

*Analiz staloho rozvytku – hlobalnyi i rehionalnyi konteksty* [Analysis of sustainable development – global and regional contexts. Ukraine in the indicators of sustainable development]. Kyiv: NTUU KPI, 2010. Ch. 2.

Bogatikov, V. N., and Khaliullina, D. N. "Kognitivnaia model razvitiia innovatsionnogo predpriatiia kak slozhnoy dinamicheskoy sistemy" [Cognitive model of the development of innovative enterprise as a complex dynamic system]. [http://www.rusnauka.com/4\\_SND\\_2013/Tecnic/12\\_127921.doc.htm](http://www.rusnauka.com/4_SND_2013/Tecnic/12_127921.doc.htm)

Forrester, D. *Osnovy kibernetiki predpriatiia (Industrialnaia dinamika)* [Fundamentals of Cybernetics of the company (Industrial Dynamics)]. Moscow: Progress, 1971.

Krajnc, D., and Glavic, P. "How to Compare Companies on Relevant Dimensions of Sustainability". <http://ejournal.narotama.ac.id/files/ANALYSIS.pdf>.

Marquez, B., Espinoza-Hernandez, I., and Magdaleno-Palencia, J. "Sustainable System Modelling for Urban Development Using Distributed Agencies". [http://cdn.intechopen.com/pdfs/29220/InTech-Sustainable\\_system\\_modelling\\_for\\_urban\\_development\\_using\\_distributed\\_agencies.pdf](http://cdn.intechopen.com/pdfs/29220/InTech-Sustainable_system_modelling_for_urban_development_using_distributed_agencies.pdf)

Petrikova, E. M. [http://www.monocityforum.ru/netcat\\_files/143/180/h\\_244f008370132958e15b27ea6016ae52](http://www.monocityforum.ru/netcat_files/143/180/h_244f008370132958e15b27ea6016ae52)

Phillips, J. A. "Mathematical Model of Sustainable Development Using Ideas of Coupled Environment-Human Systems". <http://www.pelicanweb.org/solisustv06n05page2jason-phillips.html>

УДК 159.923.2+316.354+658.3

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ БАЗИС ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СФЕРИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

НАУМІК К. Г

УДК 159.923.2+316.354+658.3

### Наумік К. Г. Теоретико-методологічний базис державного регулювання розвитку сфери комунікаційної діяльності

*У статті визначено проблематику та характеристики теоретико-методологічного базису державного регулювання розвитку сфери комунікаційної діяльності. Показано багатоаспектність вивчення категорії «комунікація» та побудовано картину світу в контексті дослідження автора. Окреслено принципи формування та розвитку сфери комунікаційної діяльності. Автором підкреслено посилення поведінкових факторів при формуванні соціально-економічних моделей в умовах зростання складності та диференційованості світу. Для обґрунтування картини світу державного регулювання сфери комунікаційної діяльності використано засади квантово-релятивістської концепції. Створення теоретико-методологічного базису державного регулювання сфери комунікаційної діяльності засновано на закономірностях дослідження відкритих систем економічних і соціальних процесів не тільки на мікрорівні, але й на національному рівні.*

**Ключові слова:** комунікація, комунікаційна політика, картина світу, принцип, теоретико-методологічний базис

**Рис.:** 1. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 10.

*Наумік Катерина Георгіївна* – кандидат економічних наук, доцент, докторант, Харківський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

**E-mail:** [naumik@ukr.net](mailto:naumik@ukr.net)

УДК 159.923.2+316.354+658.3

### Наумік Е. Г. Теоретико-методологический базис государственного регулирования развития сферы коммуникационной деятельности

*В статье определены проблематика и характеристики теоретико-методологического базиса государственного регулирования развития сферы коммуникационной деятельности. Показана многоаспектность изучения категории «коммуникация» и построена картина мира в контексте исследования автора. Очерчены принципы формирования и развития сферы коммуникационной деятельности. Автором подчеркнута усиление поведенческих факторов при формировании социально-экономических моделей в условиях роста сложности и дифференцированности мира. Для обоснования картины мира государственного регулирования сферы коммуникационной деятельности использованы основы квантово-релятивистской концепции. Создание теоретико-методологического базиса государственного регулирования сферы коммуникационной деятельности основано на закономерностях исследования открытых систем экономических и социальных процессов не только на микроуровне, но и на национальном уровне.*

