

Ілля Є. Парніков\*

## ТЕОРІЯ КОМУНІКАЦІЙ ТА АКТИВНИЙ РОЗВИТОК ІТ-ПІДПРИЄМСТВ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

*У статті розглянуто особливості розвитку теорії комунікацій в епоху цифрової трансформації та активного накопичення змін. Розкрито авторське бачення на категорію «комунікації» з позиції змін в епоху цифрової трансформації, особливості дії ІКТ та штучного інтелекту. Проаналізовано та систематизовано ключові передумови інтегрованого розвитку теорії комунікацій та системи знань комунікаційного менеджменту, як об'єктивного процесу та дії суспільного прогресу в знаннях людства. Запропоновано розширювати дослідження комунікаційного менеджменту за напрямками: вивчення особливостей комунікацій в сучасному кіберпросторі та з врахуванням стрімкого розвитку криптоекономіки.*

*Ключові слова:* Теорія комунікацій, цифрова трансформація, комунікаційний менеджмент, ІТ-підприємства, ІТ-сфера, комунікації, управління знаннями.

*Рис. 1. Літ. 24.*

*DOI: 10.32752/1993-6788-2025-1-294-293-306*

Ilyia Parnikov

## COMMUNICATIONS THEORY AND ACTIVE DEVELOPMENT OF IT ENTERPRISES IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION

*The article examines the features of the development of communication theory in the era of digital transformation and active accumulation of changes. The author's vision of the category of "communication" from the perspective of changes in the era of digital transformation, the features of the action of ICT and artificial intelligence are revealed. The key prerequisites for the integrated development of the theory of communications and the knowledge system of communication management, as an objective process and action of social progress in the knowledge of mankind, are analyzed and systematized. It is proposed to expand research on communication management in the following areas: studying the features of communications in modern cyberspace and taking into account the rapid development of the crypto economy.*

*Keywords:* Communication theory, digital transformation, communication management, IT enterprises, IT sphere, communications, knowledge management.

*Peer-reviewed, approved and placed: 02.12.2025*

**Постановка проблеми.** Сучасна, стрімка, глобалізована цифрова трансформація, як дія інформаційного та інноваційного прогресу, виводить на перші шпальти актуальних наукових досліджень питання якості та змін комунікацій, інформаційно-комунікаційні технології, моделей та стратегій комунікаційного забезпечення. Такий рух наукової думки обумовлено низкою об'єктивних передумов розвитку теорії комунікацій та появою самостійного наукового напрямку знань – комунікаційного менеджменту. Такий процес віддзеркалює фундаментальні, еволюційно зорієнтовані зрушення у визнанні ролі та місця комунікацій в суспільному прогресі людства, успіху та лідерських позиціях бізнесів. Саме досягнення в сфері технічного забезпечення засобами комунікацій людство визнає як революційні етапи в історії сучасності. І це

\* Cherkasy State Technological University. Ukraine.

такі події: поява мови людей – формат прямого спілкування; поява письменності – інструмент спілкування та накопичення знань; поява друкарства – новий, інноваційний інструмент збереження знань та обсягів накопичення досвіду; поява електронних мас-медіа та відповідних комунікацій. Останній етап є не просто революційним з позиції комунікаційного забезпечення, а ще й виводить на новий рівень технічне та управлінське забезпечення людської діяльності, що формує стрімкість усіх процесів відтворення життєдіяльності на основі нових можливостей комунікацій в усьому спектрі досягнень комп'ютеризації та автоматизації, оцифрування ресурсів та технологій виконання робіт, кібербезпеки та охоплення інтернетом. Це комплекс змін та дій людства, що формують глобальну цифрову трансформацію процесів відтворення життєдіяльності та за основу має стрімкий, всеосяжний інформаційно-комунікаційний прогрес.

Цінності спілкування людей, моделі побудови суспільних відносин вимагають в епоху глобальних цифрових трансформацій значної уваги, високих стандартів інформаційної та комунікаційної культури. Сприйняття нових моделей комунікацій стає непростим завданням для людства, потребує обговорення великої кількості питань теоретичного та практичного наповнення, визначення та оцінки конфліктних зон та проблемних явищ.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Актуальність дослідження теорії комунікацій в епоху цифрових технологій, інформаційної економіки та інформаційного суспільства набуває все більшого значення, впливу з позиції стрімкості змін та нових форматів спілкування, стандартів культури та моделей організації ділового середовища. Обумовленість та інтегрованість успіху бізнесів, окремих підприємств наковці, експерти пов'язують з правильною організацією комунікацій, побудовою архітектури спілкування на основі досягнень системи знань теорії та практики комунікацій. Цей процес з початку 2000 років обумовлений не лише розвитком та впровадженням інформаційних технологій та комплексною інформатизацією, цифровізацією усіх видів людської діяльності, а й має за основу зміну в свідомості кожної окремої людини. І саме знання щодо успішної, актуальної, якісної організації комунікацій змінюють сучасний світ та переорюють його на принципову нову модель соціально-мережевої організації спільнот.

