

КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА ТА УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ / BUSINESS INTELLIGENCE & KNOWLEDGE MANAGEMENT

DOI: [10.18372/2225-5036.23.11581](https://doi.org/10.18372/2225-5036.23.11581)

АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛЕЙ КОМУНІКАЦІЙ У СОЦІАЛЬНИХ ГРУПАХ ТА ВІРТУАЛЬНИХ СПІВТОВАРИСТВАХ

Павло Буслов

Харківський національний університет радіоелектроніки, Україна

БУСЛОВ Павло Володимирович

Рік та місто народження: 1987 рік, м. Харків, Україна.

Освіта: Харківський національний університет радіоелектроніки, 2010 рік.

Посада: аспірант кафедри соціальної інформатики.

Наукові інтереси: системи управління знаннями, конкурентна розвідка, системний аналіз, соціальні мережі.

Публікації: 7 наукових публікацій, серед яких наукові статті, матеріали та тези доповідей на конференціях.

E-mail: p.buslov@ukr.net



Анотація. В статті проведено дослідження особливостей застосування моделей комунікації у соціальних групах. Зокрема, охарактеризовано сутність та особливості функціонування різнохарактерних соціальних груп. Виділено ключові характеристики соціальних груп: стабільність; згуртованість й єдність їх членів; однорідність складу. Позначено ознаками поділ соціальних груп на категорії: відповідно до характеру взаємодії, способу її здійснення, кількісного складу чи соціально значимих рис. Встановлено роль і значення комунікацій у соціальних групах. Зазначено, що комунікація в соціальних мережах у глобальному інформаційному просторі являє собою практично безпосереднє, контактне спілкування користувачів між собою подібне комунікації в соціальних групах у діалоговій чи полілоговій формі. Визначено специфіку використання моделей міжособистісної комунікації у соціальних групах. Зазначено, що найбільш доцільним є застосування у соціальних групах інтерактивної та діалогічної моделей порівняно з лінійною та транзакційною завдяки наявності зворотного зв'язку та забезпечення адекватності сприйняття інформації. Виділено перспективи використання результатів дослідження соціальних груп, зокрема, віртуальних співтовариств, для удосконалення комерційної діяльності компаній з використанням інформаційних технологій. Обґрунтовано необхідність створення графічної моделі процесу побудови системи консолідації інформації про клієнтів у межах інструментального засобу моделювання бізнес-процесів. Проведене дослідження є підґрунтям для подальшої розробки та впровадження моделей систем консолідації інформації у соціальних групах користувачів мережі Інтернет на основі системологічного класифікаційного аналізу.

Ключові слова: соціальні групи, комунікація, характеристики, модель, міжособисті комунікації.

Вступ

Людина бере участь в суспільному житті не як ізольований індивід, а як член соціальних спільнот, саме тому її діяльність багато в чому визначається особливостями функціонування тих груп, до яких вона включена, а також взаємодією всередині груп і між групами. Відповідно, суспільство виглядає як сукупність конкретних соціальних груп, які знаходяться в певній залежності одна від одної й які тісно взаємодіють у комунікативному аспекті, зокрема, у глобальному інформаційному просторі. Саме тому

дослідження сучасних тенденцій і перспектив формування та реалізації моделей комунікацій у соціальних групах, які, в свою чергу, є основою для формування віртуальних співтовариств, відрізняється значною актуальністю.

Аналіз існуючих досліджень

У сучасних умовах питанням формування та функціонування соціальних груп присвячено наукові праці таких авторів, як: Р. Мертон [1], Л. С. Виготський [2], Р. Л. Кричевський, Е. М. Дубовська [3] та ін.

Так, Р. Мертон пропонує визначити соціальну групу в якості сукупності людей, «які певним чином взаємодіють один з одним на основі встановлених зв'язків, усвідомлюють свою приналежність до групи і вважаються її членами» [1].

Вчений Л. С. Виготський досліджує співвідношення соціальної й колективної психології та вважає, що тільки частина психології входить до психології групи [2].

Автори Р. Л. Кричевський та Е. М. Дубовська присвячують власне дослідження виключно малим соціальним групам, не розглядаючи їх інші різновиди [3].

