

НЕДЕЛЯ 5

Профессиональная репутация в социальных сетях

Цели и задачи занятия.

По окончании занятия студент должен:

- выявлять положительные и отрицательные стороны при работе в социальных сетях;
- анализировать аккаунты в социальных сетях на предмет соответствия профессиональным требованиям;
- участвовать в профессиональной коммуникации.

Современную жизнь уже сложно представить без социальных сетей. С каждым годом их популярность растёт, вовлекаются новые участники, появляются новые форматы общения. Сами платформы все активнее борются за пользователя, развивая и улучшая свой продукт.

Одна из первых социальных сетей — «Classmates.com» (аналог “Одноклассников”) — была запущена в 1995 году. Всего же на данный момент в мире уже насчитывается более 400 подобных ресурсов.

В битве за внимание аудитории отчетливо прослеживается конкуренция между китайскими и американскими компаниями, создающими схожие продукты. При этом стоит отметить, что в КНР существует более жёсткая цензура.

Стоит отметить, что социальная сеть может существовать в формате:

- Онлайн сервиса.
- Веб-сайта.
- Специализированной платформы.
- Мобильного приложения.
- Совмещать сразу несколько платформ.

В основном они созданы для:

- Общения.
- Обмена контентом.
- Отзывов.
- Коллективных дискуссий.
- Авторских записей.
- Полезных закладок.
- Объединения людей согласно кругу их интересов.

Рейтинг (2020)	Количество активных пользователей
1. Facebook	2.6 млрд пользователей
2. Youtube	2.0 млрд пользователей
3. Instagram	1.08 млрд пользователей
4. TikTok	0.8 млрд пользователей
5. Sina Weibo	0.5 млрд пользователей
6. QZone	0.5 млрд пользователей
7. Reddit	0.43 млрд пользователей
8. Kuaishou	0.4 млрд пользователей

9. Pinterest	0.36 млрд пользователей
10. Twitter	0.32 млрд пользователей

Самой популярной социальной сетью в мире на 2020-й год, по версии сайта Statista.com, является Facebook. Проект появился в 2004 году. Его разработала компания студентов во главе с Марком Цукербергом. Первоначально ресурс рассматривался как средство для общения абитуриентов Гарвардского университета. Сейчас эта социальная сеть предлагает пользователям обширный спектр возможностей.

На втором месте рейтинга расположился видео-ресурс Youtube. Количество активных пользователей этой социальной сети на 2020-й год составляет порядка 2 миллиардов пользователей. Сервис появился на свет в 2005 году в результате совместных усилий трёх специалистов компании PayPal. Они изобрели уникальную технологию загрузки видео хорошего качества в сжатом формате.

Модная в наши дни социальная сеть для обмена визуальными файлами – Instagram – закрывает тройку лидеров. Количество её активных посетителей в 2020 году установилось на отметке 1.08 миллиардов. Ресурс был создан в 2010-м году. Сервис появился на свет путём совместной работы программистов из Сан-Франциско – Кевина Систрома и Майка Кригера. Уже через год после выхода в массы число загруженных на интернет-ресурс изображений достигло 100 миллионов. Интересный факт: самой популярной фотографией за 2019 год, размещенной в Instagram, стало изображение куриного яйца!

Четвертой в рейтинге становится социальная сеть для публикаций короткометражных роликов – TikTok. Несмотря на то что ресурс был создан пекинской компанией «ByteDance» лишь в 2018 году, на 2020-й аудитория платформы насчитывает порядка 0.8 миллиардов пользователей по всему миру. Популярное приложение в последнее время бьёт все мыслимые рекорды по количеству скачиваний.

Пятерку самых популярных социальных сетей в мире закрывает сервис небольших блогов родом из Китая – Sina Weibo. Его аудитория по состоянию на 2020 год насчитывает порядка половины миллиарда пользователей. В 2009 году сайт основала Sina Corp – одна из крупнейших корпораций в Китае. Популярную платформу вполне можно назвать “симбиозом Твиттера и Фейсбука”. Интерфейс здесь адаптирован для англоязычных и китайских пользователей.

[\(https://spasibovsem.ru/ratings/interesnoe/10-samyh-populjarnyh-socialnyh-setej-v-mire-rejting-2020/\)](https://spasibovsem.ru/ratings/interesnoe/10-samyh-populjarnyh-socialnyh-setej-v-mire-rejting-2020/)

Задание 1. Прочитайте и прокомментируйте высказывание Марка Цукерберга: «Социальные сети – это не альтернатива дружбе, это ее продолжение». Выразите согласие или несогласие с точкой зрения автора цитаты, аргументируйте свою позицию.

