вичат в месяц достигло 355 миллионов (Активность была определена: по отправка сообщений, по входу в систему Game Center, по обновлениям “круг друзей”)<sup>124</sup>; 20 февраля 2014 г., Tencent объявил о запуске QQ веб-браузера версии Вичат; 8 апреля 2014 г., официально открыта интеллигентная платформа Вичат. 24 декабря 2014 г., команда Вичат официально объявила об выпуске Вичат приложения красного конверта. Красный конверт означает счастливые деньги. По традициям, китайцы привыкли дарить деньги своим близким в праздники, высказывать таким образом свою благодарность. Эта функция очень удобна для китайцев. Wechat открыл функцию ”платежный кошелек”. Это один плюс в пользу Вичат. Для того, чтобы использовать эту функцию необходимы аккаунт Wechat и банковская карта. С помощью кошелька Wechat, вы можете оплачивать или переводить деньги в магазинах,

---

<sup>123</sup> Вичат в Китае. URL:

[http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201611/t20161118\\_56109.htm](http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201611/t20161118_56109.htm)

<sup>124</sup> Преимущество Вичат [http://www.cnwyy.com.cn/cms/html/2014/meitibaodao\\_0515/52.html](http://www.cnwyy.com.cn/cms/html/2014/meitibaodao_0515/52.html)

кафе, совершать покупку через код, когда и где угодно. Нет необходимости брать с собой наличные деньги.

9 марта 2015 для Wechat доступен с WiFi, клиенты могут пользоваться Интернетом без пароля и аккаунта.

Картина Вичат. Мобильный Интернет сильно меняет жизни людей, и Вичат представляет продукцию, чтобы упростить общение. Tencent разработала Вичат для мгновенных сообщений, сделала инструментом, который используется главным образом на мобильных телефонах, где пользователи могут отправлять голосовые сообщения, видео, фотографии и текст и найти людей поблизости и поделиться своей жизнью через круг друзей.

Через программное обеспечение с QQ, в 2013 г. количество пользователей Вичат превысило 300 миллионов человек<sup>125</sup>, последние стали первыми. Быстрое развитие количества пользователей Вичат не устранило недостатки и сомнения оператора. Версия 5.0 Вичат в Tencent оправдала коммерческие ожидания, включая настраиваемое меню Вичат, мобильный платеж онлайн и официальный аккаунт, эти три новые функции стали инфраструктурами в ее коммертизации.

Различие между Вичат и Weibo. Weibo наследует гены традиционных СМИ, является социальной медиа-платформой; Вичат является социальной коммуникационной платформой. Сущность Вибо как предприятия в том, что это Интернет-СМИ, а сущность Tencent - это социальной инструмент и программа для мгновенного обмена сообщениями.

На наш взгляд, основное различие между Вибо и Вичат заключается в том, Вибо является средством массовой информации, наряду с этим имеет

---

<sup>125</sup> Положение и развитие Вичат

[http://www.cnwyy.com.cn/cms/html/2014/meitibaodao\\_0515/52.html](http://www.cnwyy.com.cn/cms/html/2014/meitibaodao_0515/52.html)

социальные функции; суть Вичат в то, что это социальный инструмент, вместе с тем имеющий некоторые функции средств массовой информации.

Вибо как инструмент средств массовой информации удовлетворяет, главным образом, потребности в односторонней передаче информации, обращая основное на содержание распространяемой информации, а также высокую скорость и широту канала передачи информации.

Вичат, как социальный инструмент, знаком почти всем. Он ориентирован на социальные связи и уделяет больше внимания двусторонним связям, сосредоточив внимание на межличностном взаимодействии и обмене информацией, а также высокой скорости распространения информации. Например, при одинаковом содержании, пользователь получает комментарии и ответы в Вичат гораздо больше, чем в Weibo, можно увидеть, что Вичат поддерживает много отношений в вашей жизни (семья, одноклассники, друзья), а отношения на Вибо являются более свободными и односторонними, люди просматривают и принимают информацию, но не хотят тратить большое время на комментарии и отзывы, потому что большинство связи в Вибо между людьми является односторонним.

