

УДК 316.77:[658:004

JEL L86, M15, D83

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2026-13-27>**Пригодюк О.М.**

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4706-391X>

Парніков І.Є.

аспірант,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4598-0108>

ТЕОРІЯ КОМУНІКАЦІЙ: ПИТАННЯ ТЕРМІНОЗНАВЧОГО ЗБАГАЧЕННЯ ІТ-ПІДПРИЄМСТВ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

У статті досліджено розвиток теорії комунікацій у контексті термінознавчого збагачення діяльності ІТ-підприємств у цифрову епоху. Обґрунтовано роль комунікацій як ключового інструменту управління інформаційними потоками, формування професійного середовища та забезпечення конкурентоспроможності ІТ-компаній. Проаналізовано сучасні підходи до трактування категорії «комунікація» та її функціональне значення у системі менеджменту підприємств. Визначено основні напрями використання комунікацій у діяльності ІТ-компаній: як стратегічного ресурсу, інструменту управління інформаційними та інтелектуальними активами, засобу формування іміджу та розвитку корпоративної культури. Доведено, що цифровізація економіки зумовлює появу нових понять, що поступово впроваджуються в комунікаційні практики. Рекомендовані шляхи подальшого вивчення та розвитку термінологічного апарату теорії комунікацій.

Ключові слова: комунікації, теорія комунікацій, ІТ-підприємства, цифрова економіка, термінологія, інформаційно-комунікаційні технології, комунікаційний менеджмент, цифрова трансформація.

Постановка проблеми. Сучасна теорія комунікацій формує, збагачує фундамент складних процесів комунікаційного забезпечення світового ділового середовища. Лідерські позиції ІТ-компаній у світовому ринковому просторі є прямим підтвердженням успішності комунікаційного забезпечення, контрольованості та програмування комунікацій у тактичних та стратегічних заходах. Успішне комунікаційне забезпечення, його якість та відповідність часу, інновації в ІКТ провідних компаній ІТ-сектору є доведеним фактом, цікавим досвідом в процесі безперервної конкуренції, новаторських змін системи знань менеджменту.

Комунікація – як процес спілкування, явище суспільного життя, управлінський інструмент що знаходиться у полі зору науковців, представників бізнесу, влади, освітян. Зацікавленість в якісному, змістовному спілкуванні – позитивний процес та визнання, досягнення інформаційного прогресу. Термінознавче збагачення сучасної теорії комунікацій відбувається стрімко, активно, масштабується в мережі інтернету, має свої пріоритетні сфери, до яких і відноситься інформаційна діяльність.

У сучасному інформаційному суспільстві комунікація є ключовим механізмом обміну

знаннями, управління інформаційними потоками та формування професійного середовища. Особливо актуальною ця проблема є для ІТ-підприємств, діяльність яких базується на постійному створенні, обробці та передачі інформації, інноваційних процесах та процедурах оновлення знань. Цифрова трансформація зумовлює появу нових понять, процесів і технологій, що потребують відповідного термінологічного відображення. У зв'язку з цим виникає необхідність термінознавчого збагачення професійної мови ІТ-галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика комунікацій у сучасному менеджменті, зокрема в умовах цифровізації діяльності підприємств та розвитку ІТ-сектору, активно досліджується як українськими, так і зарубіжними науковцями. У науковій літературі значна увага приділяється сутності комунікації, її ролі у системі управління, розвитку бізнес-комунікацій, появи феномену цифрової людини та формуванню іміджу підприємств в умовах інформаційної економіки.

Теоретичні основи розуміння комунікації, її змісту та структурних елементів розглянуто у працях В. Кривенка [3], який визначає комунікацію як складний соціальний процес передачі інформації, що забезпечує взаємодію

між суб'єктами суспільних відносин і формує основу управлінських процесів. Автор наголошує на багатовимірності поняття комунікації та її ролі у формуванні інформаційного простору організацій. Подібні підходи до осмислення комунікаційних процесів простежуються в дослідженнях Я. Гнатюка [2], який розглядає теорію комунікацій у історико-філософському контексті, підкреслюючи еволюцію комунікативних моделей та їх значення для розвитку суспільства та управління.