**Ключевые слова:** коммуникация, коммуникационная политика, картина мира, принцип, теоретико-методологический базис.

**Рис.:** 1. **Табл.:** 2. **Библ.:** 10.

*Наумік Катерина Георгіївна* – кандидат економічних наук, доцент, докторант, Харківський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

**E-mail:** [naumik@ukr.net](mailto:naumik@ukr.net)

UDC 159.923.2+316.354+658.3

### Naumik Ye. G. Theoretical and Methodological Basis of the State Regulation of the Sphere of Communicative Activity

*The article identifies problems and characteristics of the theoretical and methodological basis of the state regulation of development of the sphere of communication activity. It shows the multi-aspect nature of the study of the «communication» category and builds up a world view in the context of the author's study. It outlines principles of formation and development of the sphere of communication activity. The author underlines strengthening of behavioural factors during formation of socio-economic models under conditions of growth of complexity and differentiation of the world. In order to justify the world view of state regulation of the sphere of communication activity, the article uses the foundations of the quantum-relativistic concept. Development of the theoretical and methodological basis of the state regulation of the sphere of communication activity is based on regularities of the study of open systems of economic and social processes not only at the micro-level, but also at the national level.*

**Key words:** communication, communication policy, world view, principle, theoretical and methodological basis

**Pic.:** 1. **Tabl.:** 2. **Bibl.:** 10.

*Naumik Yekaterina G.* – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Candidate on Doctor Degree, Kharkiv National University of Economics (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

**E-mail:** [naumik@ukr.net](mailto:naumik@ukr.net)

**Ф**еномен комунікації та комунікативного суспільства вимагає агрегування адекватних елементів з існуючих концептуальних підходів до єдиного теоретико-методологічного базису державного стимулювання розвитку сфери комунікаційної діяльності.

Особливості умов економіки України в тому, що має місце «безпарадигмальний» менеджмент, пов'язаний із перевагою вертикального управління, фіксованого за структурою при паралельному функціонуванні систем маркетингу й логістики, що характеризуються потребою до високоефективної самоорганізації й самокоординованості у формі горизонтальних мережних структур на основі договірних відносин з довірливими акцентами на тіншові результати й ринки. Таким чином, ми згодні з Л. Нікуліним [6], що сучасний менеджмент в пострадянських країнах характеризується відсутністю на сьогоднішній день адекватної концепції управління.

Метою публікації є визначення теоретико-методологічного базису управління комунікаційною сферою економіки. Завдання: узагальнення концепцій управління, обґрунтування картини світу, визначення структурних характеристик теоретико-методологічного базису та виділення принципів формування та реалізації державного стимулювання розвитку сфери комунікаційної діяльності.

Дослідженню проблем управління комунікаційними процесами присвячені роботи вчених, Т. Амблера, Г. Асселя, П. Дойля, Р. С. Каплана, К. Л. Келлера, Ф. Котлера, Д. П. Нортона.

Концепції управління пройшли еволюцію від орієнтації на матеріально-речові істотні фактори (пріоритет виробничих сил). Характерною рисою даного підходу є усереднене балансове представлення узагальнених соціально-економічних інтересів, а саме: пошук стійкої балансової рівноваги (Ф. Кене (економічні таблиці); К. Маркс, В. Ленін (схеми відтворення); В. Леонтьєв (моделі МОБ); Д. Кейнс (моделі загальної макроекономічної рівноваги); маркетингові підходи, орієнтовані на товар – традиційний пасивний маркетинг.

Наступною хвилею був акцент на організаційно-регулюючих істотних факторах (пріоритет зовнішніх регуляторів). Характерним стало критеріально-балансове представлення узагальнених соціально-економічних інтересів, а саме: пошук стійкої балансово-критеріальної рівноваги (Л. Вальрас та його послідовники (моделі конкурентної рівноваги); Д. Нейман (моделі магістрального економічного зростання); Л. Канторович (моделі оптимального функціонування економіки); неокласици (оптимізаційні моделі загальної макроекономічної рівноваги); розвиток управлінського маркетинга.