Задание 2. Беседа. Ответьте на следующие вопросы:

1. Как вы относитесь к социальным сетям?
2. Какими социальными сетями вы пользуетесь?
3. Сколько времени в день вы уделяете социальным сетям?
4. Сколько у вас друзей в социальных сетях?
5. Вы их всех лично знаете?
6. Влияют ли социальные сети на вашу жизнь?
7. Развивает ли вас как-либо общение в социальных сетях?
8. Выделите три однозначных плюса социальных сетей.
9. Выделите три однозначных минуса социальных сетей.

Задание 3. Тест «Зависимость от социальных сетей»

1. Как много времени в день в среднем вы проводите в соцсетях?

- А. Заглядываете туда не каждый день и буквально на несколько минут.
- Б. Около получаса.
- В. Час или два.
- Г. Ежедневно проводите там несколько часов.

2. Влияет ли ваше времяпрепровождение в соцсетях на повседневную жизнь?

- А. Нет, никак.
- Б. Иногда вы узнаете информацию о полезных мероприятиях, интересных событиях.
- В. Порой вы жалеете, что потратили там время, вместо того чтобы сделать что-то в реальной жизни.
- Г. Ваши близкие жалуются, что вы проводите там слишком много времени.

3. Вы нашли интересную группу в соцсети, читаете посты один за другим. Можете ли остановиться и заняться делами?

- А. Это никогда не бывает проблемой.
- Б. Иногда возникает такая проблема, но без труда решается.
- В. Да, бывает сложно остановиться, но вы можешь это сделать, проявив силу воли.
- Г. Вы решаешь дочитать один пост, потом другой пост... И так бесконечно.

4. Как соотносятся в вашей жизни общение в соцсетях и в реальности?

- А. В соцсетях у вас даже нет «общения».
- Б. В соцсетях бывает переписка, но основное общение происходит в реальности.
- В. В соцсетях могут происходить интересные знакомства, но вы стараетесь перенести их в реальность.
- Г. Основное общение происходит в соцсетях.

5. Обращаете ли вы внимание на лайки своих постов и фотографий?

- А. Нет, и вообще смутно понимаете, о чем идет речь.
- Б. Иногда замечаете, но это не что-то важное для вас.
- В. Если речь идет о значимых для вас людях, то важно, ставят они лайки или нет.
- Г. Постоянно проверяете, подсчитываете, сравниваете вчерашние и сегодняшние лайки – где их больше. Запоминаете, кто поставил лайк, кто нет...

6. Что для вас значит ваша аватарка в соцсетях?

- А. Ничего. У вас вообще ее нет или вы поставили первую попавшуюся картинку.
- Б. Когда-то вы установили приятную для себя картинку и не меняете.
- В. Вы тщательно выбираете аватарки.
- Г. В зависимости от настроения вы постоянно меняете аватарки.

7. Что можно сказать о ваших постах в соцсетях?

- А. Вы их практически не делаете.
- Б. Иногда вывешиваете объявления, если есть необходимость.
- В. Делитесь новостями, фотографиями с важных событий...
- Г. Ваши посты – своего рода «отчет» о вашей жизни. Вы публикуете повседневные фотографии, размышления, рассказываете о переживаниях...

Результаты. Какой вариант вы выбирали чаще?

А) Безразличие. Ваше отношение к соцсетям можно назвать безразличием и, как следствие, это поверхностное знакомство. Зависимость от них вам не грозит, во всяком случае, сейчас. С одной стороны, это позволяет вам жить реальной жизнью, не тратить время впустую, не убегать от реальности. С другой – лишает возможностей, которые предоставляют социальные сети. Может, вам стоит побольше узнать про эти возможности и использовать их? Может, у вас есть предубежденность перед ними? Предубежденность может стать преградой для развития, новых горизонтов и возможностей...

Б) Интерес. У вас есть интерес к социальным сетям, не более – это не зависимость. Вы умеете находить там интересную и полезную информацию, использовать открывающиеся возможности. Контролируете своё пребывание там и не тратите время впустую. Можно оптимизировать времяпрепровождение там, ставя перед собой конкретные узкие задачи и цели. Подумайте, что для вас самое важное в соцсетях? Как оптимальнее всего можно удовлетворять эту потребность? И делайте это осознанно!