При цьому слід зазначити, що недостатньо дослідженими залишаються проблеми застосування комунікативних моделей в межах функціонування соціальних груп, зокрема, віртуальних співтовариств, в залежності від їх особливостей.

Виходячи з вищезазначеного, **метою статті** є дослідження особливостей застосування моделей комунікації у соціальних групах та віртуальних співтовариствах.

Для досягнення поставленої мети в роботі потрібно вирішити такі завдання:

- дослідити сутність та особливості функціонування різнохарактерних соціальних груп;
- проаналізувати роль і значення комунікацій у соціальних групах, виділити особливості комунікації у віртуальних співтовариствах в межах соціальних мереж;
- здійснити дослідження використання моделей міжособистісної комунікації у соціальних групах;
- виділити перспективи використання результатів дослідження соціальних груп, зокрема, віртуальних співтовариств, для удосконалення комерційної діяльності компаній з використанням інформаційних технологій.

Основна частина дослідження

Первинне поняття групи було пов'язано з її розумінням як відомої кількості людей, об'єднаних в межах спільних інтересів чи справ. У сучасних умовах група є ключовим компонентом суспільної соціальної структури, відповідно традиційно вона розуміється в якості сукупності людей, яких об'єднує визначена істотна ознака (наприклад, спільна діяльність чи спільні характеристики економічного, демографічного, етнографічного, психологічного типу). Зазначене поняття є традиційним для більшості наук, проте в соціології традиційно застосовується поняття «соціальна група» [1].

Соціальною групою вважається сукупність людей, якій притаманна відносна стійкість. При цьому необхідно зазначити, що люди, які входять до складу соціальної групи, мають спільні інтереси, цінності та поведінкові норми, що формуються в межах історичного розвитку суспільства. У межах кожної з соціальних груп втілено визначені взаємозв'язки індивідів як між собою, так і з суспільством в цілому. При цьому необхідно зазначити, що ці взаємозв'язки можуть підлягати регулюючому впливу як формальних, так і неформальних соціальних інсти-

тутів. У залежності від особливостей взаємозв'язків у соціальних групах формуються внутрігрупові норми поведінки.

Соціальним групам притаманні такі особливості: стабільність існування завдяки стійкій взаємодії їх членів; достатній ступінь згуртованості й єдності; однорідність складу; можливість бути структурною одиницею масштабніших соціальних спільнот.

Виділяють наступні категорії соціальних груп (табл. 1) [4].

Зокрема, у межах первинної групи взаємозв'язки між її членами характеризуються безпосередністю та міжособистістю з наявністю високого ступеня емоційності. Відповідно, враховуючи функцію соціалізації індивіда, первинну групу можна вважати ланкою, що сполучає особистість із суспільством.

Вторинна група містить більше членів та характеризується їх підпорядкованістю для досягнення визначеної мети. Вторинним групам притаманні безособовість і формальність. Ключова увага у зазначених групах приділяється умінню членів групи виконувати визначені функції замість їх унікальних якостей.

Категорії соціальних груп Таблиця 1

Найменування ознаки	Різновиди	Приклади
Відповідно до характеру взаємодії	Первинні	Сім'я, група ровесників
	Вторинні	Організації виробничого, політичного, релігійного спрямування
Відповідно до способу здійснення взаємодії	Формальні	Підприємства, організації
	Неформальні	Клуби за інтересами, дружні компанії
Відповідно до кількісного складу	Малі	«Діада» «Тріада»
	Великі	Трудові колективи, підприємства Організації соціально-класового, професійного, політичного типу
Відповідно до соціально значимих ознак	Реальні	Розподіл за статтю, віком, доходом, національністю, сімейним станом, професією, місцем проживання
	Номінальні (умовні)	Студенти, пасажиропільовики, пенсіонери

Що стосується формальних груп, то у них присутній юридичний статус, відповідно, взаємодія їх членів регулюється за допомогою системи встановлених норм, правил і законів. У формальних групах присутня свідомо поставлена мета та нормативно закріплена ієрархічна структура. Вони функціонують відповідно до адміністративно встановленого регламенту. Неформальні групи створюються у стихійному порядку, як результат об'єднання інтересів, поглядів, і, відповідно, в їх межах установлюються міжособистісні взаємодії. У неформальних груп відсутні юридичний статус та офіційна регламентація [5].