Комунікаційні нововведення та технічний прогрес ХХ сторіччя зумовили актуалізацію поведінкових факторів. Це відобразилося в представленні узагальнених соціально-економічних інтересів в моделях процесів їх формування. Як наслідок дослідники описували стійку динаміку економічних систем з оптимальною поведінкою окремих суб'єктів (В. Парето (моделі та методи виділення ефективних точок); представники школи векторної оптимізації; Д. Нейман (моделі теорії ігор в економіці); М. Алле (моделі обміну надлишками благ); Г. Беккер (концепція принципової раціональності людської поведінки); В. Кардаш (моделі та методи обчислення і аналізу ринкових та коаліційних компромісів), М. Мусін (оцінка економічних інтересів); розповсюдження цілісної концепції маркетингу.

Багатодисциплінарність дослідження поняття «комунікація» зумовлює різнопланові акценти щодо оцінки ефективності комунікації. Так, технічні науки основною характеристикою вважають втрати інформації, філософію приналежності особистості до певної соціальної групи та ін. (табл. 1).

Використовуючи класифікацію видів науково-технічної діяльності, прийняту в Україні та опубліковану в державному класифікаторі України «Класифікація видів науково-технічної діяльності ДК 015-97», автором виділено особливості розуміння категорії «комунікація» в різних наукових галузях. Розуміючи комунікацію

Таблиця 1

**Багатоаспектність оцінки категорії «комунікація»**

Галузь знання	Властивість, що оцінюється	Ототожнення поняття «комунікація»
Філософія, розділ Комунікативна філософія	Приналежність до суспільної групи	Категорія, яка означає спілкування, за допомогою якого «Я», виявляє себе в іншому.
Технічні науки (ергономіка, приладобудування та електроніка, радіотехніка і телекомунікації)	Надання, втрата інформації	Обмін значеннями (інформацією) між індивідами через загальну систему символів (знаків), мовних знаків
Гуманітарні науки (історичні, філологічні, мовознавство, мистецтвознавство)	Передача змісту, контенту	Передача змісту, цінностей, культури, традицій
Суспільні науки (економіка, психологія, соціологія, етика, підприємництво, менеджмент)	Задоволення потреби	Контакти, спілкування, обмін інформацією й взаємодія людей один з одним
	Досягнення цілі, результативність, ефективність	Засіб повідомлення й зв'язку, інформаційні контакти
Природничі науки (математика, хімія, фізика, біологія)	Рівень взаємної адаптації, гармонія	Передавання сигналів між організмами або частинами одного організму, коли відбір сприяє продукуванню та сприйняттю, у процесі комунікації проходить зміна інформації та взаємна адаптація суб'єктів

як процес з певними етапами, кожна наукова галузь робить акцент на власному етапі та властивості комунікації. Так, гуманітарні науки ставлять за мету точність передання змісту – при перекладі з іншої мови або при опису історичних подій.

Суспільні науки, беручи до уваги, що суспільство – це цілеспрямована система, вважають основним критерієм корисності використання комунікацій – можливість досягнення цілі, отримання результату. Так, у аспекті менеджменту та економіки основним критерієм ефективності є досягнення цілей. Автори, які досліджують проблеми сучасного менеджменту, розвивають концепцію діагонального менеджменту, діагональних комунікацій, відповідно до якої менеджмент виконує компенсаторну функцію – як комплексний координатор спільного результату взаємодії управляючої структури (держави, керуючого органу підприємства) і цілеспрямованих і ззовні регульованих самоорганізованих соціально-економічних підсистем (підприємств, відділів на підприємстві). У такий спосіб концептуально «діагональ» результату є основною властивістю системи комплексної координації сил і засобів менеджменту, у якій максимізується ефект самоорганізації й мінімізується зовнішній управлінський вплив.

Існуючі підходи до управління комунікаціями розроблені в рамках маркетинг-міксу та обозначені як управління маркетинговими комунікаціями.

