

**Л.О. ОСИПЕНКО** (вчитель гімназії №6 Запорізької обласної ради  
Запорізької області, здобувач кафедри менеджменту організацій)  
Запорізька державна інженерна академія, Запоріжжя  
E-mail: l.osipenko777@gmail.com

## **УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИМ ПРОЦЕСОМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ СОЦІАЛЬНО- ФІЛОСОФСЬКОГО АНАЛІЗУ**

*Дається аналіз теоретичних засад інформаційно-комунікативного процесу в умовах глобалізації, в контексті якого представлено концептуальне осмислення інформаційно-комунікативного простору і з'ясовано аксіологічний статус соціальних мереж; розкрито аналіз механізмів соціального контролю і регулювання, що впливають на динаміку інформаційних потоків: саморегуляції і програмних артефактів; доведено, що у соціальній мережі в умовах управління інформаційно-комунікативним простором формуються соціальні цінності, що лежать в основі мережевого етикету.*

***Ключові слова:** інформаційно-комунікативний процес, глобалізація, культура Інтернет, віртуальні технології, інформаційно-комунікативний процес, соціальна мережа, аксіологічний статус, механізми соціального контролю і регулювання, соціальні цінності, мережевий етикет*

### **Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями**

Управління інформаційно-комунікативним процесом являється однією з актуальних проблем соціальної філософії, яка повинна осмислювати природу віртуальної реальності, яка створює особливий тип буття, пов'язаний з розповсюдженням нових форм комунікації та інформаційних технологій. Актуальність концептуального осмислення становлення і розвитку комунікативного процесу як особливого соціокультурного феномена та управління цим процесом зростає в умовах глобалізації, постільки процес глобалізації посилює потребу в діалозі між державами і народами; розширює сучасні уявлення про суть і моделі комунікації в суспільстві; Інтернет як нову нелінійну комунікативну систему; дозволяє глибоко пізнати соціальні наслідки комунікативного процесу; потребу в діалозі культур і цивілізацій [1, 338с.].

У новій ситуації більш багатоманітними виступають «точки перетину» культурних полів, так як глобалізація як фактор цивілізованого розвитку сучасного соціуму спирається на якісно новий рівень інформаційних технологій, який відкриває нові можливості для комунікації. В умовах інформаційної епохи, як відмічає М. Кастельс, рівень розвитку людини, його здібності розкодувати тексти все більше визначається його залученістю до мережевого суспільства [2, 607с.]. Тим самим комунікабельність, рівно як і інтерактивність, виступають залежними від рівня оволодіння сучасними інформаційними технологіями. Іншим важливим фактором, який актуалізує питання про специфіку

комунікативного процесу в умовах глобалізації, являється необхідність адекватного розуміння соціальних наслідків розвитку нових інформаційних мереж та інформаційних потоків. Сутність проблеми заключається в тому, що використання глобалізованих комунікативних медіа-засобів тягне за собою появу нових форм взаємодії у соціальному світі, якісно інших видів соціальних та індивідуальних відносин. Фундаментальна значущість глобалізованих комунікативних медіа пов'язаний з тим, що вони трансформують не тільки просторову, але й часову організацію соціального буття, викликають до життя нові форми взаємодії індивідів. Конкретний досвід індивіда у просторово-часовому контексті буття здійснюється паралельно з опосередкованим, віртуальним світом, так як формується принципово новий соціокультурний простір, у якому людина має доступ до всіх часів і просторів. Даний фактор у значній мірі детермінує універсалізацію та уніфікацію комунікативного простору, що сприяє впливу на сприйняття загальних культурних кодів, символів і цінностей, що забезпечують доступ індивіда до глобальної комунікації, сприяючи соціальному конструюванню реальності [3, 322с.].