Вибо и Вичат, эти два продукта, каждый имеет свои достоинства и недостатки, в основном бизнесе нет прямого конфликта. Как до эпохи Интернет, мы все еще смотрели телевизор (СМИ), или слушали радио. Вибо является средством массовой информации, главным образом предлагает новости; Вичат главным образом способствует социальным коммуникациям и платформам для общения. Хотя сейчас Вибо также имеет много функций, похожих на Вичат, например: Вибо также имеет систему "пладежный кашелек" и т.д. Согласно прогнозу Ву Цзюнь, Вибо более тяготеет к СМИ, суть Tencent является пространством для более широкому развития Вичат.

## **Заключение**

Данная диссертация является анализом социальных сетей как платформы гражданской журналистики, как инструмента влияния на общественное мнение. Работа посвящена этапам развития социальных медиа в КНР и особенностям китайских социальных медиа. Выводы сделаны на основе анализа выявления причин, особенностей и эффектов социальных сетей КНР. Социальные сети быстрыми темпами обошли по временным показателям и количеству пользователей телевидение и радио, и этот показатель ежесекундно растет, а большинство людей использует социальные сети ежедневно для достижения какой-нибудь цели. Теперь уже не нужно обзванивать друзей и знакомых или писать письмо, чтобы поделиться новостями, достаточно разместить на социальной сети небольшой рассказ с фотографиями, а затем прочитать комментарии. Все больше и больше людей не могут жить без социальных сетей. Сейчас многие гражданские журналисты привлекают аудиторию в Интернете, сопоставимую с таковой для традиционных СМИ. Именно поэтому влияние социальных сетей на гражданские сообщества, становится в один ряд с важными научными исследованиями в области теории и практики массмедиа.

Социальная сеть является платформой связи между друзьями, родными, торговцами, партнерами и т.д. Она состоит из сети знакомых пользователей, основное содержание страниц которых составляют фотографии, приложения с играми - всё это существует для того, чтобы помочь людям выстроить отношения в социальных сетях в Интернете. Значимость социальных сетей определяется тремя основными показателями: информация (личная или рабочая), надежная сеть (в том числе друзей, партнеров и коллег и т.д.), технологии. В нашем исследовании мы разделили социальные сети на два вида: социальные сети для личного пользования и социальные сети для

профессиональных кругов. Анализ функционирования китайского сегмента Интернет показал, что различные виды социальных сетей имеют различные формы.

Исследование позволило сделать вывод: развитие социальных медиа в современном мире является важным фактором в новых коммуникативных отношениях, которые становятся более совершенными благодаря усложнению первичных процессов. Интернет является неотъемлемой частью жизнедеятельности многих современных людей. Глобальная сеть представляет собой один из самых мощных источников для сбора и распространения многообразной и свежей информации. Многие люди проводят свой досуг на просторах Сети, а также используют Интернет в работе, учебе, общении с друзьями и коллегами. Пространство социальных сетей сегодня не ограничено: неважно, где вы сейчас находитесь, через социальные сети вы можете связаться с друзьями в любое время.

В последние годы с появлением социальной сети, гражданская журналистика расцвела. Она главным образом представлена в сети и материалы гражданских журналистов передаются через мобильный телефон и другие новые средства массовой информации. В новых СМИ появились открытые платформы, благодаря которым граждане могут легко принимать участие в социальных и государственных делах. Гражданская журналистика оказала большое влияние на общественное мнение. Развитие гражданской журналистики реализует право гражданина на свободу слова, свободу выражения собственного мнения. С помощью социальных сетей общественное мнение легче мониторить, и сейчас социальные сети имеют огромное социальное влияние. Граждане могут участвовать в обсуждении международных дел, предоставляемых гражданской журналистикой, так что гражданин может полностью выразить свое мнение и решить социальные проблемы.

Общение в социальных сетях является одной из самых распространенных досуговых практик, которые постепенно вытесняют такие виды деятельности людей. Современные люди достаточно сильно погружены в сферу виртуальных взаимодействий в социальных сетях. Наибольшей популярностью среди социальных сетей в Китае пользуется weibo, а также wechat, Renren. Современные люди имеют длительный опыт использования социальных сетей: большинство людей отметили, что зарегистрировались в социальных сетях пять и более лет назад. Чаще всего мы используем их каждый день, проводя там от одного до трех часов в день и даже от трех до пяти часов в день.