Питання організації та використання комунікацій науковці та освітяни розглядають системно з стародавніх часів до сьогодення, дають періодизацію зачаткам та фазам активного розвитку теорії комунікацій. Саме початок XIX ст визнано реальним часом активного формування фундаменту знань – теорії комунікацій, XX ст визнається як етап накопичення базових концепцій та гіпотез, виокремлення самостійних наукових шкіл, XXI ст. – це вже епоха цифрових трансформацій та інновацій в сфері комунікаційного забезпечення управління. Вивчення та актуалізація різноманітних теорій відбувається від гуманістичних ідей людства до технократичних теорій, що формує генетичне поєднання думок, накопичення новацій та окремих точок зору, бачені історії комунікаційних революцій [5].

В світову теорію комунікацій XX-XXI ст. привнесено значну кількість ідей, гіпотез, теоретичних новацій та практичних технологій видатним

українським науковцем Г. Почепцовим. Це питання комплексного дослідження особливостей та характерних рис саме комунікаційних технологій двадцятого століття на рівні міжнародної та внутрішньої діяльності країн [14]; виокремлення, теоретико-методологічного обґрунтування самостійності в комунікаційному процесі течії – паблік рілейшнз [15] та інших актуальних питань просування інформаційно-комунікаційних технологій, що змінили бачення та концепції ведення інформаційних війн, безпеки цифрового менеджменту та маркетингу, державного та корпоративного управління.

Особливої уваги заслуговує дослідження науковців В. Воронкової та В. Нікітенко, щодо концептуальних та праксеологічних основ розвитку, масштабування цифрової людини і цифрового суспільства, кіберпростору та кіберкультури, аналізу філософії комунікацій та інтегрування цифрової людини і цифрового суспільства [23]. Цифрові трансформації, оновлення інструментів менеджменту комплексно та з вектором на перехід до моделі управління знаннями вивчають науковці М. Поляков, І. Ханін, Г. Шевченко, В. Білозубенко [2], що розширюють погляди на перспективи стратегування та інноваційних проривів в комунікаційному забезпеченні на основі глибинного знання змін в русі інформаційного прогресу людства.

Стрімкі та відповідні до процесів цифрової епохи зміни формують теорію комунікацій у XXI ст., що відображено в працях провідних науковців України: О. Пригодюк – теоретичні положення щодо комунікаційної діяльності в умовах інформаційної економіки [18, 19], Н. Педченко, Л. Шимановська-Діанич, Т. Гусаковська, Л. Рибалко-Рак, Н. Кужель – формування теорії та методичного забезпечення в управлінні стратегічними комунікаціями підприємств [10]; Е. Ромата – накопичення базового понятійно-категоріального апарату [20]; С. Назаренко та Н. Матюшенко на рівні теоретичних узагальнень обґрунтовують особливості впливу внутрішніх комунікацій підприємств на ефективність діяльності в епоху цифрових технологій [11].

Останні дослідження провідних фахівців М. Кужелева [7]; В. Храпкіної та О. Матвієнко [1] присвячені синергетичному поєднанню знань щодо комунікаційного забезпечення ІТ-підприємств в епоху інформаційної економіки та успішності іміджевих технологій, що формує новітній напрям досліджень чітко поєднаний з визнанням досягнень ІТ-сфери, її різновекторному досвіду лідерських позицій ІТ-підприємств.

Засновниками та науковими ідеологами теорій комунікацій слід визнавати велику кількість науковців, політичних та релігійних діячів, літераторів та представників менеджменту, лідерів-бізнесу, що є досягненням саме цієї гілки знань людства. Подальший розвиток теорії комунікацій має реальну перспективу в розширенні дослідження в актуальних напрямках: вивчення взаємодії, комунікаційної успішності цифрової людини та цифрових бізнесів, цифрової людини та цифрових ринків; цифрової людини та владних інституцій. Що є не просто актуальним, а саме нагальним з позиції вже існуючих конфліктів інтересів, неконтрольованих утручань в свідомість людей, впливу ІКТ на прийняття рішень в форматах дисгармонійних

відносин. І це лише незначна частина актуальних питань що потребують вивчення, оцінки, публічного обговорення.

