Особенности китайских соцсетей

Автор: Administrator
19.02.2014 17:59 -

***

Ни для кого не секрет, что китайские социальные сети существенно отличаются от других – действующих в других странах мира. В свое время в страну стремился попасть М. Цукерберг вместе со своей соцсетью «Facebook», но все попытки оказались тщетными. Он не нашел общего языка с китайским правительством, и в итоге был вынужден отказаться от своей идеи, найдя оправдания для прессы. По его словам, у него нет ни времени, ни сил для разбирательств с властями по поводу свободы выражения мнения на страницах web -проекта.

Отличия…

Казалось бы, Китай – страна со свободными нравами, а если присмотреться ко всему, что в ней творится, то выяснится, что дело обстоит совсем не так. Китайцы чтят своих правителей, соблюдают все установленные нормы и правила. Поэтому здесь нечего делать социальным проектам, добившимся международной популярности. Здесь есть место только для сугубо китайских соцсетей, а точнее для 4-х из них, борьба которых за влияние и долю на массовом рынке не прекращена до сих пор. Между тем, все национальные проекты имеют общие черты с международными. Так, к примеру, «Renren » – подобие « Facebook ». Она – лидер на рынке Китая, но некоторое время назад появились сведения о продаже акций. Есть еще соцсеть « Pengyou », которая была создана сотрудниками Интернет-гиганта « Tencent » в дополнение к « Q zone

». И, наконец, еще один гигант, не похожий на соцсеть, а имеющий общие черты с «
Sina
Weibe
» - «
Kaixin
001».

Неправильно думать, что помимо четырех важных проектов в Китае не существует других. Есть. Их достаточно много, но они являются более специализированными, т.е. рассчитанными на определенную группу людей – дети, игроманы, влюбленные и т.д.

О китайских соцсетях в общем

Эксперты говорят, что у сотрудников «Tencent» были все возможности для создания соцсети, но до какого-то времени им не было интересно это, но по какой причине неизвестно. Их же изначальный проект был создан в 1998 г., а своего рода прототипом тогда послужила AOL. Ее особенность заключается в предоставлении доступа в Интернет для более мелких городков.
QQ
– сервис, который признан самым распространенным из тех, которые предназначены для обмена сообщениями в режиме реального времени. Число тех, для кого он интересен, давно уже перевалило за 637 млн. человек. Также разработчики «
Tencent
» добились лучшей монетизации, чем в других проектах, сделав упор на игры и виртуальную продукцию.

Борьба за пользователей в Интернет-пространстве Китая идет активно. Так, к примеру, в «Qzone» зарегистрировано более 492 млн. человек. Считается, что в ней именно столько активных пользователей, а вот эксперты говорят, что большинство из них – боты. Люди не используют для регистрации настоящие данные о себе, а прикрываются никами. Большинство пользователей здесь – молодые люди, проживающие в небольших городках. Ресурс чрезвычайно интересен и привлекателен для рекламодателей.