

сравнили прогнозы с реальностью. Оказалось, что лидерами хит-парадов стали те музыкальные композиции, которые понравились мозгу испытуемых, а не те, которые они предпочли на уровне сознания.

Еще одним показательным примером являются исследования двух наиболее передовых технологий сканирования мозга: магнитно-резонансной томографии (МРТ) и современного аналога электроэнцефалограммы, известного как топографическое картирование электрической активности мозга (ТКЭАМ). Известный консультант по маркетингу и эксперт в области брендов Мартин Линдстром, профессор прикладной нейровизуализации Джемма Калверт и профессор и генеральный директор научно-исследовательского института в Австралии Ричард Зильберштейн в период с 2004 по 2007 гг. изучали влияние предупреждений о высоком вреде курения (риск эмфиземы, болезней сердца и др.), натуралистических фотографий пораженных органов на мозговую активность курильщика. Казалось бы, что эти фотографии должны способствовать уменьшению курения путём созданием негативных ассоциаций и страха за своё здоровье. Но профессор Калверт выяснила, что любые предупреждения о риске заболеваний в действительности приводили к противоположному эффекту, стимулируя зону головного мозга курильщиков под название область прилежащего ядра, отвечающего за получение удовольствий. По мнению М. Линдстрома, люди отвечали на вопросы о действии предупреждающих о вреде курения надписей утвердительно в силу того, что они на самом деле так думали или полагали, что такого ответа от них ждут исследователи.

Мы можем напрямую отметить, что люди считают эти предупреждающие картинки эффективными, но на самом деле результаты эксперимента говорят об обратном. Большое количество денег, расходуемых на борьбу с курением, пошли в никуда. Возможно стоит прекратить доверяться мнениям респондентов и интуиции при составлении рекламы или антирекламы и положиться на проверяемые методы?

Заключение. В связи с выше приведённым исследованием, становится понятно, что наше сознание не является достоверным источником полученных данных. На самом деле, оно является производным нашего мозга, отдельным его элементом. Как вторичные функции мозга регулируют телодвижение, глотание, дыхание, пищеварение, мочевыделение, уровень глюкозы и температуры, так же и сознание является его отдельной частью. Большинство этих процессов происходят без нашего ведома, они автоматически выполняются нашим мозгом. Нашему сознанию доступен лишь маленький фрагмент той информации, которую получает «подсознание». Вся интеллектуальная и иная работа происходит там, мы лишь фиксируем как наблюдатели то, что он производит.

На основе всестороннего анализа хода и последствий многочисленных экспериментов учеными многих стран была разработана технология нейромаркетинга.

Инновационность и интеллектуальная значимость этой стратегии заключается в том, что в основу технологии нейромаркетинга положена модель, согласно которой основная часть (больше 90%) мыслительной деятельности человека, включая эмоции, происходит в подсознательной области, то есть ниже уровней контролируемого осознания.

Данный подход позволяет обойти сознание, отойти от словесных формулировок респондентов, посмотрев на реальную работу мозга и поведение, которые им продиктовано.

Но при этом важно понимать, что новый метод оценки маркетинговых предпочтений не исключает важности иных маркетинговых исследований, которые должны дополнять и корректировать результаты, получаемые в нейромаркетинге, тем самым составляя полноценный портрет потребителя и его ожиданий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Линдстром М. :Buyology. Увлекательное путешествие в мозг современного потребителя. – С. 21-24.
2. Berns, Gregory and Moore, Sara E., A Neural Predictor of Cultural Popularity (December 17, 2010). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1742971> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1742971>

УДК 612.842.3

ИННОВАЦИИ В МИРЕ СОЦИАЛЬНЫХ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

*А.А. Чешун, студентка группы 10507117, ФММП БНТУ,
научный руководитель – д-р техн. наук, профессор Н.М. Чигринова*

Резюме - в статье идет речь об инновациях в профессиональных коммуникациях в Китае. Дана характеристика платформы WeChat и показаны принципиально новые возможности её дальнейшего развития.

Summary - in the article there is a speech about innovation in professional communication in China. WeChat platform is characterized and fundamentally new opportunities for its further development are shown.

Введение. Одной из форм современных социальных и профессиональных коммуникаций является телефонная связь со всеми возможными приложениями. Телефон давно уже стал неотъемлемой частью нашей жизни. Будильник, друзья, заказ еды и места отдыха – всё это сейчас можно решить с помощью телефона и приложений. Нужно оплатить онлайн – скачайте приложение для платежей, хотите переписываться с друзьями – скачайте приложение, нужен навигатор – скачайте приложение. И так до бесконечности. Но сколько места освободилось бы в телефоне, объединись все онлайн-платформы в одну?