В) Увлеченность. Вы с интересом и удовольствием проводите время в социальных сетях. Это не зависимость, но определенные риски в её возникновении есть. Постарайтесь структурировать и ограничивать своё пребывание в соцсетях, ставить конкретные задачи и отводить под них определённое количество времени. Даже если вы поставите целью отдых и удовольствие, ограничьте пребывание в соцсети, поставьте чёткую границу по времени. И именно это сможет быть критерием в дальнейшем: соблюдаете вы установленную для себя границу или нет. Пока вы можете контролировать своё пребывание в соцсетях, вы не переходите черту зависимости.

Г) Зависимость. Пришло время задуматься: не превратилось ли ваше времяпрепровождение в соцсетях в зависимость? Можете ли вы остановиться? Мешает ли это вашей реальной жизни? Что заставляет вас проводить время в соцсетях? Что там самое важное, какую потребность вы реализуете на самом деле? Постарайтесь отследить: за любой зависимостью скрывается внутренний дефицит; чего вам не хватает в реальной жизни? Попробуйте получить это другим путём, вне соцсетей. При необходимости обратитесь к специалисту по работе с аддиктивным (зависимым) поведением: интернет-зависимость в целом и зависимость от социальных сетей в частности стали проблемой для многих людей нашего времени.

(Психолог Ирина Соловьева, для журнала "Наша психология":
<https://solirina.ru/materialy/testy/455-test-zavisimost-ot-sotsialnykh-setej>)

Задание 4. *Распределите следующие характеристика общения в социальных сетях на две группы: плюсы и минусы.*

Общение с людьми из разных городов, недостоверная информация, лёгкий поиск видео, музыки, фотографий, ухудшение зрения, сколиоз, туннельный синдром, трата времени, финансовые затраты, лёгкий способ найти друзей по интересам, зависимость, открытый доступ к негативной информации, мошенники и преступники, понижение самооценки, инструмент для саморазвития, польза во время учебного процесса, площадка для развития бизнеса, общение на расстоянии, нахождение в центре событий и новостей, скрытность, вседозволенность.

Задание 5. *Посмотрите видеоролик <https://www.youtube.com/watch?v=iUpnID3NNI4>. Ответьте на следующие вопросы:*

1. В чём заключается парадокс дружбы?
2. К чему он приводит в отношении социальных сетей?
3. Какие критерии исследовали для проверки гипотезы парадокса счастья?
4. Как соотносится парадокс счастья с парадоксом дружбы?
5. Каким образом проявляется связь между использованием социальных сетей и развитием депрессии у подростков?
6. Почему речь в данном случае не идёт о взрослых людях?
7. Можем ли мы сейчас полностью отказаться от социальных сетей?
8. Какой совет даёт автор видео?

Задание 6. *Посмотрите фильм «Социальная дилемма». Обсудите на занятии. Выскажите свою точку зрения на затронутую в фильме проблему и предложите пути решения.*

Задание 7. *Посмотрите видеоролик о социальных сетях для профессионалов: <https://www.youtube.com/watch?v=2Tjzdu4t6Q8>. Ответьте на следующие вопросы:*

1. Как называется наиболее популярная социальная сеть для поиска работы?
2. Какую информацию нужно оставлять о себе в профессиональных социальных сетях?
3. С какой целью некоторые работодатели запрещают сотрудникам выкладывать информацию о занимаемой в компании должности и выполняемых функциях? В каких случаях этот запрет оправдан?
4. В чём автор ролика видит разницу между профессиональными социальными сетями и социальными сетями для профессионалов?
5. Перечислите основные правила самопрезентации в социальных сетях. Что категорически запрещено?
6. Насколько открытым нужно быть в социальных сетях относительно личной жизни?
7. Проанализируйте свои аккаунты в социальных сетях по критериям, указанным в видео.

Задание 8. *Прочитайте текст. Знакомы ли вам данные сайты? Обращались ли вы или ваши знакомые к услугам одного из перечисленных сайтов?*

Лучшие сайты для поиска работы в Казахстане

Сегодня экономика Республики — одна из крупнейших в Центральной Азии, и при должных навыках, образовании и целеустремленности соискателям вполне реально найти достойную работу в любой из профессиональных отраслей. А сделать этот поиск максимально результативным поможет посещение специализированных интернет-ресурсов.