**Метою дослідження** є вивчення та систематизація знань теорії комунікацій в епоху цифрової трансформації та активного розвитку ІТ-підприємств.

**Основні результати дослідження.** Теорія комунікацій є гармонійним результатом розвитку системи знань, вона чітко пов'язана з інформаційними та науково-технічними революціями, виникненням ІТ-сектору та нарощенням потенціалу ІТ-підприємств, що є всесвітнім рухом в напрямку інформаційно-інтелектуального прогресу людства. Саме теорія комунікацій, її засновники (Сократ та Платон; Дж. Лок та Г. Гегель; З. Фройд і Ж. Лакан; Клод Шеннон та Норберт Вінер) [12] вивели категорії комунікації, комунікативна діяльність, моделі та політика комунікаційного забезпечення, комунікаційний менеджмент на міждисциплінарний рівень, обґрунтували пріоритетність таких знань в процесі удосконалення різноманітних проявів життєдіяльності людства, ведення бізнесу на основі організації спільної діяльності, як умови суспільного прогресу [4].

Основними напрямками наукової думки, що сформували теорію комунікацій в сучасному вигляді слід вважати – філософію, соціологію, політологію, культурологію, психологію, маркетинг та менеджмент. Теорія комунікацій, як основа великого напрямку досліджень комунікології стимулювала та сформувала підґрунтя таких досліджень як, історія та міжнародні комунікації, теорія масової комунікації, міжособистісні та ділові комунікації, комунікації в бізнесі, організація та планування комунікацій, комунікаційна культура та крос-культурні технології, комунікації в системі масової інформації, моделювання та програмування комунікацій, інтернет та глобалізація комунікативного простору. І такий перелік слід продовжувати, бо кожного року з'являються новітні дослідження, авторські трактування особливостей, характерних рис комунікацій, проблематики та інноваційних технологій комунікаційного процесу. Кожен напрям окреслює свою мету та завдання наукових досліджень, розширює інструментарій вивчення відповідних явищ та процесів, заточує увагу на специфічних технологіях аналізу та оцінки, напрацьовує ідеї для концепцій та стратегій розвитку підприємств. Особливої актуальності такі знання набувають в діяльності підприємств ІТ-сектору, як площини реальних інновацій, новітніх ідей та практичних технологій спілкування в світовому інформаційному просторі.

Починаючи з 2000 років найбільш стрімкий розвиток, просування системи знань теорії комунікацій відбувається в сферах політики, економіки, соціології, менеджменту та маркетингу. Така зацікавленість в знаннях пов'язана з стрімким розповсюдженням інформаційної епохи, інформаційного та інтелектуального прогресу людства, активним зростанням ІТ-сфери. Це реальний цивілізаційний виклик, що формує нову епоху в відносинах між людьми та природою, технологіями, технічними засобами на основі інноваційного бачення ресурсу інформації, нових викликів в комунікаційному забезпеченні. Зацікавленість та особливу увагу отримують самі різноманітні визначення категорії комунікацій та відповідні

трансформації в трактуванні на основі врахування змін в системі знань маркетингу, менеджменту.

Так авторське визначення Є. Ромата, як провідного українського фахівця в сфері маркетингових комунікацій – «комунікація – соціально зумовлений процес передачі та сприйняття інформації в умовах міжособистісного і масового спілкування через різні канали за допомогою різних комунікаційних засобів» [20, 21]. Таке визначення є доволі широким, має як своє позитивне навантаження так і обмеження в перспективі залучення до наукових досліджень, експертиз та оціночних проєктів. Обмеження пов'язані саме з широтою трактування, великим колом припущень щодо розуміння самого процесу сприйняття інформації.

Більш актуальним та відповідним до сучасності є визначення науковців П. Мельник та М. Філоненко – комунікація це обмін інформацією словами, літерами, символами, жестами, за допомогою яких людина в процесі спілкування, або менеджер в управлінському процесі, отримує інформацію для прийняття ефективних рішень і доведення їх до виконавців [9].

