

УДК 378
ББК 74.58
S81

Редакционная коллегия

Шакирова С.М. - к.ф.н., и. о. директора Управления по науке

Сапаргалиев Д.Б. – PhD, зам. директора Управления по науке

Никифорова Н.В. - д.э.н., профессор, декан послевузовского образования

Все статьи прошли проверку в системах Антиплагиат.ВУЗ - на русском языке, Turnitin.com - на английском языке, Advego Plagiatus v.1.2.093 – на казахском языке. Уникальность текстов не ниже 75%.

i – START. Предпринимательство: энергия молодых.

Материалы международной научно-практической конференции студентов и магистрантов 16-17 апреля 2015 г.- Алматы, Алматы Менеджмент Университет, 2015 – 320 с.

ISBN: 978-601-7021-36-8

УДК 378
ББК 74.58
S81

ISBN: 978-601-7021-36-8

feel easier to remember and reflect information on the basis of texts, supported by expressive means and graphics.

The results indicate the change in perceptions and preferences of a modern consumer that should be taken into account in future development of advertising.

As a result of investigation the following conclusion has been made:

1. The advertising text includes a number of components, such as style, background information, a way of presenting information, the target audience that could be adequately perceived by a consumer in their harmonious combination.

2. In advertising texts are widely used allegory, metaphor, simile, hyperbole, parcelling, metonymy, paraphrase, impersonation. At the same time, there exist the discrepancy between the types of expressive means used by advertisers to influence the individuals' cognition, and what is more preferable to consumers.

3. It has been revealed that the most frequently used by advertisers expressive means are allegory and parcelling, whereas the most liked and memorable advertisements among consumers are similes and metaphors. Thus, in the preparation of advertisements the changed tastes and preferences of consumers in the field of text advertising should be taken into consideration by Advertising Tourism Industry.

References:

1. Charles L. Fundamentals: Textbook. Part I // LV Charles - Tomsk: Publishing house of Tomsk Polytechnic University, 2009. - P.112.
2. Raizberg B.A., Lozovskiy L.S., Starodubtseva E.B. Modern Dictionary of Economics. 2nd ed., Rev. M.: INFRA-M., 1999. - P.479.
3. Antinazi. Encyclopedia of Sociology. 2009.
4. Psychology. A-Z. Reference Dictionary. // Mike Korduell.M.: FAIR-PRESS. 2000.

Козлова Анна Сергеевна
Маркетинг, 2 курс

Научный руководитель:
Чернышова О.Б., ст. преп.

Алматы
Менеджмент
Университет

СОЦИАЛЬНЫЕ СМИ КАК ФАКТОР ИЗМЕНЕНИЙ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ И ОБЩЕСТВА, РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И БИЗНЕСА

С каждым днем ряды пользователей социальных СМИ пополняются людьми со всего мира. Социальные медиа являются важной составляющей современной жизни общества. Актуальность этой темы в том, чтобы определить, в какую сторону ведут социальные СМИ нынешнее человечество. Первым делом, необходимо изучить популярные социальные сети, такие как Facebook, LinkedIn, Twitter и ВКонтакте.

Facebook. Самая популярная социальная сеть в мире, насчитывающая 1,393 миллиарда зарегистрированных пользователей. Первое место среди количества участников по континентам занимает Азия (279 431 720 участников). Статистика по странам указывает - Казахстан занимает 94 место: 700 020 казахстанца зарегистрировано в проекте [1].

LinkedIn – сеть, созданная для делового общения экономически активных людей, удобна для пользования целыми компаниями. Насчитывает 332 миллиона пользователей по всему миру, 61 миллион из которых жители Азии [2].

Twitter - сеть, созданная для микроблоггинга. Это идея, одобренная современным обществом. Twitter-ом пользуется 284 миллиона человек по всему миру [3].

ВКонтакте - самая популярная сеть по СНГ, аналог Facebook. В январе 2015 года общее количество зарегистрированных участников составило более 100 миллионов.