Основная часть. Известно, что инновации в различных сферах нашей жизни сегодня – это один из наиболее эффективных приемов развития государства. Уже ни у кого не вызывает удивления постоянно, в различных сферах человеческой жизни, встречающийся лейбл “MadeinChina”. В Китае научились делать все, даже интернет. При этом важной особенностью любого китайского товара является его национальная специфика.

Задайте себе вопрос: современные телефоны или множество любых других гаджетов, которыми пользуются повсеместно в мире, где произведены?

Ответ очевиден. Без Интернета и его многочисленных приложений и сервисов сегодня трудно представить себе социальные и профессиональные коммуникации, особенно в режиме онлайн. При этом, китайский онлайн не похож на принятый во всем мире: в нем нет Facebook, Google, YouTube, Instagram. Правительство КНР заблокировало эти и многие другие сервисы из соображений цензуры и безопасности [1], призвав своих граждан к разработке и продвижению на мировой рынок различных китайских инноваций в сфере интеллектуальной деятельности.

Одним из наиболее динамично развивающихся направлений в производстве инноваций в Китае стало создание суперсовременных смартфонов с собственными приложениями и сервисами. В частности, в сфере человеческого общения в сегодняшнем разобщенном мире большую роль играет общение через различные приложения в телефонах. На смену привычных нам Whatapp и Viber в Китае пришел WeChat – комплекс «маленьких приложений». Кроме функций социальной сети в нем можно заказать еду, вызвать такси, забронировать отель, почитать новости. В числе финансовых — получение банковских выписок, оплата коммунальных счетов, денежные переводы — словом, весь интернет в одном месте. До этого года у We Chat не было аналогов [3].

Это, конечно, далеко не все функции We Chat, но даже эти в определенной степени отражают сложившуюся картинку и дают ответ на вопрос: почему WeChat так успешно вытеснил с первых позиций китайский сервис микроблогов от компании Sina Corp под названием Sina Weibo? Всё дело в том, что разработчики We Chat решили выйти за рамки просто общения и создать свою собственную систему, в которой может поместиться всё, что угодно, и где главными остаются практичность и функциональность [4].

Компания зарабатывает на продаже стикеров, баннерах в новостной ленте, нативной рекламе в We Chat Moments — аналоге Instagram — и купонах, которыми пользователи делятся с друзьями, рекомендуя товары. В 2014 году выручка компании составила \$1,1 млрд. [2].

Функционал We Chat постепенно расширяется. Уже в 2018 году появилась функция подтверждения личности при пересечении границы между материковым Китаем и Макао, (освобождая от необходимости предъявлять паспорт). We Chat рекомендуют профессионалы, а некоторые даже ставят в пример эту платформу, руководство которой умеет правильно работать с клиентами и зарабатывать [4].

В это же время появилась информация, что мессенджер станет виртуальным удостоверением личности для жителей КНР. ID систему Tencent разработала вместе с правительством. С ее помощью можно будет пользоваться госуслугами, проходить регистрацию в отелях, регистрировать компании и многое другое.

Заключение. Вот так интеллектуальная деятельность все глубже проникает в жизнь человека и создаваемые в ее результате инновации в различных сферах помогают человечеству подниматься на новые ступени развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Киевский международный экономический форум [Электронный ресурс]/Семь лет WeChat: как обычный мессенджер превратился в революционную экосистему – Режим доступа: <https://ain.ua>. - Дата доступа: 10.10.2019.
2. 7 уроков восхождения WeChat [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://vc.ru> - Дата доступа: 10.10.2019.
3. Разбираем WeChat — второй по популярности мессенджер в мире [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://habr.com/ru/> - Дата доступа: 10.10.2019.
4. WeChat – платформа, где возможно многое! [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.worksteptochina.com>- Дата доступа: 10.10.2019.

УДК 621.7.048

ЛАЗЕРНОЕ УПЛОТНЕНИЕ И ЛАЗЕРНАЯ СВАРКА

*У.В. Шилович, А.В. Аналайко студентки группы 10508118 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель А.А. Заболотец*

Резюме - Рассматривается сущность таких процессов как лазерное уплотнение и лазерная сварка, особенности данных процессов, параметры обработки, а также их преимущества и недостатки.

Summary - The essence of such processes as laser compaction and laser welding, the features of these processes, processing parameters, as well as their advantages and disadvantages are considered.

Введение. С момента изобретения лазера научно-технический прогресс испытал мощный скачок. Лазерное излучение обладает рядом уникальных свойств, благодаря этим свойствам лазеры стали использоваться в различных областях - наука, медицина, вооружение, информационные технологии, культура и даже быт, а также