Значний внесок у дослідження комунікацій у системі менеджменту зроблено у працях М. Васильченка та В. Гришка [1], де комунікативний менеджмент розглядається як важливий інструмент координації діяльності організації, забезпечення ефективної взаємодії між її структурними підрозділами та формування сприятливого інформаційного середовища. У свою чергу, С. Лавриненко, А. Зелінська та О. Бездітко [5] акцентують увагу на інноваційному характері сучасних бізнес-комунікацій, які стають ключовим чинником ефективності управління підприємствами та розвитку їх конкурентних переваг.

Важливим напрямом сучасних досліджень є вивчення впливу комунікацій на результативність діяльності підприємств. Зокрема, С. Назаренко та Н. Матюшенко [7] доводять, що ефективно організовані внутрішні комунікації сприяють підвищенню продуктивності праці, покращенню координації діяльності працівників та формуванню позитивного організаційного клімату.

Окрему групу досліджень становлять роботи, присвячені ролі комунікацій у розвитку ІТ-підприємств та формуванні їхнього іміджу. Так, М. Кужелев [4] розглядає комунікаційну активність як важливий фактор формування іміджу як окремих підприємств, так і держав у глобальному інформаційному просторі. У цьому контексті особливого значення набувають комунікаційні стратегії ІТ-компаній, які сприяють зміцненню їх конкурентних позицій на міжнародному ринку. О. Матвієнко [6] досліджує лідерські позиції підприємств ІТ-сектору в умовах розвитку інформаційної економіки та підкреслює, що ефективні комунікації є важливою складовою формування позитивного іміджу та просування інноваційних продуктів і послуг, системності впровадження моделі управління знаннями на усіх ланках менеджменту підприємств.

Питання розвитку цифрової економіки та її впливу на трансформацію комунікаційних процесів розкрито у дослідженні І. Ханіна, В. Білозубенка та Є. Сопіна [8], які визначають цифровізацію як ключовий фактор змін

у системі економічних відносин, що зумовлює появу нових форм інформаційної взаємодії між підприємствами, споживачами та іншими суб'єктами ринку.

Отже, аналіз наукових праць свідчить про значний інтерес дослідників до проблематики комунікацій, їх ролі у формуванні нової моделі менеджменту підприємств та успішному функціонуванні цифрової економіки. Водночас питання термінологічного збагачення теорії комунікацій у контексті діяльності ІТ-підприємств, покращення управлінського забезпечення в умовах цифрової епохи потребує подальшого наукового осмислення, що зумовлює актуальність проведення даного дослідження.

Мета статті. Формування науково обґрунтованого бачення розвитку теорії комунікацій в напрямку термінознавчого збагачення на основі врахування особливостей діяльності ІТ-підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. В системі сучасного глобалізованого світу комунікація перетворилася на ключовий інструмент не просто взаємодії, а й успішного, знаннево зорієнтованого розвитку. Зміни у відношенні до комунікацій в бізнесі, соціальному та державному менеджменті обумовлені низкою передумов, що мають одночасно теоретичний та практичний, стратегічний та тактичний характер.

Нові підходи в системі досліджень теорії комунікацій, світового досвіду комунікаційного забезпечення, ведення самої різноманітної людської діяльності базуються на врахуванні процесів розвитку ІТ-сфери, успішності та стрімкості, масштабуванні та розповсюдженні ІТ-підприємств. Такі факти є проявом дії інформаційного та інтелектуального прогресу, стрімкого руху людства в напрямку всесвітнього охопту змін з вектором на перехід в цифрову епоху.

В діяльності ІТ-підприємств саме комунікації відіграють ключову роль в процесах перетворення досвіду, знань на реальні продукти, забезпечення прибутковості, безпеки та зменшення ризиків збитків. Саме комунікаційна діяльність віддзеркалює успіх на ринку, накопичення досвіду, що відкриває перспективи інноваційно зорієнтованих результатів діяльності, узгоджує оновлення знань, гармонізує іміджеві ефекти та клієнтські відносини. Саме комунікації є першопричиною та системним тригером появи, розвитку цифрової людини, цифрового світу. Саме комунікації в своєму прогресі оформлюють перехід до масштабування цифрових комунікацій, нової системи знань менеджменту, лідерських

позицій інформаційно-комунікаційних технологій, як реального майбутнього в усіх провахах та видах спілкування людства.