Диаграмма 1. Популярность социальных сетей

Данные, представленные на диаграмме 1, наглядно показывают, что Facebook твердо занимает позицию лидера среди социальных сетей современности.

Социальные сети: проблемы изменений или возможности для изменений?
Для личности

Влияние социальных сетей на жизнь просто огромное. Сегодня 20 сайтов из 100 самых посещаемых – социальные сети, они стали центром всего интернета. Ниже приведены проблемы и возможности социальных сетей для отдельно взятой личности.

Во-первых, интернет-зависимость уже признана психологами как заболевание, зависимость от социальных сетей – это его новое проявление. В среднем во всем мире социальные сети отнимают от 1 до 5 часов в неделю.

Количество проведенных часов в социальных сетях в день

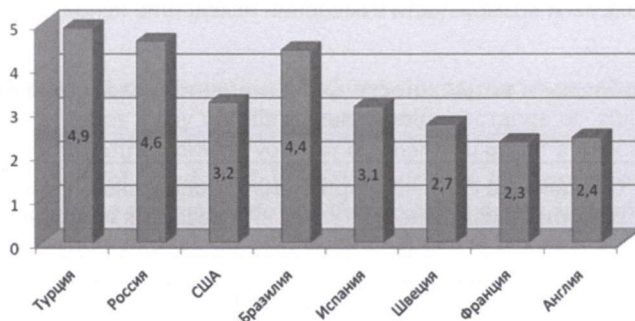


Диаграмма 2. Количество проведенных часов в социальных сетях в день в разрезе стран [4]

Еще один факт, некоторые пользователи намеренно искажают информацию о себе – меняют имя и фамилию, указывают ложные данные или вообще не раскрывают их. Социальным сетям, наоборот, выгодно открывать максимум данных. Вдобавок к тому, данные в социальных сетях имеют достаточно много потенциальных угроз, к примеру, довольно часто взламываются аккаунты. Кроме того, социальные сети обладают малой полезностью – электронное общение несет в себе только 7% информации.

К плюсам относится то, что, используя социальные сети, человек может легко начать переписку с любым знакомым или незнакомым ему индивидуумом. Также пользователи могут мгновенно обмениваться документами любого типа. Такой ресурс значительно облегчает процесс учебы, работы. Социальные сети являются огромной базой данных с различной информацией о сотнях миллионах людей для маркетологов, проводящих исследования, HR-служб в отборе новых сотрудников. Также социальные сети позволяют развиваться личности. Пользователь, вступая в какое-то сообщество, может изучить то, что его интересует. Однако медиа влияют на эмоции. У людей снижается самооценка после просмотра чужих успехов, они становятся подавленными и недовольными своей жизнью. С другой стороны, ресурсы социальных сетей позволяют найти вторую половинку. Как отмечают социологи, появляется все больше влюбленных пар, которые познакомились в интернете, – каждая пятая пара в мире [5].

Для общества

Рассмотрим влияние социальных сетей на изменение общества в целом. Социальные сети влияют на изменение рынка труда. С другой стороны, особенностью является слияние социальных сетей со средствами массовой информации. Большинство СМИ перестают удовлетворять потребности общества, не понадобится газета, чтобы узнать новости, которые можно и бесплатно прочесть в сетях. Это означает, сетевое общение способно изменить специфику коммуникативных навыков человека, что повлияет на замену чувств, а это в свою очередь влияет на крупные демографические изменения в обществе.

Для бизнеса

Сегодня рекомендуется вести бизнес вместе с представительством в интернете, ведь это достаточно значимая составляющая в жизни общества. Более 80% компаний по всему миру используют социальные сети в работе [6].