Відносно малих груп слід відзначити, що вони дозволяють налагоджувати контакти невеликій кількості людей, об'єднаних для здійснення спільної

діяльності. Частіше за все мала група може виглядати як «діада» (дві особи) чи «тріада» (три особи). Зокрема, «тріада» вважається більш стабільною. Що стосується великих груп, то вони є чисельними за складом і формуються для досягнення визначеної мети. Взаємодія індивідів у межах подібних груп переважно здійснюється опосередковано. До великих груп також належать численні сукупності людей, які характеризуються наявністю загальних інтересів та однаковим положенням у суспільній соціальній структурі.

У реальних групах виділяються соціально значущі критерії. У номінальних групах традиційно проводяться соціологічні дослідження чи статистичний облік. Відповідно, дані групи вважаються умовними соціальними категоріями [6].

Поряд із соціальними групами існує можливість виділення квазигрупи, яка являє собою нестійку соціальну спільність, що виникає спонтанно та не є стійкою (їм притаманні сторонність і короткочасність). Найбільш близьким до соціальних груп різновидом квазигруп є соціальне коло. Соціальні кола формуються з метою інформаційного обміну та можуть бути представлені у наступних формах (табл. 2) [7].

Форми соціальних кіл Таблиця 2

Форма соціальних кіл	Характеристика	Приклади
Контактні	Постійні зустрічі на основі визначених умов	Спортивні змагання
Професійні	Виключно професійний обмін інформацією	Взаємодія в межах визначеної сфери професійної діяльності
Статусні	Обмін інформацією між людьми в межах визначеного соціального статусу	Аристократичні кола
Дружні	Сумісне проведення заходів	Групи друзів, компанії

При цьому необхідно зазначити, що квазигрупи можуть бути перехідними стадіями до соціальних груп, якщо вони у процесі свого функціонування стануть організованими, стійкими, структурованими.

Соціальні групи фактично є підґрунтям для створення віртуальних співтовариств, які існують на базі соціальних мереж, і яким притаманні такі характеристики, як наявність визначених меж та присутність особливої системи взаємовідносин, які, в свою чергу, ґрунтуються на особливостях формування та функціонування соціальних груп у соціокультурній практиці.

Так, визначення меж соціальної мережі, яка, у свою чергу, базується на соціальних групах, здійснюється за допомогою технічних засобів, наприклад, обчислення коефіцієнту кореляції, який дозволяє зробити висновок щодо взаємодії між користувачами соціальної мережі. У цьому контексті необхідно зазначити, що індивіди в межах як соціальних груп, так і соціальних мереж мають можливість взаємодіяти за допомогою комунікації.

Якщо розглядати комунікацію в соціальних мережах у глобальному інформаційному просторі, то вона являє собою практично безпосереднє, контактне спілкування користувачів між собою.

Подібна ситуація обумовлена тим, на нинішньому етапі існує можливість трансляції звуку та відео в режимі он-лайн у глобальній мережі на відміну від початкових стадій розвитку технологій комунікації в мережі Інтернет, коли здійснювалося лише дистанційне спілкування через використання визначених програмних продуктів. Відповідно, доцільно проаналізувати особливості комунікативних процесів у соціальних групах. Так, комунікація у загальному випадку може розглядатися як форма людської діяльності, що виражається в інформаційному обміні для взаєморозуміння партнерів. У межах комунікації можуть вирішуватися різні завдання: інформаційний обмін, вираження взаємних відносин людей, взаємний вплив, порозуміння та співчуття. Враховуючи описану багатofункціональність комунікації виникає можливість виділення її ключових аспектів (рис. 1) [8].



Рис. 1. Аспекти комунікації

Зокрема, у межах інтерактивного аспекту комунікація розуміється як взаємодія індивідів у процесі їх кооперації. Гносеологічний аспект передбачає, що людина може виступати в якості суб'єкта й об'єкта соціокультурного пізнання. Аксіологічний аспект орієнтований на дослідження комунікації як процесу ціннісного обміну. Семіотичний аспект формує специфічну знакову систему комунікації. Процеси комунікації протягом періоду становлення групи можуть проходити такі стадії (табл. 3) [8].