ІТ-сфера, починаючи з 2000 років, асоціюється та доводить лідерство в питаннях оновлення знань теорії та практики комунікацій, стимулює появу наукового напрямку – комунікаційний менеджмент. Специфіка діяльності ІТ-компаній зобов'язує приділяти багато уваги, часу, якості, безпеці, контролю за комунікаційними процесами. Прийняття рішень провідним менеджментом базується виключно на якості інформаційного та комунікаційного забезпечення, активності термінознавчого збагачення інформаційної та комунікаційної діяльності, професійної культури та відповідальності за отримані результати.

Ускладнення бачення, трактування сутності та змістовного наповнення категорії «комунікація» є результатом насиченості інформаційної діяльності, інформаційного прогресу в потоці передачі інформації, великих обсягів даних, розвитку процесів інформатизації та автоматизації виробництва, залученості до спілкування штучного інтелекту. Пошук та впровадження нових форм, технологій комунікацій забезпечує успіх, результативність та ефективність бізнесу, підтверджує лідерські позиції на світових ринках великих компаній, транс-національних корпорацій.

Науковці активно доводять тезу, що управління комунікаціями базується на чіткому розумінні багатогранності самого терміну «комунікація», бо він одночасно характеризує і процеси взаємодії між людьми, і шлях від однієї точки в просторі до іншої. Хоча обидва семантичні трактування мають спільність – інтегровану діяльність людини на практиці, таке використання понятійного апарату буде носити різне навантаження. Комунікації в інфраструктурному забезпеченні бізнесу – це рух ресурсів, віддзеркалення станів, характеристик відносин у внутрішньому та зовнішньому осередку. Комунікація в системі знань менеджменту трактується ширше, це рух інформації. Хоча обидва трактування виконують одну функцію – зв'язку, але оцінки та аналіз процесів доцільно розрізняти [3, 4].

Категорія «комунікація» в діяльності ІТ-компаній має функціональне навантаження, активує інтегровані техніко-технологічні та управлінські інструменти, що розширює реальний потенціал знань теорії комунікацій в складних процесах відтворення інформаційного суспільства, інформаційної економіки (табл. 1) [1, 7].

Функціональне навантаження на категорію «комунікація» є відповідним до вимог

часу, активного розповсюдження стандартів інформаційної економіки та інформаційного суспільства, ускладнення відносин у відношеннях «влада–бізнес», «влада–населення», «населення–бізнес». Нове функціональне навантаження на спілкування в форматі «штучний інтелект–людина», «штучний інтелект–штучний інтелект», що стрімко стимулює удосконалення ІКТ. Правильне відношення до термінологічного апарату впливає на прийняття рішень, залучення ресурсів, порозуміння в конфліктах, успіх іміджевих процесів, бренд та репутацію компаній. Це реальний ресурс менеджменту в його екосистемному, глобальному та міжнародному розвитку, що є вимогою цифрової епохи [2].

В діяльності ІТ-сектора стрімко виникають, отримують своє визначення, масштабуються нові категорії, що відображають, ускладнюють бачення комунікаційного процесу, нарощення потенціалу інтегрування корпоративного досвіду та наукових новацій. Такими прикладами слід визнавати появу понять: цифровізації, екосистемності та кібербезпеки комунікацій; автоматизації обміну інформацією; кроскультурні, критичні та прозорі комунікації. І це лише невеликий перелік нового в сфері управління процесами комунікаційного забезпечення.

Термінознавчі аспекти управлінської діяльності ІТ-компаній в сфері комунікацій формують окрему платформу знань самої теорії комунікацій в напрямках розширення та збагачення досліджень, просування нових технологій, актуальності практичних напрацювань та перенесення такого досвіду в гіпотези, концепції розвитку науки та бізнесу, загальну теорію, методичні положення щодо формування відповідної політики та стратегування діяльності організацій на усіх рівнях ведення господарської діяльності.

Науковцям, що вивчають такі процеси бажано піти шляхом:

подальшого накопичення знань, інтегрованості в термінознавчому збагаченні з інформатикою та кібербезпекою, соціологією та політологією, менеджментом та маркетингом, філософією та культурологією;

системного вивчення досвіду, новації в термінологічному забезпеченні лідерів ІТ-галузі, що мають стійкий характер та розповсюдження в спілкуванні (особливо в світових масштабах);

критичного аналізу позитивних та негативних проявів в термінознавчих збагаченнях, зацікавленості та послідовності в змінах залучення категорій;

Таблиця 1

Категорія «комунікація» в діяльності IT-компаній: суть функціонального навантаження