Більшість науковців доводить, що комунікація в загальному визначенні – передача інформації, знань між людьми (це розуміння в часи доцифрової епохи), але в епоху цифрової трансформації виникає феномен передачі інформації від людини до штучного інтелекту і там її перетворення на знання. І це принципова зміна, що фактично є революційною подією, відправною точкою нової епохи інформаційного та комунікаційного прогресу, таке трактування ще потребує свого вивчення, оцінки з позиції впливу на самі різноманітні, позитивні та негативні сторони життєдіяльності людства. В системі комунікацій поява та поширення інформаційно-комунікаційних технологій та штучного інтелекту є сама по собі революційною подією, потребує не просто визначення зміни, а й вимагає нового бачення комунікаційного процесу з позиції культурного та кроскультурного наповнення, безпекових станів, інноваційних технологій.

В умовах глобальних цифрових трансформацій комунікації – це одночасно соціальні та технологічні, а також інтегровані (соціально-технологічні) інструменти забезпечення інформацією та знаннями людства на основі сучасних технологій спілкування, обробки та збереження даних з метою оцінки актуальних станів та цільового прийняття рішень. Таке авторське бачення дозволяє розширити межі комунікацій на взаємодію людини та штучного інтелекту, оновлені вимоги до цифрової людини, як основи визначень майбутніх різновекторних відносин та управлінських процесів.

Організація, моделювання комунікацій в спілкуванні в умовах цифрових трансформацій є дуже непростим процесом за усіма параметрами. І це пов'язано з залученістю в такі процеси щонайменше двох сторін, а в практичній діяльності кількість комунікуючих одночасно може бути взагалі необмеженою, що є результатом дії масової цифровізації. Ефективність комунікацій в таких умовах стає неоднозначною, має характеристики непередбачуваності та неконтрольованості можливих наслідків. Комунікаційний процес, його організація, культурна насиченість,

відповідність завданням в системі менеджменту постає ключовим фактором успіху в управлінській діяльності. [6].

Цифрова трансформація у всесвітній проєкції стає ключовим компонентом прогресивних змін людства. Вона формує нове комунікаційне поле в парадигмі цифрових відносин між людьми, технікою та технологіями, можливостями штучного інтелекту та цифрової людини, інноваційними надбаннями культури та поведінки. Відбуваються зміни організації життєдіяльності на основі інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій, що призводить до одночасного ускладнення та спрощення економічних та соціальних відносин, появи нових можливостей та ризиків, порушення гармонійних відносин та конфліктів інтересів. Такий рух вже неможливо зупинити, але його потрібно вивчати та аналізувати, корегувати та закріплювати на нормативно-правовому рівні, впроваджувати лише реально оцінений та позитивний досвід.

На підприємствах цифрова трансформація удосконалює та змінює бізнес-процеси та бізнес-моделі, оновлює принципи та підходи до роботи з інформацією, комунікаціями на основі перебудови технічного та технологічного, управлінського та фінансового забезпечення, формує нові стандарти культури та управління знаннями з метою отримання конкурентних переваг, інноваційних проривів, підвищення продуктивності праці, цільового контролю за ринками та клієнтами на платформах кібертехнологій.

Цифрова трансформація в умовах сьогодення стає не просто вектором розвитку, вона стрімко охоплює усі сфери життєдіяльності, наповнює бізнеси інноваціями та оновленням культури. ІТ-сфера визнана світовою спільнотою як найбільш динамічніша галузь в світі. Її зміни та успіхи активно впливають на глобальний інформаційний простір, стратегії великого, малого та середнього бізнесу. Технологічний розвиток все більше стає інтегрованим з якісними параметрами культури, соціальної відповідальності, комунікаційного та іміджевого позиціонування, що є визнанням суспільного прогресу [1].

ІТ-підприємства, за рахунок стрімкого та прогресивного розвитку, в міжнародному діловому середовищі стають центрами інноваційних змін, оновлення ділової поведінки, принципової трансформації комунікацій на усіх рівнях соціальних та економічних відносин. Так за останні 20 років соціальні комунікації перетворились в основне поле спілкування між людьми; фінансові відносини переходять в площину кіберпростору; інформаційно-комунікаційні технології масштабують послуги оцифрування даних та автоматизації процесів виробництва, надання послуг. Комунікації та відповідна передача, обробка, накопичення інформації пов'язані з такими процесами, як інформатизація, автоматизація, інтелектуалізація та цифровізація господарської діяльності. Лідерами, ініціаторами, виконавцями цих процесів стали ІТ-підприємства, що мають за мету своєї діяльності отримання результатів в інформаційній сфері, організації інформаційного сервісу та аудиту, впроваджені платформного бізнесу та комплексної комп'ютеризації. Стратегічні та поточні процеси удосконалення, масштабування ІТ-підприємств сформували хвилю принципів змін,

трансформацій в науково орієнтованій та практичній діяльності, а саме виникають нові професії та вимоги до робітників, нові напрями знань в менеджменті та економіці, накопичується позитивний та негативний досвід інформаційної діяльності в надскладних умовах цифрової трансформації.