HeadHunter

Крупная рекрутинговая площадка HH.kz размещает информацию о свободных должностях в сотне населённых пунктов Казахстана. Только в Алматы — крупнейшем городе страны — вакантными значатся около 10 тысяч мест, в столице, Нур-Султане, — до 5 тысяч. При этом доступен выбор позиций не только в городах, заданных в поиске, но и в соседних. Максимум приглашений (почти четверть от всех) находятся в рубрике «Продажи».

В превью абсолютного большинства объявлений указана заработная плата, реализована возможность перехода на сайт нанимателя в один клик. На HH много статей о нюансах трудоустройства в РК, советов по адаптации в новых коллективах и подготовке к собеседованиям. Есть бесплатные мобильные приложения для Android и iOS.

Электронная биржа труда

На портале Enbek.kz публикуются вакансии из прямых источников, каталогов территориальных подразделений республиканского Министерства труда и частных рекрутинговых агентств. В единой базе — свыше 40 тысяч предложений для безработных, молодёжи, высвобожденных сотрудников, граждан с инвалидностью и «непродуктивно самозанятых». Определённые категории посетителей биржи могут бесплатно обучиться новой специальности на известной платформе онлайн-курсов.

На сайте регулярно обновляются сведения о профессиях-лидерах по зарплатам, в этом перечне неизменно значатся врачи-стоматологи, горные мастера, геологи, представители автосервиса и менеджеры по продаже высокотехнологичных товаров. Меню портала доступно в русскоязычной версии и на казахском языке.

RabotaNur

Создатели Rabotanur.kz указывают, что их сервис ежемесячно посещает около миллиона пользователей и что найти работу на данной площадке реально любому — «от садовника до топ-менеджера». И действительно, в топе популярных профессий ресурса одновременно находятся как бухгалтер, юрист и переводчик, так и водитель, кассир и сварщик. На главной странице сайта только два фильтра — по названиям городов и профессиональным сферам, однако после первичной сортировки сервис предлагает сделать расширенную выборку объявлений по стажу, заработной плате и формату занятости.

Помимо вакансий, на RabotaNur публикуются советы для посетителей, стремящихся достичь карьерного роста, лайфхаки для специалистов-новичков и новости рынка занятости.

Profi

На сервисе Profi.kz студенты и фрилансеры ищут заказы, а компании, предприниматели, физические лица — исполнителей на разовую, временную, удаленную работу. Можно зарабатывать на заказах, создавая логотипы, тексты или переводы с иностранного, занимаясь фрилансом, дизайном, программированием, обучением, уборкой, доставкой. Имеются специальные подборки для курьеров, репетиторов и бухгалтеров, it-специалистов, есть разделы для соискателей без квалификации и опыта, студентов и молодёжи.

Қызмет

Количество вакансий, размещенных на Qyzmet.kz, варьируется в пределах 70-80 тысяч. Почти треть из них — предложения работодателей из Алматы, далее следуют компании из Нур-Султана, Шымкента, Караганды, Павлодара и Актау. Особенно активно ищут бухгалтеров, водителей, педагогов, медперсонал и юристов. Ресурс выделяется подробной статистикой: в открытом доступе — сведения о числе предложений по городам, специализациям, отраслям и типу занятости, публикуются списки популярных компаний-нанимателей и запросов кандидатов.

Несмотря на внушительный выбор позиций без требований к образованию, на площадке мало приглашений для соискателей без стажа — кандидатуры малоопытных подчиненных готов рассматривать лишь 1 из 30 работодателей, но при этом нередко оговаривается возможность обучения на рабочем месте.

Superjob

В топ 15 лучших работодателей, ищущих работников через сервис Kz.superjob.ru, значатся не только крупные компании, но и индивидуальные предприниматели, и фирмы с относительно небольшой численностью сотрудников. Это делает базу площадки широкопрофильной: привлекательные предложения для руководителей разного звена перемежаются с приглашениями для домашнего персонала — водителей, сиделок и уборщиц.

На SuperJob публикуется обзор республиканского рынка труда, в который включены рейтинги востребованных и наиболее высокооплачиваемых профессий, средние заработные платы, уровень безработицы.

