我喜欢的网络应用

信管一班 张璐 2010302330003

如今网络已经普及千家万户，作为一个信管专业的大学生，我们的生活各方面更是离不开网络。Internet这个巨大的网络使全世界的人们实现了超大范围的资源共享。

在网络上，我当然需要很多关于学习方面的信息和知识，同时要关注我们生活的社会正在发生什么事。不过作为一个很注重娱乐的人，我对于能够获得趣味的应用更为偏爱。新浪微博——是我目前最喜爱的社交网络类应用。最初使用微博，单纯只是因为在新浪微博中有很多明星开通了帐号，这也是继博客之后又出现的一个工具，能够让我们这些普通人通过它来了解到喜欢的明星的生活和想法。而与博客不同的是，微博的发文字数都限制在140字以内，简短而简单。这样快速便捷的形式不同于冗长而耗时的博文，所以更受到大家的青睐，也引起了一波更为巨大的潮流。2010年，我们也看到新浪微博爆发了巨大的潜力，迅速跃居国内网络媒体的主流。

随着新浪微博在国内的快速流行，微博的功能也开始渐渐扩大。从一个单纯的web 2.0的社交网站慢慢蜕变成功能多样的网站。如今，我们不只能从微博上看到你所关注的朋友的动态，更可以通过关注更多的人来了解实时发生的新闻，微博也成为了最为快速的网络媒体。如今当一些重大事件发生的时候，我们往往能发现首先被曝光定是在微博这个平台上，由一些个人帐号现场发博，而后才会有一些官方媒体的发稿。微博的这个特性可以用一句网络上流传的笑话来概括：每天清早起来看微博，就有一种皇上批阅奏折的感觉。我们确实能从一个简单的网站产生一览国家大事的感觉。

除了快速获取新闻，微博在2011年有了新的功能，即微博营销。作为一个拥有庞大用户群的网站，需要宣传的人们自然吧目光投向了微博这块“肥肉”。从去年开始，微博营销乘势而来。表现最为显著的即为影视作品的微博营销。每每有一部新的电影要公映，或一部新的电视剧要上档时，我们便能在微博各处看到关于这个影视作品的信息。无论是草根明星的微博推荐，还是剧组主创们的微博宣传，还是作为微博热门话题出现，出现频率之高可以说只要你在玩微博，你就能看到。这无疑起到了巨大的宣传作用。而影视作品因采取微博营销而大获成功，赚的盆满钵满的成功案例也不胜枚举。一时之间，业内人士纷纷效仿，微博营销来势汹涌。

作为一个普通的用户，从10年9月开通微博到现在已有将近20个月的时间，微博通过它每天大量的信息和丰富的内容以及充足的娱乐性成功吸引了我。20个月并没有让我感到腻烦和倦怠，反而兴趣日益增大，这当然得益于微博的不断改进和功能的不断完善。这样的的社交网络应用既是我的心头最爱。