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, на яку спирається автор**

Сучасні досягнення і намагання пояснити проблему інформаційно-комунікативного простору спирається на онтологізацію соціального спілкування, яке стає найбільш значущою тенденцією всередині комунікативної філософської проблематики з середини ХХ ст.. Дана проблематика реалізувалася у різних напрямках філософської і соціологічної думки і персональному вченні Ю.Габермаса, в соціологічному інтеракціонізмі, у філософській герменевтиці, в універсальній теорії соціальних систем Н.Лумана, у вченні про комунікативні спільноти К.-О.Апеля. Значну роль у розвитку нових підходів до дослідження комунікації у другій половині ХХ ст.. зіграла теорія інформаційного суспільства. Розвиток теорії мережевого суспільства і мережевої комунікації у соціально-філософському вченні у 1990-хрр. У значній мірі стимулювалося роботами М.Кастельса який розглядав мережеві ефекти глобалізації і запропонував термін мережевого простору, основними компонентами якого являються ресурси, якими обмінюються актори мережі, а місцезнаходження акторів визначається віддаленістю від центрів і перерозподілом ресурсів. Мережа - один з основних способів, через посередництво яких досягається ефект структуризації соціальних впливів у просторі суспільства. На думку А.Барда і Я.Зодерквіста, сьогодні формується нова правляча еліта, яку вони називають нетократами, сила і вплив яких базується на вмінні «створювати зв'язки», контролювати інформаційні мережі, управляти новими формами комунікацій. Теоретичним фактором, який визначив сучасні дослідження комунікації, слугує поворот філософської і наукової рефлексії до дійсності мови. Генезис уявлень про природу комунікації у 80-і рр. приводить її у центр соціальної теорії.

#### **Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми,**

Осипенко Л.О., 2013

**котрим присвячується стаття. Проблемна ситуація.**

На нашу думку, проблемною ситуацією являється те, що принципово соціокультурною значущістю цивілізаційних трансформацій на основі нових інформаційних технологій є те, що трансформації змінюють не тільки соціальну структуру суспільства, але й менталітет людей. Цей новий істотний фактор, який, можна передбачити, якісно змінить у недалекому майбутньому соціальну структуру суспільства, його базові цінності і моральні норми.

**Мета статті** – сформувати теоретичні засади концепту інформаційно-комунікативного простору сучасного суспільства в умовах глобалізації.

**Дана мета реалізується в наступних задачах:**

- розкрити, що культура Інтернету і віртуальних технологій інформаційно-комунікативного простору, які представляють собою нову комунікативну систему глобального світу, представляють собою нову комунікативну систему глобального світу, і виступають невід'ємною частиною життя сучасної людини.

- обґрунтувати, що нові реалії потребують концептуального осмислення становлення і розвитку інформативно-комунікативного простору в умовах глобалізації для пояснення природи комунікації і особливостей суб'єкт-об'єктних відносин в комунікативному процесі, - з'ясувати аксіологічний статус соціальних мереж у сучасному інформаційно-комунікативному просторі, що формується в умовах неефективності держави та інших соціальних інститутів;

- дати аналіз механізмів соціального контролю і регулювання, що впливають на динаміку інформаційних потоків, являються основоположними у даному процесі: саморегуляції, тобто використання законодавчих заходів, а також програмних(апаратних) артефактів.

- довести, що у соціальній мережі в умовах управління інформаційно-комунікативним простором формуються соціальні цінності, що лежать в основі мережевого етикету.

**Обговорення проблеми**

Означимо, що культура Інтернет і віртуальних технологій інформаційно-комунікативного простору, які представляють собою нову комунікативну систему глобального світу, виступають невід'ємною частиною життя сучасної людини. Ці нові реалії потребують концептуального осмислення «паралельного» існування людини в реальному і віртуальному світах, що серйозно трансформуює світосприйняття і соціальні аспекти буття людини і суспільства і свідчить про один з найважливіших показників «розвиненості» і «багатомірності» людини. Пояснення сутності цих феноменів в умовах глобалізації набуває важливого онтологічного і гносеологічного значення, так як новий комунікативний простір знаходиться на стадії формування і до кінця не є проясненими можливі наслідки даних процесів. Разом з тим, безперечним, є те, що Інтернет і віртуальна реальність, як нові базові конструкти нового

світу комунікації, представляють собою концептуальний зсув парадигми не тільки сприйняття, але й розуміння світу, його саморегуляції в масштабах всієї країни [4, 652с.].