Науковці доводять, що виникає потреба цільового, управлінського аналізу комунікацій IT-підприємств, відповідної політики та взаємозв'язку цих процесів з іміджем компаній, власників бізнесу, провідного менеджменту. Формується комплексний підхід до розробки та впровадження стратегій, цільової політики IT-підприємств з урахуванням: позитивного образу підприємства в межах маркетингових програм, розширення цільової аудиторії соціальних мереж, інноваційних рекламних продуктів, активного управління інструментами масових кроскультурних комунікацій, моделювання ексклюзивності та особистісних характеристик, політики підтримки інноваційних рішень, участі у благодійних та соціальних проектах [1].

Всебічний розвиток теорії комунікацій, що відбувається паралельно з такими явищами як інформаційний прогрес, поява ринків інформаційних продуктів та технологій, цифровізація усіх сфер діяльності людства, масштабування розвитку IT-сектору, лідерства IT-підприємств стимулював принципові оновлення в системі знань сучасного менеджменту, що отримують своє визнання в різних сферах наукової та практичної діяльності. Успіх такого процесу формує синергетична взаємодія, накопичення потенціалу концепцій, ідей, що дають реальний поштовх у виокремлені в межах теорії комунікацій наукового напрямку – комунікаційного менеджменту. Систематизуємо найбільш впливові передумови такого процесу з позиції перспективності їх вивчення та актуалізації в подальших наукових напрацюваннях.

1. Інформаційний прогрес, що має характер всеосяжного охопту життєдіяльності людства, незалежно від країн, регіонів, особливостей організації бізнесу. І це – глобальні та локальні мережі, мобільний зв'язок, інновації в науці та освіті. Виникнення та стрімке розповсюдження мережі Інтернет, штучний інтелект, поява та успішне функціонування всесвітнього кіберпростору, мережевих комунікацій та нових стандартів кіберкультури.

2. Обмін інформацією, що стає запорукою якісного, ефективного, стратегічного та тактичного прийняття рішень. Лідерські позиції бізнесів, підприємств, влади напряму залежить від якості, насиченості, інноваційності, безпеки, іміджевих оцінок комунікацій. Масштабування цифрових комунікацій, що стрімко розгортаються та мають стратегічне значення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств, бізнесів, міжнародних організацій та владних інституцій.

3. Розвиток та безперервне удосконалення системи знань менеджменту, як драйверу в покращенні процесів ведення господарської діяльності, розширення меж соціальних відносин та відповідного управлінського впливу на успіх, комунікаційне різноманіття та іміджеве визнання на основі цифрових трансформацій. Поступова інституціоналізація ключових складових процесу цифрової трансформації – хмарних сервісів та відповідних послуг, штучного інтелекту, інтернету речей, віртуальних активів підприємств,

кібербезпеки та нових видів ризиків ведення бізнесу та ін. Особливої увагу заслуговують процеси формування цифрових навичок людей та нових видів культури (інноваційної, інформаційної).

4. Урбанізація, що змінює демографічну картину світу з безперервним збільшенням населення міст за рахунок витоку сільського населення. Рівень, якість комунікацій, інформаційних послуг в містах значно вище а ніж в сільській місцевості та потребує насиченості, інноваційних технологій, різноманітності та креативності цифрового контенту.

5. Зміна в моделі організації виробництв великим та середнім бізнесом на основі сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, штучного інтелекту, інтернету речей, стрімкого зростання продуктивності праці, як умови конкурентоспроможності підприємств на національному та світовому ринку. Поява екосистем бізнесів, як потреба нових інтегрованих форматів в спілкуванні, використанні обмежених ресурсів, виконанні мегапроектів та державних замовлень.

6. Кардинальні зміни, що відбуваються в спілкуванні на рівні «населення-державний (регіональний, місцевий, галузевий) менеджмент» та зацікавленість у впровадженні моделі масового оцифрування знань, технологій. Нові моделі комунікацій в відносинах «цифрове суспільство-цифрова людина»; «цифрове суспільство-підприємство». Розуміння, що сучасна людина, підприємство (як екосистема) відтворюється в системі перенасичення інформацією, різноманітними (не завжди актуальними) даними, інформаційними шумами, що є відповідним до існуючої моделі так званого медійного капіталізму (суть якого полягає в інформаційній владі над людством та його діяльністю).