Існує можливість розподілу комунікації відповідно до контексту, в межах якого вона здійснюється. Відповідно до зазначеного критерію комунікація може бути міжособистісною, груповою та масовою.

Якщо більш докладно розглядати міжособистісну комунікацію, то доцільно відмітити, що вона являє собою безпосередній контакт людей. Міжособистісна комунікація містить три взаємопов'язані компоненти, перцептивний та інтерактивний. Зокрема, комунікативний компонент стосується обміну інформацією між партнерами по спілкуванню враховуючи передачу й прийом думок і почуттів. Інтерактивний компонент забезпечує обмін діями між сторонами. Перцептивний компонент стосується особливостей взаєморозуміння людей і побудови міжособистісних відносин.

Міжособистісна комунікація, в свою чергу, поділяється на особистісну і рольову. Першій притаманний більш експресивний характер, пов'язаний з самовираженням «Я». Що стосується другої, то вона є основою організаційної системи комунікацій.

Групова комунікація традиційно має місце, коли люди взаємодіють у межах малих соціальних груп. Групова комунікація характеризується закономірностями, присутніми у міжособистісній комунікації, проте, їй притаманні й специфічні властивості (наявність лідерства та керівництва в групі; стимулюючі складові; орієнтація на реалізацію визначених завдань; вироблення групового рішення; аналіз проблеми; комунікативна структура).

У межах масової комунікації інформація поширюється у суспільстві через соціальні засоби: друковані видання, телебачення, радіо, кіно тощо, в результаті чого повідомлення одразу отримують великі групи людей. Виходячи з цього, першочерговим завданням масової комунікації у нинішньому суспільстві є формування «глобальної зв'язку» між людьми [9].

Стадії становлення процесів комунікації у соціальних групах Таблиця 3

Найменування стадії комунікативного процесу в соціальній групі	Характеристика
Формування	Виділення лідера, визначення правил комунікації, постановка завдань
Протест	Конфлікт між індивідами та підгрупами, неприйняття лідера й установок
Визначення норм	Формування стабільної структури групи й її норм, адаптація членів групи
Співробітництво	Подолання міжособистісних суперечностей, вирішення питань загального характеру

Доцільно зазначити, що комунікація може здійснюватися за допомогою вербальних і невербальних засобів. Зокрема, провідним і універсальним засобом спілкування для людини є саме вербальна комунікація (у вигляді усної й письмової мови). Що стосується невербальної комунікації, то вона уможливує спілкування без словесної допомоги (жести, міміка, знакові системи тощо). Зазначені способи спілкування мають назви первинної та вторинної мови або природних і штучних.

Якщо повернутися до міжособистісної комунікації, то необхідно врахувати, що її визначають основні різні цілі, завдання та мотиви учасників. В залежності від цих факторів існує можливість використання різнохарактерних моделей міжособистісної комунікації.

Найбільш широке поширення отримала лінійна (класична) модель, яка розглядає комунікацію як дію, у межах якої відправник кодує ідеї та почуття у певний вид повідомлення і потім відправляє його одержувачу, використовуючи будь-який канал. Якщо повідомлення досягло одержувача, подолавши різного роду перешкоди, то комунікація вважається успішною.

Перевага даної моделі пов'язана з тим, що з її появою виникло уявлення про швидкість і кількість переданої інформації. При цьому лінійна модель має низку обмежень: - вона механістична і відображає переважно технічні способи комунікації; - людина включається в неї лише в якості «джерела» або

«приймача» інформації; - вона абстрагується від змісту і сенсу переданої інформації, приділяючи увагу лише її кількості; - комунікативний процес в даній моделі носить односпрямований характер, зворотній зв'язок відсутній.

Виходячи з вищезазначених особливостей, лінійна модель придатна для впливу засобів масової інформації, де одержувач повідомлення розглядається як об'єкт впливу [10].

Іншою моделлю міжособистісної комунікації є трансакційна модель. Вона представляє комунікацію як процес одночасного відправлення й одержання повідомлень комунікаторами. Дана модель набагато краще описує процеси комунікації, ніж лінійна.