Можна виокремити стрімке розповсюдження інформації, глобалізація комунікативного простору, перехід до нової електронної культури впливають на специфіку спілкування, форми зв'язку, характер ціннісно-світоглядних установок. Зміна комунікативної парадигми, яка відбувається в сучасній культурі, - явище загальноцивілізаційного масштабу, так як нові комунікаційні форми створюють якісно інше соціокультурне середовище, яке пред'являє нові вимоги для людини. Головне в ситуації інформаційно-комунікативного простору – бути частиною мережевого суспільства, мати доступ до інформації, вміти розкодувати інформацію найбільш адекватним чином, приймати участь у виробництві інформації. Значний інтерес представляє те, як і настільки устремління до глобальності сполучається з формуванням цілісної особистості, постільки одна з причин системної кризи цивілізації – розрив знання і моральних цінностей, технологічної, інформаційної міцності і моральних принципів. Разом з тим формування глобального інформаційно-комунікативного простору ставить нові проблеми перед сучасною цивілізацією. Розвиток комунікацій в епоху глобалізації створює нові умови для нової диференціації суспільства; з розвитком комунікацій і комунікативних засобів суспільство стикається з новим характером соціальної стратифікації, яка визначається залученням країни у глобальні комунікації і рівнем розвитку технологій. Складність ситуації заключається в тому, що процес глобалізації являється відкритим і незавершеним, комунікації і технології удосконалюються з великою швидкістю, що затруднює розуміння фундаментальної значущості комунікативних процесів та їх зв'язок з глобалізацією. Наслідки фундаментальних зсувів і ментальністю людей не усвідомлюються у повній мірі зразу після того, як людина починає користуватися новими технологіями, практикувати нові види взаємодії у глобальній комунікативній мережі. Тому використання нових комунікативних засобів випереджає їх концептуальне осмислення. Між тим не можна зрозуміти суть глибоких трансформацій у сучасній філософії без врахування нових комунікативних технологій.

Подальше ускладнення інформативно-комунікативного простору в умовах глобалізації важливе значення має: 1) пояснення природи комунікації; 2) особливостей суб'єкт-об'єктних відносин в комунікативному процесі, 3) комунікації як процесу передачі соціально та індивідуально значущої інформації за допомогою різних комунікативних засобів; 4) характеру трансформації комунікативних відносин під впливом процесу глобалізації і розвитку інформаційних технологій; 5) розширення змісту понять «простір», «час», «реальність» під впливом нових комп'ютерних технологій та Інтернет; 6) розуміння сприйняття часу і реальності («віртуальна реальність»); 7) специфіки функціонування моделей комунікації, смислоутворення, інтерпретації і розуміння текстів; 8)

ускладнення як тексту, так і контексту комунікації під впливом глобалізації і появи нових комунікативних технологій; 9) етапів становлення і розвитку комунікативних медіа-засобів, причин появи нових якісно нових форм комунікації і способів взаємодії; 10) нелінійності передачі смислів, сценаріїв, інтерпретації і тлумачення інформації, що передається у процесі комунікативної взаємодії. В результаті цих процесів розвиток комунікативних медіа-засобів трансформує не тільки просторову, але й часову організацію соціального життя, що здійснює істотний вплив як на контекст сприйняття, так і на інтерпретацію і розуміння змісту комунікації. Інтернет не тільки якісно перетворив характер комунікативного впливу, але й характер і контекст цієї взаємодії, що має рішучий вплив на формування соціального світу та його саморозгортання [5, 248с.]. Тому Інтернет сьогодні представляє собою нелінійну комунікативну систему, що дозволяє людині практикувати «паралельне існування» у реальному і віртуальному світах, що, з однієї сторони, принципово розвивається в сторону децентралізації; а з іншої,- сприяє спробам формування одномірної культури, яка базується на цінностях техногенної цивілізації.