Таким образом, как показало данное исследование, в последние годы китайские социальные сети быстро развиваются. Крупные социальные сети Китая давно и прочно завоевали популярность и имеют высокие рейтинги, в Китае в настоящее время успешно работает множество локальных социальных сетей. Среди них Weibo и Wechat играют важную роль в жизни современных китайцев. Времяпрепровождение в социальных сетях является одной из наиболее популярных досуговых практик для китайцев. Это обусловлено тем, что социальные сети, с одной стороны, помогают устанавливать и поддерживать отношения со сверстниками посредством общения, облегчают поиск различной информации, расширяют кругозор. С другой стороны, в пространстве социальных сетей сосредоточено большое количество различных рисков и угроз: ложная информация, кибербуллинг, негативный контент. Помимо этого, избыточное пребывание в социальных сетях чревато проявлениями зависимости от вида ресурсов.

Теперь социальные сети быстро становятся популярными, способны расширять аудиторию и влиять на стратегии поведения людей, китайская социальная сеть быстро развивается, возможно в будущем китайские социальные медиа будут становиться лидером среди мировых социальных сетей.

## Список литературы

### Книги

1. Акопов А. И. «Веб 2.0» как явление и как проблема // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – Воронеж, 2007. – С. 8-13.
2. Батыгин Г.С., Градосельская Г.В, Сетевые взаимосвязи в профессиональном сообществе социологов: методика контент-аналитического исследования биографий // Социологический журнал. 2001. № 1. – С. 156-163.
3. Большой энциклопедический словарь. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : 3. Большая Российская энциклопедия. – СПб. : Норинт, 2004. – С.16.
4. Буравлева Д. Информационные процессы в живой природе. Понятие информационного процесса URL:.. <http://fb.ru/article/240131/informatsionnyie-protsessyi-v-jivoy-prirode-ponyatie-informatsionnogo-protssessa>.
5. Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: теория, практика и метод исследования. – СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. – 200 с.
6. Верховская А.И. На пути к гражданскому обществу: проблемы трансформации СМИ // Средства массовой информации и формирование гражданского общества / под ред. А.И. Верховской. – М., 2010.
7. Виноградова С., Мельник Г. Теленасилие как фактор влияния на агрессивное поведение // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2009. Выпуск 7-8 (86-87). С.19-28.
8. Виноградова С.М., Мельник Г. С. Психология массовой коммуникации.



– М. : Юрайт, 2015. – 502 с.

9. Все о порнографии «ВКонтакте». chaskor.ru. URL: <http://www.omn.ru/?p=12041>.
10. Горошко Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография. – М.: ФЛИНТА, Наука, 2012. –С. 9-53.
11. Градосельская Г. В. Сетевой анализ как метод исследования современных трансформаций // Социально-экономическая трансформация в России: Научные доклады / Московский общественный научный фонд. М., 2001. С.43-76.
12. Градосельская Г. В. Сетевые измерения в социологии. – М.: ФЛИНТА, 2004. – 167 с.
13. Градосельская Г. В. Социальные сети: обмен частными трансфертами. // Социологический журнал. 1999. №1/2.
14. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М.: Физматлит, 2010. 228 с.
15. Евтуш О. А. Гражданская журналистика как тип коммуникативной стратегии региональной прессы // Социальный PR и социальная реклама: опыт и новаторство. Материалы II Междунар. науч.-практ. конф. 2009. Май, 21
16. Иванов А. Доступный интернет - угроза детской безопасности 2014. 30 апреля. URL: <http://www.hardnsoft.ru/soft/internet/30604/>.
17. Исследование: Люди переносят издевательства в интернете хуже, чем при личном контакте.