7. Перехід від лінійного мислення до системного, високо професійного, що вже закріплює перехід від індустріального суспільства до інформаційно-інтелектуального, сприяє розумінню непередбачуваності, хаосу динамічних систем в умовах потоку цифрових інновацій (відповідність до базових положень Agile-філософії). Розуміння появи цифрової людини, як відповідності до нових вимог, технологій цифрового, техногенно зорієнтованого суспільства.

8. Перехід в системі знань менеджменту від інформаційно-інтелектуального відтворення життєдіяльності до моделі управління знаннями. Саме комунікації, спілкування забезпечують передачу знань, поширення інновацій, нових технологій. Сьогодні процес трансферу знань та технологій стає обов'язковим елементом співпраці між науковими установами, освітою, бізнесом, владою, населенням. Інформаційна прозорість охоплює все більшу кількість управлінських, техніко-технологічних, соціокультурних процесів, як пріоритетний принцип організації комунікацій.

9. Наукові дослідження щодо нашої Планети, її природи, екології на рівні сучасних технологій формують низку комунікаційного рівня та розуміння дійсності людини. Механізми інформаційного обміну між людьми та тваринами виходять на новий рівень прийняття та декодування мови тваринного світу. Що формує нові перспективи в комунікаціях на рівні відносин «людина-всесвіт».

10. Виникнення феномену інформаційної влади та медійного капіталізму, як прояву необмеженого (неконтрольованого) впливу цільових інформаційних технологій та комунікацій на свідомість людини. Поява нових викликів в організації комунікацій, формування зон ризиків та відповідної безпеки як для бізнесів та підприємств, так і для кожної окремої людини.

Аналіз перелічених, найбільш впливових процесів та подій формує основу бачення передумов виникнення та актуальності розвитку комунікаційного менеджменту та дозволяє зробити низку відповідних висновків, припущень науково-практичного характеру. В першу чергу це стосуються діяльності підприємств та управлінського забезпечення формування, використання комунікацій. Ускладнення комунікаційного процесу підприємств відбувається постійно, має характер динамізму та нарощення потенціалу. Ті підприємства, що розуміють таку складність організують свої процеси комунікаційного забезпечення у вигляді цільових моделей за заданими параметрами лідерських позицій, пріоритетів руху та розвитку, просування стратегічних та локальних інтересів. Мета такого відношення – контроль та регулювання передачі інформації, документів, ідей, знань щодо організації ведення господарської діяльності та досягнення затверджених поточних завдань, руху до стратегічної мети.

Найбільш стрімкий та успішний приклад формування комунікаційних процесів спостерігається у практиках ІТ-підприємств, що є похідним від специфіки їхньої діяльності. Такі важливі ознаки, як інноваційність, креативність, специфічна професійна культура, висока інтелектуалізація праці та соціальна відповідальність доводять неможливість ефективного розвитку ІТ-підприємства поза зоною цих процесів [7].

Глобальна цифрова трансформація, як реальне майбутнє всього людства забезпечує, просуває інтегрування та накопичення системи знань теорії комунікацій та комунікаційного менеджменту (рис. 1), що є позитивним, нарощує потенціал теорії та практики в питаннях управління комунікаціями на самих різних рівнях ведення господарської діяльності, отримання нових досягнень в інноваційних технологія та цільових інформаційних продуктах.

Такі знання розширюють коло та креативно-інноваційний потенціал підприємств, що включає в себе знання, інформацію, технології, досвід людини, матеріальні засоби, необхідні для розробок та вирішення проблем організації: економічних, інфраструктурних, соціальних, виробничих, направлених на зростання економіки, для чого необхідно озброїтися кращими технологіями та організаційними можливостями, які є головним джерелом новітніх технологічних перетворень, що можуть сприяти економічному зростанню на основі системного залучення надбань теорії комунікацій та комунікаційного менеджменту. Для багатьох ІТ-підприємств конкурентні переваги та залучення відповідних знань, творчого та інноваційного потенціалу особистості стимулюються драйверами: для успішної роботи командам необхідні знання; оригінальні й корисні результати неможливо отримати без креативності комунікацій та цільових інтегрованих платформ співпраці; співробітники досягають видатних результатів завдяки мотивації; позитивний комунікаційний потенціал керівництва підвищує стійкість і

гнучкість підприємства; лідерські позиції за різними сферами діяльності формують комплексний, позитивний імідж [23].