Можемо констатувати, що аксіологічний статус соціальних мереж у сучасному інформаційно-комунікативному просторі зумовлюється тим, що соціальні мережі, з однієї сторони являються компенсаторним механізмом, що формується в умовах неефективності держави та інших соціальних інститутів. З іншої,- представляють собою універсальний соціальний механізм, який здійснює свої функції в умовах стану відносно соціальної і групової солідарності, яка доповнює у цій якості інші соціальні інститути. Взаємодія суб'єктів мережевої комунікації відображає нову якість інформаційних суб'єкт-об'єктних відносин, які зумовлені специфічними функціями соціальних мереж [6, 253с.]. В умовах інформаційних технологій, активного використання такої файлообмінної структури як Інтернет, особливого значення набуває комунікація в умовах подальшого розширення інформаційно-комунікативного простору. Найбільш важливою характеристикою інформаційно-комунікаційного простору являється отримання і створення соціального капіталу через посередництво функціонування соціальної мережі. Соціальний капітал визначає форми мережевої комунікації, так як потреби, цілі і мотиви учасників комунікації впливають на її інформаційний напрям, а властивість причетності до соціальної мережі, її емерджентність посилюють даний ефект. Тому соціальний капітал слугує джерелом розвитку соціальної мережі і нерозривно пов'язаний з її функціонуванням, так як може проявити себе в якості особливого виду реальних і потенційних ресурсів. Форми мережевої комунікації залежать від геометричної конфігурації мережевих акторів, тобто співвідношення комунікативістики і домінантності в соціомережевих структурах, від міри реалізації і накопичення соціального капіталу, від інформаційної змістовності. Мультифункціональність мережевої комунікації заключається не тільки у наявності великої кількості функцій, які поступово

накопичуються, а в тому, що багато з них можуть реалізуватися одночасно. В той же час однією з характеристик соціальної мережі являється соціабельність, яку можна визначити як почуття доступності, довіри, легкості спілкування, що часто розглядаються як продукт соціальних зв'язків, які складають основу соціального капіталу та можуть бути проаналізовані в контексті синергетичної методології [7, с. 26-46].

Як свідчить аналіз, інформаційно-комунікативний простір сучасного суспільства сьогодні перетворився на публічний ресурс глобального масштабу, і управління його використанням перетворилось на одне з актуальних питань порядку денного інформаційного суспільства. Тому проблеми управління комунікативними потоками у віртуальному просторі зумовлюються тим, що, отримуючи доступ до величезних інформаційних ресурсів, полегшується спілкування і використання мультимедійних засобів, активізуються процеси гіперіндивідуалізації особистості. Однією з задач управління в соціальній мережі являється вплив на агентів соціальних мереж з метою формування управління: 1) як самоорганізації і 2) управління адміністративного характеру. Лідер спільноти може регулювати комунікативні процеси в мережі, якщо володіє високим рівнем інтелектуального капіталу, здійснювати допомогу іншим учасникам, включаючи здійснення процесу соціалізації нових учасників, що також являється атрибутами соціабельності лідера. Анонімність, велика кількість можливостей для само презентації, словотворчий потенціал учасників Інтернет-спілкування, бажання «бути почутим» приводить до емоційно-експресивного фону Інтернет-комунікації. Емоціональність інформаційно-комунікативного середовища Інтернет-простору приводить до біполярності віртуальної комунікації, де двома полюсами спілкування являються толерантність і агресія [8,158с.].

У зв'язку з цим механізми соціального контролю і регулювання, що впливають на динаміку інформаційних потоків, являються основоположними у даному процесі. У числі механізмів інтерактивних електронних комунікацій: 1) саморегуляція, тобто використання законодавчих заходів, а також 2) програмних(апаратних) артефактів. Завдяки комплексному застосуванню вказаних заходів соціального контролю досягається суспільна думка у відношенні до форм регулювання поведінки акторів, а, отже, виникають умови стабільного функціонування соціальної структури віртуального мережевого суспільства. Вироблені спільнотою соціальні норми частіше всього матеріалізуються у формі так званого мережевого етикету, тобто сукупності правил, завдяки яким відбувається комфортне спілкування в Інтернеті. У соціальній мережі в умовах управління інформаційно-комунікативним простором формуються соціальні цінності, що лежать в основі мережевого етикету. Рівень моральних обов'язків групи тим вище, чим сильніше актор відчуває внутрішню групову ідентичність. Проблема, що виникає у соціальному управлінні, - це раціональне співвідношення державного регулювання і внутрішньо мережевого [10, с.4-11].