Принцип дії трансакційної моделі заснований на припущенні, що кожен член групи, вступаючи в контакти з іншими індивідами, володіє обмеженим «набором» станів власного «Я». Вибір певного стану надає взаємодії конкретного змісту. При цьому процес взаємного обміну інформацією може бути: - паралельним, коли відсилання інформації тягне за собою доречну, очікувану природну реакцію, а процес комунікації протікає гладко, без напруження, на основі взаєморозуміння; - дотичним, коли сторони обмінюються інформацією, але мають різні позиції, неадекватно сприймають внутрішній стан партнера, що зумовлює напруженість у відносинах і далі – розрив угод, відмову в спілкуванні і соціально-психологічні конфлікти.

Трансакційна модель є корисною при виявленні можливих перешкод в комунікаційних процесах, а також пошуку можливостей для зміни поведінки партнера в ході обміну інформацією. Однак аналіз трансакцій стосується лише міжособистісних комунікацій і не може служити основою для аналізу комунікаційних мереж [11].

Існує також інтерактивна (секторна) модель міжособистісної комунікації. Вона являє собою не просто процес передачі повідомлення від відправника до одержувача, в ході якого перший кодує, а другий декодує інформацію. Важливим елементом цієї моделі є наявність зворотного зв'язку. Інтерактивна модель, подібно до лінійної, зображує комунікацію як низку дискретних актів, що мають початок і кінець, причому ключовим компонентом у них є відправник повідомлення, тому що саме від нього залежить реакція одержувача інформації.

Традиційно лінійна й інтерактивні моделі вважаються застарілими порівняно з трансакційною. Однак для опису процесів міжкультурної комунікації і розуміння її специфіки більше підходить саме інтерактивна модель. Вона складається з наступних елементів: відправник (джерело) – кодування – повідомлення – канал – декодування – отримувач – зворотний зв'язок. У цьому процесі створюються різні «шуми», що перешкоджають ефективній комунікації. При цьому ефективність комунікації характеризується тим, що передана інформація повинна бути зрозуміла у відповідності з її початковим значенням [5]. Останнім часом усе більшої актуальності набуває використання діалогічної моделі соціальної комунікації, розробленої в межах парадигми, де ключове значення має ефект діалогу як смислового

контакту, заснованого на здатності і прагненні суб'єктів до адекватного тлумачення комунікативних намірів партнерів по спілкуванню.

На вибір моделі міжособистісної комунікації суттєво впливають характеристики процесу спілкування психологічного та соціального характеру. Зокрема, серед психологічних характеристик комунікативного акту перш за все необхідно виділити ті, що являють собою мотиваційний бік спілкування: мета, намір та задум. Ці характеристики стосуються когнітивної складової комунікативного акту.

Що стосується соціальних характеристик комунікативного акту, то вони включають стильові прийоми учасників спілкування, а також їх ролі та норми статусного та ситуативного характеру.

Зокрема, стильові прийоми учасників акту спілкування передбачають використання визначеного мовного стилю, стратегій і тактик комунікації [12].

Під ролями традиційно розуміються спосіб і сценарій поведінки, який слід уважати придатним для конкретної ситуації чи їх групи. Так, ролі та норми статусного характеру визначають особливості поведінки індивіда, які відповідають його соціальному становищу (вік, стать, клас, посада тощо) або статусу. Відповідно, на початку кожного акту комунікації його учасники повинні цілком усвідомлювати власну та партнерську соціальні ролі [12]. Ролі та норми ситуативного характеру формуються безпосередньо протягом комунікативного процесу та чинять на нього суттєвий вплив. Зокрема, індивід може бути лідером, і, відповідно, прагне контролювати весь комунікативний процес. Або людина може бути посередником, який відстежує хід комунікативного процесу. У деяких випадках можлива присутність нестандартних суджень тощо.

При цьому, якщо повернутися до комунікації в межах віртуальних співтовариств у соціальних групах, то доцільно виділити такі її категорії: діалогова комунікація; полілогова комунікація.