URL:<http://forum.lvivport.com/threads/issledovanie-ljudi-perenosjat-izdevatelstva-v-internete-xuzhe-chem-pri-lichnom-kontakte.67185/>

18. Карякина К.А. Актуальные формы и типологические модели новых медиа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 3. – С. 129-130.
19. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ.; под ред. О.И. Шкаратана. М., 2000.
20. Качкаева А.Г. Жанры и форматы современного телевидения: последствия трансформации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 6.
21. Кондаков И. М. Психология. Иллюстрированный словарь / И.М. Кондаков. – СПб. : «прайм-ЕВРОЗНАК», 2003. – С. 10.
22. Лю Янь Публичная сфера под контролем: современный опыт регулирования Интернет-журналистики в КНР // Ойкумена. регионоведческие исследования. 2016. № 2 (37). С.32-43.
23. Марголис Анастасия Facebook насчитывает свыше 800 млн участников <https://www.seonews.ru/events/facebook-naschityivaet-svyish-e-800-mln-uchastnikov/>
24. Мельник Г. С. Перспективы развития мобильных изданий // Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов: Мультимедийный потенциал журналистики / отв. ред. Б.Я. Мисонжников. СПб., 2016. – Т. 110. – С. 68-81.
25. Мельник Г. С. Перспективы медиа в пространстве Интернет // Журналистский ежегодник. 2013. № 2-1. – С.10-12.
26. О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // Компьютерра. 2005. № 37 (609). № 38

(610). URL: [http:// offline.computerra.ru/2005/609/233483/](http://offline.computerra.ru/2005/609/233483/) и <http://offline.computerra.ru/2005/610/234291/>.

- 27.Онлайновые методы проверки источников информации и контента. Факт-чекинг: виды и методы. среда, 8 июня 2016 г. URL:[http://drpsklibr.blogspot.ru/2016/06/blog-post\\_8.html](http://drpsklibr.blogspot.ru/2016/06/blog-post_8.html).
- 28.Орлова В. С. Поиск резервов снижения затрат на материальные ресурсы // Молодой ученый. – 2014. – №4.2. – С. 141-143.
29. Пак Е. М. Жанообразование в сетевых СМИ: творческие и технологические факторы: автореф. канд. дис. фил. н. Специальность 10.01.10 - журналистика. СПб., 2014.
30. Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Вестник Санкт-Петерб. гос. ун-та. Сер. 9, Филология, востоковедение, журналистика. 2011. Вып. 2. июнь. С. 283-292. Библиогр.: с. 291-292.
31. Конвергенция жанров сетевой журналистики // Вестник Санкт-Петерб. университета. гос. ун-та. Сер. 9, Филология, востоковедение, журналистика. - 2012. Вып. 2, март. С. 268-276.- Библиогр.: с. 275-276
32. Пак Е. М. Взаимодействие стартапов и социальных сетей // Научные труды СЗИУ — филиала РАНХиГС. 2014. Том 6. Выпуск 5(22).
33. Пак Е. М. Сетевые издания: истоки формирования и особенности функционирования // Журналистский ежегодник. 2012. № 1.
- 34.Пользователи жалуются на публикации в группе, администратором которой я являюсь. Как управлять подобными жалобами?

URL:<https://www.facebook.com/help/223053947861592>

35. Принципы организации социальных систем. Теория и практика. – Киев: Выща школа, 1988.
36. Прохоров Е.П. Журналистика и демократия: учеб. пособие. – М.: МГУ, 2004.
37. Пшеничников А.В. Понятие и сущность социального насилия // Вестн. Кемеровского гос. ун-та. 2013. Выпуск № 2 (54). Том 1. С. 239-243.
38. Сазанов В. М. Социальные сети и технологии. - М.: Наука, 2010. – 222 с.
39. Социальные сети в России сегодня: цифры, тренды, прогнозы. 2014. 2 апреля. URL:<https://habrahabr.ru/company/palitrumlabs/blog/217923/>
40. Социальные сети. URL: <http://blog.diera.ru/2009/10/08/social-networks/>
41. Травля в интернете огорчает больше реальной // Thomson Reuters. 2017. URL:<http://ru.reuters.com/article/idRURXE68K0WF20100921>.
42. Фактчекинг. Что это такое? URL: <https://professional.ru/Soobschestva/biznes-klub/faktcheking-chto-eto-takoe/>
43. Фактчекинг: 5 надежных способов проверить информацию. URL:
44. Филатова О. Г. PR-поддержка стартап-проектов в онлайн-среде. С.50-55.
45. Фирсов М. В. История социальной работы. – М.: Академический проект: Трикста, 2009. 606 с.
46. Фомичева И.Д. Продолжение пути, или в поисках интерактивности // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 1. С. 31.

47. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. С. 12.
48. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2001.
49. Чевозерова Г. В. Журналистика как фактор формирования гражданского общества в России: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2006.
50. Чепмен Н., Чепмен Дж. Цифровые технологии мультимедиа. – М.: АСТ, 2013. – 288 с.
51. Чернега О. П. Гражданская журналистика: характерные черты и методы // Социальная журналистика: профессия и позиция. – М., 2005. С. 29–35.
52. Чураков А. Н. Анализ социальных сетей // Социологический журнал, 2000. №1. С 109-121.

На английском языке

50. Agranoff C., Tabin H. Socially Elected: How To Win Elections Using Social Media. – Pendant Publishing, 2011. – 321 p.
57. Bell A. Exploring Web 2.0: Second Generation Interactive Tools - Blogs, Podcasts, Wikis, Networking, Virtual Words, And More. – New York: CreateSpace, 2009. – 364 p.
58. Barnes J.A., 1972. Social networks. //Addison-Wesley Module, No.26.
59. Baker, W., 1994. Networking smart: how to build relationships for personal and organizational success. New York: McGraw-Hill.
60. Bonacich, P., 1990. Communication dilemmas in social networks: an experimental study//Am. Sociol.Rev. 1990. 55: 448-59.

61. Burt, R. S., Minor, M.J., eds., 1983. Applied network analysis: a methodological introduction. Beverly Hills: Sage. Davis R. A., The Web of Politics: The Internet's Impact on the American Political System. – New York: Oxford University Press, 1999. – 217 p.
62. Earl J., Kimport K. Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age (Acting with Technology). – The MIT Press, 2013. – 786 p.
63. Gane N., Beer D. New Media: The Key Concepts. – Bloomsbury Academic, 2008. – 222 p.
64. Gisiger M. «Bürgerjournalismus» – Versuch einer Begriffsbestimmung. URL: <http://www.readers-edition.de/2007/09/18/buergerjournalismus-versuch-einer-begriffsbestimmung>.
65. Jenkins H. Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture. – New York: NY University Press, 2012. – 308 p.
66. Loader B. D., Mercea D. Social Media and Democracy: Innovations in Participatory Politics (Routledge Research in Political Communication). – Routledge, 2012. – 567 p.
67. Manovich L. The Language of New Media. - New York: The MIT Press, 2002. - 378 p.
68. Merritt D. What Citizen Journalism can learn from Public Journalism // Public Journalism.2.0. The promise and reality of a citizen – engaged press / Ed. by Jack Rosenberry and Burton St. John III. Routledge. N.Y., 2010. P. 25-26.
69. Murthy D. Twitter: Social Communication in the Twitter Age (DMS - Digital Media and Society). – Polity, 2013. – 213 p.
70. Parmelee J. H., Bichard S. L. Politics and the Twitter Revolution: How Tweets Influence the Relationship between Political Leaders and the Public (Lexington Studies in Political Communication). – Lanham, 2013. – 722 p.

71. Picard R. The Economics and Financing of Media Companies. University Press, 2002. – 690 p.
72. Prell C. Social Network Analysis: History, Theory and Methodology. – SAGE Publications, 2011. – 476 p.
73. Safko L., Brake D. K. The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. – Wiley, 2009. – 534 p.
74. Solomon G., Schrum L. Web 2.0: New Tools, New Schools. International Society for Technology in Education. – Washington: DMS, 2007. – 554 p.

На китайском языке

75. Вэй В. Социальные медиа. – Пекин, 2011.
76. Гон Ч. Введение новых медиа. - Пекин, 2012. - 221 с. (на кит. яз.).
77. Гуо Ц. Учебник теории коммуникации. Китайский народный университет, 1999. – 293 с.
78. Мин Дахун. Развитие китайских сетевых СМИ // Жэньминь жибао. URL:<http://media.people.com.cn/n/2014/0317/c192370-24656837.html>
79. Се Г., Чэнь Х. Социальная сеть и общество. – Шанхай: Изд-во Шанхай Цзяотун университета, 2013. – 353 с
80. Сюй Лян. История развития Интернета // Наука 24 часа. URL:
81. Чжан Ц. Размышление о социальных медиа // Любитель журналистики. 2009. – №17.