Проведений аналіз дозволяє відмітити складність цієї задачі, яка заключається тому, що заходи соціального контролю повинні, з однієї сторони, носити жорсткий і односпрямований характер, а, з іншої, - забезпечувати акторам мережі певну свободу дій, не перешкоджаючи процесам трансформації соціальної структури. Інформаційно-комунікативний процес, пов'язаний з «віртуальною ідентичністю», не може здійснювати істотного впливу на формування сучасного комунікативного простору, на специфіку сучасної мовної картини світу, і в цілому на образ людини інформаційного суспільства. Соціальна мережа, що володіє конструктивним потенціалом у динаміці інформаційних потоків і функціями типу накопичення і реалізація соціального капіталу, безумовно має аксіологічний статус у суспільстві [11, с.60-74].

Відповідно до проблеми нашого дослідження основна цінність соціальної мережі заключається в тому, що вона в сучасних умовах являється не просто засобом соціальної комунікації, а виступає як механізм конструювання комунікативного простору сучасного суспільства. Ціннісним аспектом у даному випадку являється вільна горизонтальна комунікація і самоорганізація мережі, що визначає її ентропійність. Всі учасники мережевої спільноти визнають свободу слова, не обмежену статусними межами і цінують право вільно формувати організаційні структури для досягнення більш ефективної взаємодії і генерації ідей. Тому аксіологічний статус соціальної мережі проявляється як засіб і реалізація особистого і соціального капіталу. Мультифункціональність і соціабельність соціальних мереж сприяє мобільності соціального капіталу, в контексті якого формується мережевий етикет, який гарантує межі віртуальної спільноти.

Перехід до цінностей новоевропейської цивілізації супроводжується двома протилежними процесами: з однієї сторони, різко зростає роль інформації, а з іншої – по всім напрямкам просилується боротьба за підпорядкування комунікаційних потоків певними економічними, політичними і геостратегічними силами. При цьому, постільки інформація направлена на людину, то вона вписує людину у певне інформаційно-світоглядне середовище, яке привносить з собою можливість нових конфліктів. Невміння упрвляти комунікаційними конфліктами часто стає причиною різних соціальних криз [12, с.209-234]. Вихідом з такої ситуації являється по-перше, діалоговість процесу комунікації; розуміння факторів, що зачіпають комунікацію і способи осмислення людьми ризику конфліктної і ризикової інформації; по-друге, ефективний обмін інформацією з метою покращення взаєморозуміння між людьми; по-третє, формування згоди по ряду складних і суперечливих питань; по-четверте, інтелектуалізація суспільства, яка повинна розумітися не тільки з позиції розподілу інформаційно-комунікативних ресурсів, але й усвідомлення нового глобального світогляду і безпеки держави, формуючи капітал соціальної і людський [13, с.121-234]. У цивілізаційній перспективі постіндустріальне суспільство вступило місце інформаційному, яке, у свою

чергу, переходить у суспільство знань. Цим трансформаціям вже іманентно сприяє фактор ризику. Транзитивний перехідний соціум за умов глобалізації знаходиться у стані екстремальності, яка переходить на рівень загальносистемного визначення. Глобальне суспільство можна розглядати як цивілізацію ризику і екстремальності, в якій управління інформаційно-комунікативними процесами займає першорядне місце [14, С.75-93]. Як висновок, зауважимо, що розробка сучасних стратегій управління інформаційно-комунікативними процесами в умовах глобалізації потребує застосування нових підходів, одним з яких слід назвати – синергетику. Синергетика розуміється як теорія самоорганізації у системах різної природи, ефективність управління якими досягається за рахунок гнучкості, мобільності, адаптації до зовнішнього середовища. Суспільство тотальної інформації не стає суспільством істини, постільки нова культура інформаційно-комунікативного простору – це перш за все світ симулякрів, який лише трансформує існуючий світ, радикально змінюючи комунікативний ландшафт культури і формуючи інфосферу як особливий медіапростір, який поступово втрачає залежність від людини і все більше робить його залежним від себе.