Olx

Электронная доска объявлений Olx.kz называет себя универсальной площадкой, пользователей которой предлагают трудоустроить и крупные компании, и частные предприниматели. Подобное определение соответствует реальности, но с некоторой оговоркой:

большинство предложений о трудоустройстве адресовано представителям рабочих специальностей, строителям, водителям, уборщикам и персоналу торговых организаций. Однако для многих посетителей это не минус Olx, а его плюс, так как в подобных каталогах много вариантов трудоустройства с возможностью освоения профессии непосредственно на рабочем месте, предложений о частичной занятости, работе только в определенные часы или дни.

Маркет

Площадка бесплатных интернет-объявлений Market.kz задумывалась как сервис, связанный исключительно с куплей-продажей. Однако интерес различных компаний к сайту обеспечил появление на нём ежедневно обновляемого раздела «Работа». Вакансии распределены по тематическим блокам, система фильтров обеспечивает релевантность поисков, а опция «На карте» позволяет увидеть точное местонахождение нанимателя.

<https://vse-kursy.com/read/1126-top-14-luchshih-saitov-dlya-poiska-raboty-v-kazahstane.html>

Задание 9. Прочитайте текст. Озаглавьте. Числительные запишите словами (обращая внимание на падеж).

Реклама в Инстаграм – основная статья доходов популярных блогеров. Чем больше подписчиков, тем дороже пост. Однако некоторые дальновидные блогеры идут дальше, они монетизируют онлайн популярность в свой бизнес. Причем вайнеры чаще становятся рестораторами, а инстадивы открывают салоны красоты и бутики одежды.

В сентябре 2020 в Казахстане было зарегистрировано 10 325 000 пользователей Instagram, что составляет 54,5% от всего населения страны. С 1 млрд активных пользователей в месяц Instagram сейчас не только одна из ведущих социальных сетей, но и важнейшая платформа для инфлюенс-маркетинга (маркетинга влияния). Для составления отчета проанализировано 30 998 инстаграм-аккаунтов инфлюенсеров из Казахстана (инфлюенсер – аккаунт, у которого больше 1000 подписчиков и лояльная аудитория).

Ключевые находки:

Большинство казахстанских Instagram-инфлюенсеров – это микроинфлюенсеры с количеством подписчиков от 5 000 до 20 000 (54,5%);

Основное ядро инфлюенсеров составляют женщины в возрасте от 18 до 24 лет (38,1%);

Самая популярная категория, в которой делают контент инфлюенсеры в Казахстане, – это «Красота» (косметика, уход за телом/лицом, уход за ногтями/волосами, стиль и так далее). В этой категории постят 12,65% инфлюенсеров;

Ключевая аудитория Instagram в Казахстане – женщины в возрасте от 18 до 34 лет (57,49%);

Макроинфлюенсеры могут зарабатывать до \$600 за один пост;

Инфлюенсер с наибольшим количеством подписчиков в Казахстане – медиаперсона **Ерболат Жанабилов**, у его аккаунта **@zhanabylov_e** более 7,1 млн подписчиков.

Что такое инфлюенс-маркетинг и кто такие инфлюенсеры?

Инфлюенс-маркетинг, или маркетинг влияния, – это способ донесения рекламного послания бренда через инфлюенсера, человека с большим количеством подписчиков в социальных сетях. Главной социальной сетью для инфлюенс-маркетинга является Instagram. Инфлюенсерами считаются люди, у которых не менее 1000 подписчиков.

Алишер Еликбаев – @yelikbayev

211 тысячи подписчиков. В чём лучший: несмотря на возраст, всегда актуальный. Алишер Еликбаев — специалист по коммуникациям. Ведёт блоги в Instagram, Facebook, Telegram. Интересно, что, несмотря на небольшую аудиторию, у Алишера самая дорогая

реклама по отношению к количеству подписчиков в Казахстане. Ему доверяют и люди, и рекламодатели.

Женис Омаров – @zheka_fatbelly

3,1 млн подписчиков. Женис Омаров или Zheka Fatbelly – «свой» парень из Тараза, начал снимать вайны ещё в старших классах. Сегодня Жека – популярный блогер, которого знают не только в Казахстане. Собрав немалую аудиторию в Инстаграм, вайнер решил стать предпринимателем и подался в рестораторы. Первый ресторан быстрого питания Zheka's Doner House открылся в 2016 году в Алматы на улице Панфилова. Источником финансирования первых точек стали частные инвесторы, сегодня желающие могут приобрести франшизу общепита. В настоящий момент это самая крупная сеть быстрого питания в стране, которая состоит из более 40 точек по всему Казахстану, включая формат экспресс донерных. Наряду с фаст-фудом, блогер стал лицом сети по продаже мороженого Zheka's Ice, которое стала хитом 2017 года. Сегодня яркое мороженое от Жеки можно попробовать в 13 городах Казахстана.