Рис. 1. Інтегрування та накопичення системи знань теорії комунікацій та комунікаційного менеджменту, складено автором

Потенціал розвитку комунікаційного менеджменту, як логічне продовження теорії комунікацій стрімко та безперервно зростає на основі синергетичного накопичення різноманітних знань, досягнень науки та

техніки, успішної діяльності лідерів ІТ-бізнесу. І тут принциповим постає бажання, зацікавленість кожної окремої людини, підприємств, бізнесів, представників менеджменту в нових знаннях щодо комунікацій в умовах цифрової епохи, опанування нових технологій та ефективної співпраці з штучним інтелектом, системне проектування комунікаційної діяльності, просування інновацій та наукових досягнень з метою гармонійного розвитку людства. В широкому розумінні це подальше напрацювання теорії комунікацій в контексті накопичення, оновлення знань щодо:

- понятійно-категорійного апарату, особливо усього що є пов'язаним з специфічними процесами в парадигмі відносин «ШІ-людина», «цифрова людина-владні інституції», «цифрова людина-соціальні мережі»;
- узагальнення, систематизація досвіду комутаційної діяльності саме ІТ-підприємств з позиції позитивного та негативного впливу на якість інформаційного, інтелектуального, знаннєвого прогресу людства;
- появи нових моделей комунікацій в системі криптоекономіки, нового бачення фінансових комунікацій на основі блокчейн платформ;
- нових оцінок лідерських позицій підприємств в системі загального суспільного та безпосередньо комунікаційного прогресу;
- комунікаційної культури, її ціннісного наповнення та розгортання у відповідності до інтересів не лише окремих бізнесів, а й усього людства на основі не лише техногенних досягнень, а й у векторності гуманістичного бачення майбутнього.

**Висновки.** Інформація та комунікації, мережі та кібертехнології стають стратегічним ресурсом, нематеріальним активом успішних підприємств в усіх галузях та сферах ведення господарської діяльності, окреслюють новітні концепції, гіпотези, актуальні дослідження теорії комунікацій в умовах цифрових трансформацій. Теоретичні знання щодо комунікацій людства будуть ставати не просто широко затребуваними та актуальними, вони будуть мати стратегічне значення в отриманні успіху, соціальному та бізнесовому лідерстві. Саме такий стан та відношення до комунікацій нам демонструють великі ІТ-корпорації, що стрімко змінюють економічні, техніко-технологічні, соціальні та культурно-етичні умови відтворення життєдіяльності, накопичують новий досвід та приклади втілення знань.

За таких умов стрімко відбувається виокремлення системи знань комунікаційного менеджменту на загальній платформі знань теорії комунікацій, що є одночасно результатом дії глобальних цифрових трансформацій та запитів бізнесу. Таке бачення та відношення до знаннєвих ресурсів є відповідним до сучасної теорії комунікацій, її основних положень та концепцій векторно спрямованих на цифрову епоху.

Відбувається принципова зміна пріоритетів в керуванні бізнесами та підприємствами, у пріоритетності знаходяться напрацювання та досвід ІТ-підприємств, як лідерів інформаційного та інтелектуального прогресу. І це формує новітню площину досліджень та актуальних оцінок, експертиз. Теоретичні знання щодо комунікацій людства будуть ставати не просто широко затребуваними та актуальними, вони будуть мати стратегічне значення в отриманні успіху, соціальному та бізнесовому лідерстві. Саме такий

стан та відношення до комунікацій нам демонструють великі ІТ-корпорації, малі та середні ІТ-підприємства, що стрімко змінюють економічні, техніко-технологічні, соціальні та культурно етичні умови відтворення життєдіяльності, накопичують новий досвід та прикладі втілення знань.