#### **Перспективи подальших наукових досліджень**

-формування нової парадигми управління інформаційно-комунікативним процесом, вироблення понятійно-категоріального апарату даної проблеми та соціодіагностика проблем інформаційно-комунікативного простору в умовах глобалізації та євроінтеграції.

#### **Список використаної літератури**

1. Апель К.О. Трансформация философии Текст. / К.О. Апель; пер. с нем. В. Куренной, Б. Скуратов. М.: Логос, 2001. - 338 с.
2. Бергер П. Социальное конструирование реальности Текст. / П. Бергер, Т. Лукман. М.: Моск. филос. фонд, 1995. - 322с.
3. Бех Ю.В. Саморозгортання соціального світу: [Монографія] / Ю.В.Бех. - К.: Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2007. – 248 с.
4. Саморегуляція соціального організму країни: [Монографія] / [за наук. ред.В.П.Бега; В.П.Бех (голова), Н.В.Крохмаль, Г.О.Нестеренко]; Мін-во освіти і науки, Нац. Пед. ун-т. імені М.П.Драгоманова. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2010. – 652 с.
5. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура Текст. / М. Кастельс; пер. с англ. М.: ГУ ВШЭ, 2001. - 607 с.
6. Воронкова В.Г. Синергетична методологія аналізу соціального управління / В.Г.Воронкова // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб.наук.пр.]- Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2009.- Вип. 36.- С.26-46.
7. Луман Н. Реальность массмедиа Текст. / Н. Луман; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М.: Праксис, 2005. - 253 с.
8. Хайкин, М.М. Управление сферой услуг в развитии человеческого капитала Текст. / М.М. Хайкин. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. - 158 с.
9. Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (появление «четвертой волны»).- Текст / Ф. И. Шарков. М.: Дашков и К0, 2008. - 329 с.
10. Василик М.А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? к проблеме теоретической идентификации Текст. / М.А. Василик //Актуальные проблемы теории коммуникации: сб. научных трудов. СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. - С. 4-11.



11. Бурдые П. Формы капитала. -Текст. / П. Бурдые // Экономическая социология. 2002. - Т. 3. - № 5. - С. 60-74.
12. Губанов Д.А. Модели репутации и информационного управления в социальных сетях. Текст. / Д.А. Губанов, Д.А. Новиков, А.Г. Чхартишвили // Управление большими системами: сб. трудов/ 2009. - № 26-1. - С. 209-234.
13. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий Текст. / Дж. Коул ман // Общественные науки и свременность. 2001. - № 3.-- С. 121-139.
14. Луман Н. Невероятность коммуникации Текст. / Н. Луман // Проблемы теоретической социологии.- Вып 3. / отв. ред. А. О. Бороноев. СПб.: Изд-воСПбГУ, 2000.-С. 75-93.