Мейржан Туребаев – @meirzhach_tv

3,2 млн подписчиков. Самый известный «полицейский» Казахстана Мейржан Туребаев прославился благодаря своим вайнам, где он предстает в образе сотрудника правоохранительных органов по имени Берик. Смешные ролики так полюбились казахстанцам, что переросли в отдельный сериал о буднях местных полицейских. Сегодня блогер отошел от роли полицейского и в своих видео разыгрывает курьёзные ситуации из семейной жизни, где часто снимается со своей супругой Даной Есеевой, у которой, кстати, 2,5 млн подписчиков. В 2017 году Мейржан по протоптанной вайнерами дорожке открыл точку общепита – кафе восточной кухни «Жан Плов Лагман», на логотипе которого красуется фото блогера. Сегодня в Алматы функционируют три точки кафе. В этом году Мейржан запустил своё производство колбасы под брендом «Мейржачная».

Дания Альтаева – @daniya_alt

1,7 млн подписчиков. Пожалуй, самый популярный кулинарный блогер в Казахстане. Её мастерство растёт в геометрической прогрессии. История аккаунта очень проста: молодая мама после двух лет в декрете решила немного разнообразить свою жизнь и начала готовить по рецептам популярных западных видеоблогеров. Муж предложил ей снимать короткие и простые видео самой – всё равно она ежедневно стряпает для семьи... Этот аккаунт сегодня в закладках у женщин и даже мужчин из многих стран мира.

Yuframe – @yuframe

2,6 млн подписчиков. Команда молодых вайнеров Yuframe – настоящий генератор бизнес-идей. Ребята одни из первых в Казахстане начали снимать вайны, и, соответственно, первыми смогли монетизировать онлайн популярность. Началось всё в 2016 году с первого миллиона подписчиков и именного кафе Yuframe на улице Панфилова в городе Алматы, где команда фактически не владела предприятием, а выступала лишь «лицом» бизнеса. Однако что-то не сложилось, и кафе закрылось к концу года. Следующим крупным бизнес-проектом команды стала сеть одноимённых бургерных «Yuframe Burger». Здесь блогеры уже входят в число учредителей, при этом основными владельцами сети являются другие бизнесмены, причём в каждом заведении свой инвестор. Сегодня Yuframe официально закрыт, но, несмотря на это, бывшие участники команды продолжают развивать свои проекты. Так, лидер группы, Арман Юсупов, пробует себя как продюсер в студии 2ANY1, которая специализируется на рекламе в социальных сетях у популярных блогеров Казахстана. Также Арман создал проект «Поток», где учит мастерству блоггинга. Другой участник Yuframe – Артур Аскарулы – открыл цветочный магазин «Цветок короля Артура». Карина Оксукпаева, у которой, кстати, 3,7 млн подписчиков, продвигает свой салон красоты.

[https://mybusiness.kz/lyudidela/top_10_kazaxstanskix_bloggerov_kotorye_stali_predprinimat_elyami/361;](https://mybusiness.kz/lyudidela/top_10_kazaxstanskix_bloggerov_kotorye_stali_predprinimat_elyami/361)
[https://forbes.kz//life/hero/kto_takie_instagram_inflyuenseryi_i_skolko_oni_zarabatyivayut_v_kazahstane/;](https://forbes.kz//life/hero/kto_takie_instagram_inflyuenseryi_i_skolko_oni_zarabatyivayut_v_kazahstane/)
[https://weproject.media/articles/detail/10-bloggerov-iz-kazahstana-uspekhn-kotorykh-vse-khotyat-povtorit/;](https://weproject.media/articles/detail/10-bloggerov-iz-kazahstana-uspekhn-kotorykh-vse-khotyat-povtorit/)
[https://comode.kz/post/top-7-kazahstanskih-fud-bloggerov-c-kotorymi-zhizn-stanet-vkusnee\)](https://comode.kz/post/top-7-kazahstanskih-fud-bloggerov-c-kotorymi-zhizn-stanet-vkusnee)

Задание 10. Групповая работа. Сделайте обзор других казахстанских блогеров по их аккаунтам. Каждая группа выбирает одного блогера (фуд, феши и т.д.). Выделите сильные и слабые стороны выбранного блогера. Презентуйте свою работу, используя слайды или инфографику.