Зокрема, стосовно діалогової комунікації, то вона традиційно здійснюється через використання електронної пошти або програм, що містять мережеві протоколи миттєвого обміну повідомленнями (ICQ, Viber тощо). Відносно полілогової комунікації необхідно відмітити, що вона забезпечується через участь користувачів у різнохарактерних форумах, веб-конференціях, чатах тощо. У свою чергу, форуми та веб-конференції можуть бути універсальними, тематичними чи довідково-інформаційними.

У цілому, дослідження особливостей усіх зазначених видів та моделей комунікації у соціальних групах, зокрема, у віртуальних співтовариствах, є корисним для вдосконалення процесів організації електронної комерції. Зокрема, консолідація інформації щодо психологічних характеристик, стратегій поведінки, ролі та статусу користувачів соціальних мереж надає можливість суттєво вдосконалити комерційну діяльність компанії. Зокрема, доцільним є створення системи управління взаємовідносинами з клієнтами CRM (англ. – Customer Relationship Management). Використання подібної системи уможливить отримання інформації про клієнтів з різнохарактерних джерел з паралельним усуненням дублю-

вання даних; уніфікацію структури інформації щодо клієнтів до єдиного виду та формування вітрин даних про клієнтів.

Моделювання зазначеної системи пропонується здійснювати за допомогою побудови контекстної діаграми та діаграми декомпозиції в нотації IDEF0 (англ. – Integration Definition for Function Mode ling), яка, в свою чергу, заснована на принципах SADT (англ. – Structured Analysis and Design Technique – технологія структурного аналізу та проектування). В якості програмного середовища для вирішення описаної проблеми виступає інструментальний засіб моделювання, аналізу, документування та оптимізації бізнес-процесів All Fusion Process Modeller.

Висновки

Таким чином, в ході проведення даних досліджень було отримано такі висновки.

1. Огляд сутності та особливостей функціонування різнохарактерних соціальних груп дозволив дійти висновку, що вони не можуть існувати без наявності таких обов'язкових характеристик, як: стабільність; згуртованість й єдність їх членів; однорідність складу. Крім того, особливості соціальних груп суттєво залежать від того, до якої з категорій відноситься соціальна група за наступними ознаками: відповідно до характеру взаємодії, способу її здійснення, кількісного складу чи соціально значимих рис. Запропоновано дефініцію квазигрупи, яка найчастіше зустрічається у формі соціального кола, та зазначено, що вона має можливість перетворення у соціальну групу за умови придбання стійкості, структурованості й організованості.
2. Встановлено роль і значення комунікацій у соціальних групах, зокрема, у віртуальних співтовариствах в межах соціальних мереж. Зазначено, що комунікація в соціальних мережах у глобальному інформаційному просторі являє собою практично безпосереднє, контактне спілкування користувачів між собою подібне комунікації в соціальних групах. При цьому комунікації в межах віртуальних співтовариств у соціальних групах можуть бути організовані у діалоговій чи полілоговій формі.
3. Визначено специфіку використання моделей міжособистісної комунікації у соціальних групах. При цьому зазначено, що застосування моделей міжособистісної комунікації залежить від психологічних та соціальних характеристик учасників комунікативного акту. При цьому найбільш доцільним є застосування у соціальних групах інтерактивної моделі (завдяки наявності зворотного зв'язку). Також перспективним є використання діалогічної моделі з урахуванням можливості адекватного тлумачення учасниками комунікативного акту намірів партнерів по спілкуванню.
4. Виділено перспективи використання результатів дослідження соціальних груп, зокрема, віртуальних співтовариств, для удосконалення комерційної діяльності компаній з використанням інформаційних технологій. Обґрунтовано необхідність створення графічної моделі процесу побудови системи консолідації інформації про клієнтів у межах інструментального засобу моделювання бізнес-процесів.

В цілому, проведене дослідження є підґрунтям для подальшої розробки та впровадження моделей систем консолідації інформації у соціальних групах користувачів мережі Інтернет на основі системологічного класифікаційного аналізу.

Література

[1] Мертон Р. Социальная теория и социальная структура / Р. Мертон. – М. : АСТ, Хранитель, 2006. – 880 с.

[2] Выготский Л.С. Психология искусства / Л.С. Выготский. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. – 480 с.

[3] Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М. 82 Социальная психология малой группы : Учебное пособие для вузов / Р.Л. Кричевский, Е.М. Дубовская. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 318 с.

