

⁵ Интернет статья "Интроверт и экстраверт" [Электронный ресурс]. URL: <https://www.psychologos.ru/articles/view/introvert-i-ekstravert>

FEATURES OF THE INTERACTION OF EXTROVERTS AND INTROVERTS IN THE MODERN WORLD

© 2019 Gavrilova Tatyana Yuryevna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: tanya.gavrilova15@mail.ru

The article discusses the psychological characteristics of people in terms of such concepts as "introversion" and "extraversion"; analyzed personal characteristics and the most important aspects of the relationship between them.

Keywords: introversion, extraversion, interaction methods, orientation, psychological features.

УДК 331.1

Код РИНЦ 06.00.00

ВИРТУАЛЬНЫЕ СООБЩЕСТВА КАК НОВЫЙ ТИП ОРГАНИЗАЦИИ В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ

© 2019 Ефименко Екатерина Ивановна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: efimenko_katyrina@mail.ru

В статье рассматриваются основные особенности функционирования виртуальных сообществ как нового типа организаций в цифровом обществе. Дается определение виртуальным сообществам, сформулированы основные характеристики данного вида организаций. Приведены основополагающие способы улучшения работы виртуальных сообществ, их возможное эффективное применение в будущем.

Ключевые слова: цифровое общество, Интернет, социальные сети, современные коммуникации, виртуальные сообщества, виртуальная культура, реклама, контент.

* Научный руководитель - **Сарбаева Ирина Юрьевна**, старший преподаватель кафедры социологии и психологии.

На сегодняшний день, мы можем наблюдать результаты глобализации и становления цифрового общества повсеместно. Мир становится глобальным, развиваются интернет-технологии и, соответственно, изменится специфика организаций, методов управления¹. Все большее значение приобретает принцип самоорганизации людей в группы, по различного рода, интересам, к тому же, стоит добавить, что развитие информационных технологий дает возможность вести людям активную социальную жизнь, даже не выходя из дома, что, по моему мнению, помогает социализации, например, для людей с ограниченными возможностями, это настоящая выход из сложной жизненной ситуации. В мире глобальном больше не существует привязки социальных сетей и организаций к определенному пространству, "... сети превратились в своеобразный глобальный координационный центр социальных связей"².

Британский социолог, Зигмунт Бауман, охарактеризовал состояние современного общества как "текучую современность"³, которая нуждается в гибких формах руководства, способных оперативно и своевременно подстраиваться под темп стремительных изменений. На сегодняшний день, организации эпохи "современности" могут не иметь арендованных площадей, а члены этих организаций и руководители могут никогда не встречаться в реальной жизни, что позволяет создавать оптимальную команду, в которой учитываются только склонности и устремления ее участников, руководители, в свою очередь, получают возможность не ограничиваться определенным городом или даже страной. Пространство и время могут быть фактически аннулированы под действием средств современной коммуникации, так появляются виртуальные организации. Сетевая структура создана сетями производства, образующих культуру виртуальности в глобальных потоках, которые пересекают время и пространство, согласно теории М. Кастельса⁴. В итоге мы наблюдаем развитие цифровых социальных сетей, которые дают широкие возможности для формирования нового типа организаций.

"Интернет - это избирательная форма коммуникации. Под словом "избирательная" я имею в виду то, что пользователи Сети ищут необходимую информацию, деятельность, вид развлечений или что-либо другое, только когда им это нужно и когда позволяет соперничество за их время"⁵. Для того, чтобы полностью разобраться в поставленной теме, дадим определение виртуальному сообществу. Виртуальное сообщество - это группы людей, которые объединились и нашли друг друга с помощью глобальной сети Интернет для обмена информацией и достижения различных задач, таких как самореклама, заказ услуг, осуществление продаж и т. д. Характеризуется наличием определенной тематики и цели функционирования. Основу составляют подписчики - это рядовые пользователи - и администрация, которая имеет своими главными функциями, координацию действий подписчиков, предоставление им услуг и снабжение сообщества тематическим контентом (например: музыкой, картинками, литературой и т.д.). Поведение людей в социальной сети, их установки по отношению к ней и поведение по отношению к участникам зависит от того, на какие реакции и в связи с чем агента провоцирует его окружение. В отдельно взятом, конкретном сообществе это может быть контент определенного содержания или же