Задание 11. Обсудите полученную информацию и ответьте на вопросы.

Друзья или френды

Проблемная ситуация: Совпадает ли число друзей «виртуальных» и реальных.

Френд и друг – слова с очень разными значениями. Френд не познаётся ни в беде, ни в радости, это слово просто означает «мы знакомы» или даже «я его знаю».

А вот цитата из книги Линн Виссон «Русские проблемы в английской речи. Слова и фразы в контексте двух культур»:

Для американца *friend* – это и одноклассник, с которым не виделся лет двадцать, и человек, с которым он иногда играет в гольф, и прихожанин, которого иногда встречает в церкви, и действительно близкий друг. Американец может сказать, что он был на вечеринке, *where he made five new friends* (где «завёл несколько новых друзей»). *Meeting new people* является своеобразным синонимом для *making new friends*. В английском языке, в отличие от русского, слово «друг» не подразумевает каких-либо моральных обязательств. Часто *friend* – это человек, с которым американец проводит время в часы отдыха, а не тот, кому он доверяет секреты, с кем разделяет мысли и чувства.

[\(https://ilyabirman.ru/meanwhile/2010/12/26/1/\)](https://ilyabirman.ru/meanwhile/2010/12/26/1/)

Вопросы:

Сколько у вас людей в друзьях?

Сколько из этих людей ваши настоящие друзья в жизни?

Скольких из этих людей вы не знаете вообще?

Различно ли ваше поведение в социальной сети и в реальной жизни? В чём разница?

Как легко вы заводите и прекращаете отношения в сети?

Так ли легко стать друзьями в реальном мире, как в виртуальном?

Задание 12. Групповая работа с кейсами «Социальные сети и профессиональная репутация». Студенты делятся на четыре команды, каждая команда получает карточку с кейсом и вариантами поведения в предложенной ситуации:

а) проигнорировать;

б) наказать сотрудника, но сохранить его в компании;

в) уволить сотрудника.

Студентам даётся пять минут на обсуждение решения, затем один из участников группы коротко рассказывает о сложившейся ситуации и озвучивает выбранную командой модель поведения.

Карточка 1

Вы входите в совет директоров международной корпорации, которая очень дорожит своей репутацией. Одна из ваших сотрудниц утром отпросилась с работы, пожаловавшись на плохое самочувствие. Она утверждала, что у нее очень сильно болит голова и ей тяжело работать за компьютером. Спустя пару часов она опубликовала заметку на своей странице в популярной социальной сети. В заметке она предлагала друзьям сходить в кино на ближайший сеанс. Вы:

- не обратите внимания;
- накажете сотрудницу;
- уволите сотрудницу.

Карточка 2

Вы тренируете волейбольную команду и дорожите ее безупречной репутацией. Ваша команда недавно выиграла чемпионат России и готовится к международным соревнованиям. Один из спортсменов был отмечен в социальной сети на фотографиях с дружеской вечеринки. На одной из фотографий он позирует рядом со спящим молодым человеком, разрисованным оскорблениями и свастиками. Вы:

- не обратите внимания;
- накажете спортсмена;
- исключите спортсмена из команды.

Карточка 3

Вы владеете крупной фармацевтической компанией, производящей витамины и биодобавки для похудения. Вы дорожите вашей безупречной репутацией. Ваш агент по связям с общественностью опубликовал на своей странице в социальной сети фотографию с соревнований по поеданию бургеров и картошки фри. Вы:

- сделаете вид, что не видели публикации;
- накажете сотрудника;
- уволите сотрудника.

Карточка 4

Вы управляете банком. Ваша репутация у вкладчиков оказывает прямое влияние на конкурентоспособность вашего банка. Один из сотрудников службы по связям с общественностью вашего банка на следующей неделе уходит в отпуск. Вчера он опубликовал запись в своем твиттере:

«Мы заработали кучу денег на вкладчиках, можно ехать тусить!». Вы:

- сделаете вид, что не видели публикации;
- накажете сотрудника;

уволите сотрудника

Обсуждение:

- Почему вы решили так поступить?
- Как, на ваш взгляд, эта публикация может отразиться на репутации компании?
- Существуют ли другие варианты поведения в предложенных ситуациях?

(http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/314/80314/60720?p_page=9)