1. Khrapkina V., Matvienko O. Image characteristics of IT enterprises: Features of development in the conditions of information economy and information society. *SWorldJournal*. 2024. No. 28–03. P. 114–122. DOI: 10.30888/2663-5712.2024-28-00-030 URL: <https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj28-00-030>
2. Polyakov, M., Khanin, I., Shevchenko, G., & Bilozubenko, V. Knowledge management in international companies: specific features and information tools. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2023, 3(50), 457–467. <https://doi.org/10.55643/fcaptr.3.50.2023.4061>
3. Васильченко М.І., Гришко В.В. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник / М.І. Васильченко, В.В. Гришко. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 208 с.
4. Гнатюк Я.С. Теорія комунікацій в історико-філософській перспективі. «Гілея: науковий вісник». *Філософські науки*. Вип. 154 (3) . 2020. С.164–168.
5. Денисюк, С. Г. Комунікологія : навчальний посібник / С. Г. Денисюк. Вінниця : ВНТУ, 2015. 102 с.
6. Лавриненко С., Зелінська А., Бездітко О. Бізнес-комунікації та їх інноваційність в системі менеджменту підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. №48. <file:///C:/Users/Acer/Downloads/2232-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%82%D1%96-2150-1-10-20230329.pdf>
7. Кужелев М. Імідж країн та ІТ-підприємств в умовах нарощення комунікаційної активності: національні та корпоративні інтереси. *Інвестиції: практика та досвід*. №20. 2025. С. 16–22.
8. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл; пер.: О. Возьна, Г. Сташків. 4-те вид. Львів : Літопис, 2010. 538 с.
9. Мельник П.В., Філоненко М.М., Гацька Л.П. Менеджмент. [Навч. посіб.]. Ірпінь: Академія ДПС України, 2001. 154 с, с. 53
10. Н. С. Педченко, Л. М. Шимановська-Діанич, Т. О. Гусаковська, Л. А. Рибалко-Рак, Н. Л. Кужель, Стратегічні комунікації в системі управління підприємства *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі* Випуск 2(106), 2022
11. Назаренко, С., & Матюшенко, Н. (2023). Вплив внутрішніх комунікацій на ефективність діяльності підприємств. *Економіка та суспільство*, (56). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-92>
12. Пітерс Дж. Д. Слова на вітрі: історія ідеї комунікації / Дж. Д. Пітерс; пер. з англ. А. Іщенко. К.: КМ «Академія», 2004. 302 с
13. Почепцов Г. Г. Інформація і дезінформація : монографія / Г. Г. Почепцов. К. : НікаЦентр, Ельга, 2001. 251 с. 11.
14. Почепцов Г. Г. Комунікативні технології двадцятого століття / Г.Г. Почепцов. К.: Ваклер, 2002. 352 с. 9.
15. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналів / Г. Г. Почепцов. К.: Ваклер, 2003. 624 с.
16. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навчальний посібник / Г.Г. Почепцов. К. : Знання, 2004. 373 с. 10.
17. Пригодюк О.М. (2025) Самоменеджмент в системі розвитку ІТ-підприємств України: якість прийняття рішень та іміджу. *Збірник Черкаського державного технологічного університету*, Том 26 № 74(1) (2025), с. 70–82. DOI: [https://doi.org/10.24025/2306-4420.1\(74\).2025.326277](https://doi.org/10.24025/2306-4420.1(74).2025.326277)
18. Пригодюк О.М.(2025) Цифрові технології в менеджменті: імідж та комунікації ІТ-підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*, №18 вересень 2025, с.129–134 DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.18.129>
19. Пригодюк, О. (2023). Національні економічні інтереси України в парадигмі змін управлінської безпеки в умовах інформаційної економіки. *Таврійський науковий вісник*. Серія: *Економіка*, (17), 80–84. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.17.11>.
20. Ромат Е. В. Реклама / Е. В. Ромат. – Киев ; Харьков : Студцентр, 2000. 480 с.
21. Ромат Є. В. Маркетингові комунікації: підручник / Євгеній Ромат. Київ: Студцентр, 2022. 336 с.



21. Romat Ye. V. Marketynhovi komunikatsii: pidruchnyk / Yevhenii Romat. Kyiv: Studtsentr, 2022. 336 s.
22. Filipov, V. Komunikatyvni protsesy v efektyvnomu upravlinni. Visnyk Natsionalnoho universytetu oborony Ukrainy. Vyp. 61(3). S. 107–114. DOI: <https://doi.org/10.33099/2617-6858-2021-61-3-107-114>
23. Filosofiia tsyfrovoy liudyny i tsyfrovoho suspilstva: teoriia i praktyka : monohrafiia / V. H. Voronkova, V. O. Nikitenko. Lviv-Torun : Liha-Pres, 2022. 460 s.
24. Chaplai I.V. Komunikatsiia v derzhavi ta suspilstvi: terminoznavchi aspekty. Elektronnyi zhurnal «Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok». 2017. № 8. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1109>.