#### REFERENCES (TRASLATED & TRANSLITERATED)

1. Apel K.O. Transformation philosophy text. / K.O. Apel, trans. with him. B. Kurennoy, B. Skuratov. Moscow: Logos, 2001. - 338 p.
2. Berger, P. The Social Construction of Reality Lyrics. / P. Berger and T. Luckmann. Moscow: Mosk. Philosophy. Fund, 1995. – 322p.
3. Bech Y. Self-disclosure social world: [Monograph] / Y..Beh. - K.: PNU Dragomanov, 2007. - 248 p.
4. Self social organism country: [Monograph] / [.edited V.P.Beh; V.P.Beh (Chairman), N.V.Krohmal, H.O.Nesterenko] Ministry of Education National Pedagogical University University. Dragomanov. - K.: Type of NPU MP Drahomanov 2010. - 652 p.
5. Castells, M. The Information Age. Economy, Society and Culture Text. / M. Castells, trans: from English. Moscow Higher School of Economics, 2001. - 607 p.
6. Voronkova V.G.Synergistic methodology for analysis of social control / V.G.Voronkova // Humanitarian Bulletin Zaporozhye State Engineering Academy: [Collected Works]. - Zaporozhye: ZSEA Publishing, 2009. - Issue 36. - P.26-46.
7. Luhmann N. Reality Media Text. / Luhmann, translated from the German. Antonovsky A. Yu. Moscow: Praxis, 2005. - 253 p.
8. Haykin, M.M. Management of the service sector in the development of human capital text. / MM Haykin. SPb., 2010. - 158 p.
9. Sharkov F.I. Interactive electronic communications (the appearance of the "fourth wave"). - Text / F.I.Sharkov. Moscow: Dashkov and K0, 2008. - 329 p.
10. Wasylyk M.A. The science of communication or communication theory? to the problem of identifying the theoretical text. / MA Wasylyk / / Actual problems of communication theory: Sat. scientific papers. SPb.: Publishing House of St. Petersburg State Pedagogical University, 2004. - P. 4-11.
11. Bourdieu, P. The forms of capital. -Text. / Bourdieu // Economic Sociology. 2002. - Tom. 3. - № 5. - P. 60-74.
12. Wrasse DA Models of reputation and information management in social networks. Text / DA Wrasse, DA Novikov, AG Chkhartishvili / / Managing large systems: collected papers / 2009. - № 26-1. - P. 209-234.
13. J. Coleman Capital social and human text. / J. Cole Man / / Social Science and modernity. - 2001. - № 3. - P. 121-139.
14. Luhmann N. Improbability of communication text / Luhmann / / Problems of theoretical sociology. - Issue 3 / Executive Editor AO Boronoyev. SPb.: Publishing of St. Petersburg State University, 2000.-P. 75-93.

**Л.А.ОСИПЕНКО**

Запорожская государственная инженерная академия, Запорожье  
E-mail: l.osipenko777@gmail.com

## УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫМ ПРОЦЕССОМ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ТЕОРЕТИКО- МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ

Дается анализ теоретических оснований информационно-коммуникативного процесса в условиях глобализации, в контексте которого представлено концептуальное осмысление информационно-коммуникативного пространства и выяснено аксиологический статус социальных сетей; раскрыто анализ механизмов социального контроля и регулирования, которые влияют на динамику информационных потоков; раскрыто, что в социальной сети в условиях управления информационно-коммуникативным пространством формируются социальные ценности, которые лежат в основе сетевого этикета.

**Ключевые слова:** информационно-коммуникативный процесс, глобализация, культура Интернет, виртуальные технологии, информационно-коммуникативное пространство, социальная сеть, аксиологический статус, механизмы социального контроля и регулирования, социальные ценности, сетевой этикет

**L.OSIPENKO**

ZaporizhzhyaStateEngineeringAcademy, Zaporizhzhya

E-mail: l.osipenko777@gmail.com

## MANAGEMENT OF INFORMATION AND COMMUNICATION PROCESS IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION: THEORETICAL-METHODOLOGICAL BASES

The analysis of the theoretical foundations of information and communication process in the context of globalization, which is presented in the context of a conceptual understanding of information and communication space and found the axiological status of social networks, the analysis revealed the mechanisms of social control and regulation that affect the dynamics of information flows, disclosed that in a social network under the control of information and communication space formed social values that are the basis of netiquette.

**Key words:** information and communication process, globalization, internet culture, virtual technology, information and communication space, the social network, the axiological status, mechanisms of social control and regulation, social values, netiquette

*Стаття надійшла до редколегії 31.03.13*

*Прийнята до друку 04.04.13*

**Рецензент: д.філософ.н.,проф. Шавкун І.Г.**