определенные реакции со стороны администраторов на возникающие в сообществе конфликты между участниками. По моему мнению, именно за этим необходимо следить администрации различных сообществ, которая является, своего рода, представителем виртуальной организации. При этом, стоит отметить, что виртуальные организации не могут существовать без подписчиков. Виртуальные организации становятся все больше и больше, происходит ожесточенная конкуренция за внимание подписчиков. Из этого следует важный вывод о том, что в цифровом обществе важно постоянно генерировать и обрабатывать информацию, наблюдать за развитием конкурентов и оценивать, какая информация наиболее актуальна на сегодняшний день и больше всего привлекает подписчиков. В виртуальной организации невозможно продать даже самый качественный товар без какой-либо активной рекламы, привлечения людей посредством качественного контента. В среде социальных интернет-сетей мы можем осуществлять информирование и осуществление культурной деятельности, формирование позитивных ценностей. Важно помнить о том, что необходимо соблюдать баланс между повышением популярности сообщества и формированием социальных установок, когда речь идет о виртуальном информационном творческом сообществе.

Для того, чтобы организация стабильно развивалась необходимо: достаточное количество человеческих и иных ресурсов, мониторинг процессов и результатов, оценка рисков и возможностей. На основе полученных данных требуется принимать своевременные соответствующие желаемым результатам решения⁶.

Важно, чтобы каждый участник команды, сообщества разделял общие установки организации и видел конкретную цель, к которой вся команда, и он в частности, стремятся. Необходимо организовать мероприятия по повышению активности подписчиков, а также следить за своевременным выполнением заказов. Для виртуальной организации не существует других способов сохранения имиджа - никакая реклама не поможет при некачественном предоставлении услуг клиентам. При этом негативные новости распространяются через социальные сети гораздо быстрее, нежели позитивные рекомендации.

Благополучный психологический климат в коллективе социального сообщества и в отношении к подписчикам не означает высокую инициативность, однако стимулировать ее в атмосфере взаимного доверия легче, чем в негативной обстановке. Для эффективного функционирования цифрового сообщества необходимо обратная связь с подписчиками, осуществление горизонтальной коммуникации и обмена информацией со средой, восприимчивость к идеям, однако оценка их логичности перед внедрением в сообщество. Для этого важно проводить постоянные мониторинги, анкетные интернет-опросы, выдвигать вопросы с открытой дискуссией как среди администраторов, так и среди подписчиков. Виртуальная организация должна быть максимально открытой к переменам.

¹ Добренъков, В.И., Рахманов А.Б., Социология глобализации. Учебное пособие для вузов / В.И. Добренъков, А. Б. Рахманов. - М.: Академический проект, 2014. - 633 с.

² Лещенко, А.М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе: дис. ... канд. фил. наук: 09.00.11 / Лещенко Александр Михайлович. - Пятигорск. - 158 с

³ Бауман, З. Текучая современность / З.Бауман, Пер. с англ. под ред. Ю. В. Асочакова. - СПб.: Питер, 2008. - 239 с.

⁴ Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура/ М. Кастельс, Переводчик: пролог, гл. 1-6, 8 - Б.Э. Верпаховский; гл. 2 - Б.Э. Верпаховский, Д.А. Тищенко; гл. 7, заключение - А.Н. Субочев - М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 608 с.

⁵ Филлипс, Д. PR в Интернете / Дэвид Филлипс. - Пер. с англ. И. Гаврилова. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. - 320 с. - С. 24.

⁶ ГОСТ Р ИСО 9000-2015 Системы менеджмента качества. Национальный стандарт российской федерации системы менеджмента качества - М.: Стандартинформ, 2015. - 48 с.

VIRTUAL COMMUNITIES AS A NEW TYPE OF ORGANIZATION IN A DIGITAL SOCIETY

© 2019 Efimenko Ekaterina Ivanovna

Student

Samara State University of Economics

E-mail: Efimenko_katyrina@mail.ru

The article discusses the main features of the functioning of virtual communities as a new type of organization in a digital society. The definition of virtual communities is given, the main characteristics of this type of organization are formulated. The basic ways to improve the work of virtual communities, their possible effective use in the future are given.

Keywords: digital society, Internet, social networks, modern communications, virtual communities, virtual culture, advertising, content.

УДК 316.483

Код РИНЦ 06.00.00

ПРОБЛЕМЫ СЕМЕЙНЫХ ОТНОШЕНИЙ, ВОЗНИКАЮЩИЕ В МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНЫХ БРАКАХ

© 2019 Кафидова Маргарита Сергеевна*

студент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: ritik_2000@mail.ru

В данной статье рассматриваются проблема межконфессиональных браков, причины и проблемы их заключения, проблема воспитания ребенка в межконфессиональной семье, выбор между двух религий и столкновение традиций.

* Научный руководитель - **Чеджемов Герман Асланбекович**, старший преподаватель.