Теоретичні та практичні напрацювання автора зумовили обґрунтування теоретико-методологічного базису формування та реалізації державного стимулювання розвитку сфери комунікаційної діяльності. Для обґрунтування змісту теоретико-методологічного базису слід визначити картину світу як формуючий елемент методології дослідження. Наукова картина (образ, модель) світу – система уявлень про властивості й закономірності реальної дійсності, побудована в результаті узагальнення й синтезу наукових понять і принципів. Безперечно, що об'єктивність дослідження та обґрунтування змін в управлінні будь-яким об'єктом значною мірою залежить від обраної «картини світу».

Дороніна М. С. стверджує [1], що у зв'язку з посиленням впливу соціальних чинників на діяльність економічних систем актуального значення для формування «образу світу» учених-економістів набувають надбання соціальної філософії, яка розкриває єдність суспільного буття та свідомості, реального та ідеального, і саме принципи якої створюють підґрунтя розгляду економічних і соціальних процесів підприємства в їх єдності та взаємообумовленості. Але, на наш погляд, слід виділяти окремо фізичну картину світу та соціально-гуманітарну. Так, Леонтьєв О. М. [2; 3; 4] розкрив відмінності образу світу й почуттєвого образу: перший – амодальний, інтегративний і узагальнений, а другий – модальний і завжди конкретний. Він підкреслював, що в основі індивідуального образу світу лежить не тільки почуттєвий, але весь соціокультурний досвід суб'єкта. За думкою Ходаківського Є. І. [10], відповідно до нелінійної наукової парадигми пізнання світу, не тільки буття обумовлює свідомість, але й свідомість здатна зумовлювати буття, коли ідеї можуть поставати і постають матеріальною силою, виявляючи ефект слабких і надслабких сигналів, які виявляються у площині синергетичного аналізу дійсності.

Ми згодні з позицією С. Д. Смирнова [9], який вважає, що вирваний з контексту сам по собі почуттєвий образ не несе ніякої інформації, тому що «орієнтує не образ, а вклад цього образу в картину мира». Таким чином, запропоновано визначити загальну картину світу та на її основі описати картину світу, де світ – це предмет дослідження автора – державне стимулювання розвитку сфери комунікаційної діяльності (рис. 1).

Для комунікаційної діяльності характерно формування та реалізація в умовах соціального простору певної держави, основним проявом матерії є інформація, а час розглядається в форматі квантово-релятивістської концепції «плюс варіант Незворотне», напрямком необоротної еволюції пізнання й необоротної еволюції його цінності – зростання складності й диференційності світу. Розроблена модель «образу світу» створює теоретико-методологічний базис дослідження закономірностей відкритої системи економічних і соціальних процесів не тільки на мікрорівні, але й на національно-

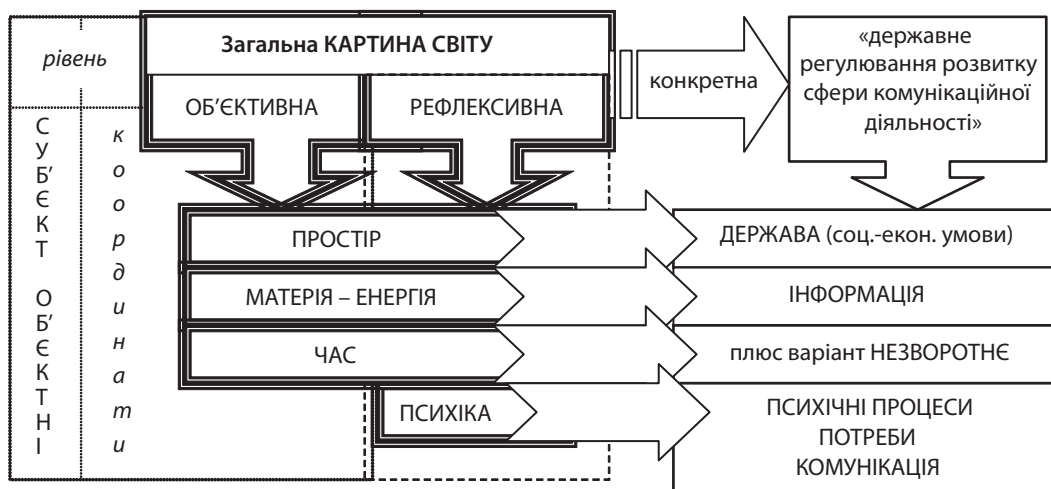


Рис. 1. Статика системи «Картина світу «державне стимулювання розвитку сфери комунікаційної діяльності»