Репутация в бизнесе – это основной источник диалога с потребителями. Налаживание отношений бренда с имеющимися и потенциальными клиентами в социальных медиа – отличная альтернатива для развития. Возможную аудиторию здесь можно легко выявить – достаточно создать группу по интересам. Используя данный ресурс, вы можете отслеживать разговоры о вашей компании. Однако, встречаются и случаи неправдивых отзывов, что может отрицательно сказаться и на репутации компании. Также появляется возможность нести социальную миссию в общество, причем без особых убытков. Вследствие такой деятельности компания станет более узнаваемой. Социальные сети дают возможность осуществлять онлайн-продажи, к тому же круглосуточно доступные.

Для предпринимательства

Предприниматели часто создают новые товары, услуги, тем самым привлекая внимание потребителей. Социальные сети способны помочь начинающим и уже успешным предпринимателям. Во-первых, они могут предложить идею, что, в принципе, является главной задачей предпринимателя. Существуют группы, предлагающие определенный список реальных идей, можно найти и бизнес-планы для их воплощения. Появились новые ресурсы, созданные специально для предприимчивых людей, например социальная сеть для делового сообщества Bizznet.kz[7]. Благодаря созданию такого проекта, все предприниматели Казахстана смогут быть на связи, портал полезен тем, что там собрана актуальная информация, которая ежедневно обновляется.

Подводя итоги данного исследования, удобнее представить результаты в виде таблицы, где наглядным образом будут видны проблемы и возможности изменений вследствие использования социальных СМИ (см. таблицу 1).

Таблица 1. Проблемы и возможности для изменений вследствие использования социальных СМИ

	Социальные сети – это проблема развития и изменений	Социальные сети – это возможности для развития и изменений
Личность	<ul style="list-style-type: none"> — Незащищенность личной информации — Искаженность данных — Зависимость — Влияние на эмоции — Маленькая полезность 	<ul style="list-style-type: none"> + Коммуникативная функция + Отдых + Покупки не выходя из дома + Клубы по интересам + Возможность найти вторую половинку
Общество	<ul style="list-style-type: none"> — Меньшее проявление эмоций — Снижение демографического роста 	<ul style="list-style-type: none"> + Информационная база + Изменение на рынке труда + Слияние со СМИ
Бизнес	<ul style="list-style-type: none"> — Оклеветание 	<ul style="list-style-type: none"> + Репутация в Сети, эффективная реклама + Обратная связь с потребителем + Определение целевой аудитории + Несение социальной миссии в общество + Продажи + Круглосуточная доступность
Предпринимательство		<ul style="list-style-type: none"> + Идеи + Отдельный сайт для развития своего дела

Вывод: Безусловно, это лишь малая часть всего, к чему имеют отношение социальные медиа. В настоящий момент сети глубоко проникли в жизнь общества и являются его неотъемлемой частью. Исследование показало, что при большом количестве минусов, то есть проблем для изменения, возможностей все же остается больше, а это означает, что социальные СМИ благоприятно влияют на личность, общество в целом, бизнес и предпринимательство. Социальные сети есть фактор развития, это один из многих аспектов, ведущих человечество в будущее.

Источники:

1. Статья «By the numbers: 200+ amazing Facebook user statistics» от 23.01.2015 на сайте <http://expandedramblings.com/>
2. Статья «By the numbers: 120+ amazing LinkedIn statistics» от 25.01.2015 на сайте <http://expandedramblings.com/>
3. Статья «By the numbers: 150+ amazing Twitter statistics» от 23.01.2015 на сайте <http://expandedramblings.com/>
4. Статья «Быстрые движения пальцев» от 26.01.2013 на сайте <http://inosmi.ru/>

5. Статья «40 фактов о социальных сетях» от 29.10.2012 Факт №27 на сайте <http://www.adme.ru/>
6. Статья «Все о социальных сетях» от 08.06.2011 на сайте <http://secl.com.ua/>
7. Статья «Запущена социальная сеть для предпринимателей Bizznet.kz» от 11.11.2014 на сайте <http://www.damu.kz/17299>