[4] Семечкин Н.И. Психология социальных групп : Учебное пособие для ВУЗов / Н.И. Семечкин. – М. : Владос, 2011. – 287 с.

[5] Кенинг О. Введение в групповую динамику / О. Кенинг, К. Шаттенхофер. – М: ИКСР, 2014. – 176 с.

[6] Коломинский Я.Л. Социальная психология взаимоотношений в малых группах / Я.Л. Коломинский. – М. : АСТ, 2010. – 446 с.

[7] Фетискин Н.П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов. – М.: Изд-во Института Психотерапии, 2009. – 544 с.

[8] Болотова А.К. Психология коммуникации / А.К. Болотова. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2015. – 297 с.

[9] Грядовой В.И. Социальное управление. Теория, методология, практика / В.И. Грядовой, В.Я. Кикоть. – М. : Юнити-Дана, 2012. – 312 с.

[10] Яшин Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций : Учебное пособие. – М. : Директ-медиа, 215. – 243 с.

[11] Романов А.А. Массовые коммуникации : Учебно-практическое пособие / А.А. Романов. – М. : Евразийский открытый институт, 2010. – 175 с.

[12] Каймакова М.В. Коммуникации в организации : Текст лекций / М.В. Каймакова. – Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет, 2008. – 73 с.

УДК 004.056.5 (045)

Буслов П.В. Анализ особенностей использования моделей коммуникаций в социальных группах и виртуальных сообществах

Аннотация. В статье проведено исследование особенностей применения моделей коммуникации в социальных группах. В частности, охарактеризованы сущность и особенности функционирования разнохарактерных социальных групп. Выделены ключевые характеристики социальных групп: стабильность; сплоченность и единство их членов; однородность состава. Обозначены признаки разделения социальных групп на категории: в соответствии с характером взаимодействия, способа ее осуществления, количественного состава или социально значимых черт. Установлены роль и значение коммуникаций в социальных группах. Указано, коммуникация в социальных сетях в глобальном информационном пространстве представляет собой практически непосредственное, контактное общение пользователей между собой подобное коммуникации в социальных группах в диалоговой или полилоговой форме. Определена специфика использования моделей межличностной коммуникации в социальных группах. Отмечено, что наиболее целесообразным является применение в социальных группах интерактивной и диалогической моделей по сравнению с линейной и транзакционных благодаря наличию обратной связи и обеспечения адекватности восприятия информации. Выделены перспективы использования результатов исследования социальных групп, в частности, виртуальных сообществ, для совершенствования коммерческой деятельности компаний с использованием информационных технологий. Обоснована необходимость создания графической модели процесса построения системы консолидации информации о клиентах в рамках инструментального средства моделирования бизнес-процессов. Проведенное исследование является основой для дальнейшей разработки и внедрения моделей систем консолидации информации в социальных группах пользователей сети Интернет на основе системологического классификационного анализа.

Ключевые слова: социальные группы, коммуникация, характеристики, модель, межличностные коммуникации.

Buslov P. Analysis of using the features of communication models in social groups and virtual communities

Abstract. The research of features of use of communication models in social groups and virtual communities is carried out in the article. In particular, the essence and features of functioning of various social groups are described. The following key characteristics of social groups are selected: stability; unity of their members; composition homogeneity. The following features of division of social groups into categories are designated: depending on the nature of interaction, depending on the method of implementation and depending on the quantitative composition or socially important characteristics. The role and value of communications in social groups are established. It is specified that communication in social networks in the global network is almost direct, contact communication between users which is similar to communication in social groups in a form of a dialogue or polylogue. The specific of use of interpersonal communication models in social groups is defined. It is noted that application of interactive and dialogical models in social groups is the most expedient one in comparison with linear and transactional models due to existence of feedback and support of adequacy of information perception. The prospects of use of results of social groups' research, in particular, concerning virtual communities, for improvement of commercial activity of the companies with the use of information technologies are marked out. The need of construction of graphic model of process of creation of system of clients' information consolidation within the business processes tool is proved. The given research is a fundamental for further development and implementation of models of systems of information consolidation in Internet social groups on the basis of systemological classification analysis.

Key words: social groups, communication, features, model, interpersonal communications.