му рівні. Сучасні соціально-економічні процеси існують і розвиваються через взаємодію з навколишнім нестійким, невпорядкованим середовищем. Дана картина світу дозволяє обґрунтувати механізми підтримки циклічного порядку в економічних і соціальних процесах і механізми переходу по спіралі до нового порядку, який забезпечує задоволення зростаючих потреб людини, суспільства, суб'єктів господарювання.

Структурні характеристики теоретико-методологічного базису, запропоновані автором, наведено в *табл. 2*.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, система принципів формування та розвитку сфери комунікаційної діяльності повинна бути узгоджена з базовими принципами економічної, соціальної та нелінійної динамічної системи.

Як показали дослідження, конкретизація змісту елементів образу світу на рівні державного регулювання можлива через комплексне дослідження досягнень економічної теорії, пов'язаних з аналізом закономірностей створення багатства та поведінки економічних агентів.

Таблиця 2

### Характеристики теоретико-методологічного базису формування та розвитку сфери комунікаційної діяльності

Структурна характеристика	Існуючі теоретико-методологічні конструкти	Включено / Запропоновано автором
Базові поняття як елементи системи	Комунікації Комунікаційна діяльність Комунікативні здібності Комунікаційна послуга Маркетингові комунікації	Комунікаційний простір, комунікаційні потоки, комунікативні характеристики Комунікаційний капітал Комунікаційний комплекс
Мета	Підвищення ефективності	Досягнення рівноваги – гомеостазу
Предмет	Інформація	Потоки, зв'язки
Суб'єкт	Виробник, споживач	Виробник-споживач як цілісна система, цілісне утворення
Головні завдання	Максимізація ефективності	Задоволення потреби суб'єкта
Концептуальна основа (теоретична структура, яка є в основі)	Глобалізація, уніфікація, інтеграція	Інформатизація, персоналізація, автономізація
Парадигма знання	Комунікації як об'єкт Управління	Комунікація як об'єкт Самоорганізації
Парадигма пізнання	Процеси мислення Рефлексія	Цілісне сприйняття, емпатія, образне мислення
Критерій ефективності	Максимальність	Оптимальність, задоволення потреби
Методичні підходи	Евристичні методи, імітаційне моделювання	Динамічні моделі
Мотиваційна свідомо основа	Матеріальні стимули Моральні стимули	Раціональний егоїзм Раціональний альтруїзм
Модель працівника	Економічна Соціальна Психологічна Етична	Працівник – лідер

Форма представлення матеріалу реалізована на основі структурних елементів методологічного базису стратегічного управління В. Пономаренко [8, с. 119] і паспорту теоретико-методологічного обґрунтування організацій та управління інтеграційним розвитком А. Пилипенка [7, с. 114]. Автором враховані умови глобалізації та вплив системи Інтернет, елементи теоретико-методологічного базису, сформовані в аспекті інформаційного суспільства, з урахуванням триєдиного підходу до вивчення закономірностей функціонування сфери комунікаційної діяльності: як *економічної системи*, що включена у відтворювальні процеси капіталу; як *соціальної системи*, групи людей, що мають спільну мету; як *динамічної нелінійної системи*, в якій упорядковується та координується спільна комунікаційна діяльність, виникає синергетичний ефект та ефект слабких сигналів.

На особливу увагу заслуговує інституціоналізм, який поєднує методологічний інструментарій різних напрямів економічної теорії, враховує вплив неекономічних чинників на економічні процеси. Крім інституціоналізму, можливість удосконалення методологічних засад управління комунікаційною діяльністю надають здобутки праксеології. Її рекомендації щодо вивчення діяльності як способу існування людини, основи збереження та розширеного відтворення людського суспільства слід враховувати у зв'язку з істотною зміною ролі людини в економічних процесах. Інтелектуалізація, інформатизація економічних процесів зумовили той факт, що матеріалізовані об'єкти перестають бути головним знаряддям праці. Ним стає інтелектуальний потенціал людини. Цей процес вимагає перегляду та збагачення механізмів, які необхідно використовувати в державно-

му стимулюванні розвитку сфери комунікаційної діяльності, у розробці концепції державної підтримки комунікаційної діяльності в Україні в умовах глобалізації та розвитку інформаційного суспільства. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. **Дороніна М. С.** Управління економічними та соціальними процесами підприємства: монографія / М. С. Дороніна. – Х.: ХДЕУ, 2002. – 431 с.
2. **Леонтьев А. Н.** Психология образа / А. Н. Леонтьев // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. – 1979. – № 2. – С. 3 – 13.
3. **Леонтьев А. Н.** Образ мира / А. Н. Леонтьев // Избранные психологические произведения. – М., 1983. – С. 251 – 261.
4. **Леонтьев А. Н.** К психологии образа / А. Н. Леонтьев // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. – 1986. – № 3. – С. 72 – 76.
5. **Немов Р. С.** Психология: Словарь-справочник : в 2 ч. – Часть 1 / Р. С. Немов. – М. : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2004. – 304 с.
6. **Никулин Л. Ф.** Менеджмент эпохи постмодерна и «ню-экономики» : монография / Л. Ф. Никулин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 128 с.
7. **Пономаренко В. С.** Стратегічне управління підприємством / В. С. Пономаренко. – Х. : Основа, 1999. – 620 с.
8. **Пилипенко А. А.** Організація управління інтеграційним розвитком суб'єктів господарювання : дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.00. 04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / А. А. Пилипенко. – Х., 2009. – 598 с.
9. **Смирнов С. Д.** Мир образов и образ мира / С. Д. Смирнов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. – 1981. – № 2. – С. 15 – 29.
10. **Ходаківський Є. І.** Синергетична парадигма менеджменту / Є. І. Ходаківський // Матеріали наук.-практ. конференції «Молодь і освіта. Європейський вибір», Житомир, 16 березня 2007 р. : тези доповідей. – Житомир : ПВНЗ «Європейський університет», 2007. – 170 с.

#### REFERENCES

- Doronina, M. S. *Upravlinnia ekonomichnymy ta sotsialny-my protsesamy pidpriemstva* [Managing economic and social processes of an enterprise]. Kharkiv: KhDEU, 2002.
- Khodakivskiy, Ye. I. "Synerhetychna paradyhma menedzhmentu" [Synergetic Paradigm Management]. *Materialy nauk.-prakt. konferentsii «Molod i osvita»* I Evropeyskyi vybir. Zhytomyr: Yevropeyskyi universytet, 2007.
- Leontev, A. N. *Izbrannyye psikhologicheskie proizvedeniia* [Selected psychological works]. Moscow, 1983.
- Leontev, A. N. "K psikhologii obraza" [On the psychology of the image]. *Vestn. Mosk. un-ta*, no. 3 (1986): 72-76.
- Leontev, A. N. "Psikhologiya obraza" [Psychology of the image]. *Vestn. Mosk. un-ta*, no. 2 (1979): 3-13.
- Nikulyn, L. F. *Menedzhment epokhi postmoderna i «niu-ekonomiki»* [Management of post-modern and "New Economy"]. Moscow: YUNITI-DANA, 2001.
- Nemov, R. S. *Psikhologiya: Slovar-spravochnik* [Psychology: A Reference Dictionary]. Moscow: VLADOS-PRESS, 2004.
- Pylypenko, A. A. "Orhanizatsiia upravlinnia intehratsiynym rozvytkom sub'iektiv hospodariuvannia" [Organization

management integration development entities]. *Dis. ... doct. ekon. nauk*: 08.00. 04, 2009.

Ponomarenko, V. S. *Stratehichne upravlinnia pidpriemstvom* [Strategic management]. Kharkiv: Osнова, 1999.

Smirnov, S. D. "Mir obrazov i obraz mira" [The world of images and the image of the world]. *Vestn. Mosk. un-ta*, no. 2 (1981): 15-29.