	Категорія «комунікація» в системі діяльності IT-компаній з позиції її функціонального навантаження	Базові процеси, що пов'язані з функціональним навантаженням та мають потенціал розвитку	Ефекти в системі менеджменту IT-компанії
1.	Стратегічний актив, комунікація розглядається як система	Діяльність базується на колективній праці, спілкуванні, генеруванні ідей, гіпотез, просуванні нових продуктів та послуг, що швидко збільшуються, мають за основу інноваційні технології	Реалізація економічного та управлінського інтересу, що формує нові стратегічні плани, заходи. Концептуальне бачення єдності та комплексності розвитку ІКТ
2.	Оцінка інформації (інформаційних ресурсів та активів). Комунікацію вивчають як процес	Інформація є першоджерелом пріоритетних активів, її якість та відповідність до прийняття рішень базується на інформаційно-комунікаційних технологіях, дотриманні та цільовому впровадженні мети, стратегічних завдань	Інвентаризація, оцінка, контроль за впровадженням та використанням в форматі дотримання кібербезпеки. Елемент усунення конфліктів та вирішення проблем, кризових станів
3.	Оцінка інтелектуального ресурсу. Комунікацію вивчають як процес та систему	Інтелект людини є носієм комунікацій. Розвиток здібностей, компетенції персоналу є основою створення та просування корпоративної продукції, проєктів, іміджу.	Оцінка професійного рівня носіїв комунікацій. Процеси та процедури аудиту якості знань та вмій, як досягнення бажаних характеристик робітників
4.	Оцінка техніко-технологічного ресурсу. Комунікацію вивчають як систему	Технічне забезпечення комунікаційного процесу, як відзеркалення стану компанії, її погляду на сучасні технології спілкування, кібербезпеки	Оцінка якості комунікацій, контролю та безпеки. Планування підвищення продуктивності праці персоналу
5.	Інструмент маркетингу та основа формування іміджу. Комунікацію вивчають як систему ефективного управління	Ринкове середовище – місток між продуктами компанії та визнанням успішності роботи у вигляді фінансового результату. Імідж стає реальним інструментом впізнаваності компанії, корпоративних продуктів та безпосередньо працівників	Побудова діяльності маркетингового менеджменту компанії на основі цільових комунікаційних технологій, задокументованих правил поведінки, стратегічних та тактичних планів
6.	Основа корпоративної та професійної культури. Комунікацію вивчають як процес розвитку інтелектуального капіталу	Корпоративна культура є відображенням внутрішнього середовища та цільової моделі організації комунікаційного процесу, а потім зовнішніх комунікацій. Професійна культура зовнішнє середовище, а потім побудова, зміна комунікацій самої компанії, як процес успішного розвитку	Оцінка існуючих та бажаних соціальних, культурних, професійних перетворень, що мають вплив на внутрішнє та зовнішнє середовище компанії. Формування креативності менеджменту

Джерело: складено авторами

окремого вивчення термінологічного забезпечення ділового спілкування на рівнях фахівців – сфери науки та освіти, провідного менеджменту IT-компаній, розробників програмного забезпечення;

оцінки наслідків впровадження нового термінологічного апарату з позиції дії науково-технічного, соціального та культурного прогресу;

моделювання в системі накопичення знань щодо змін термінологічного забезпечення інноваційних, креативних процесів;

розширення експертних оцінок та обговорення термінознавчих новацій в форматах круглих столів, конференцій, навчальних проєктів в моделі «бізнес-науковці»;

обґрунтування та впровадження нових термінів, особливо таких, що є запозиченими з іноземного обігу, креативного менеджменту, або інтернет-осередку;

розширення методологічного і теоретичного забезпечення, накопичення цільових інструментів інтегрованих, міждисциплінарних досліджень.

Такі дослідження будуть актуальними для науковців, освітян, топ-менеджменту не лише IT-компаній. Також вони будуть відповідати напрямам науково-технічного прогресу в питаннях уніфікації інформаційної діяльності, активізації відповідального відношення до мови, стимулювання

професійної культури та її єдності глобалізованого менеджменту цифрової епохи [5].

Накопичення досвіду та удосконалення комунікаційної активності ІТ-підприємств доводять та оцінюють науковці з позиції відображення інноваційності, креативності, управлінської культури. Імідж та комунікаційна активність стають прямим управлінським інтересом, показником лідерських позицій власників та провідного менеджменту ІТ-компаній [4, 6].

Науковці доводять, що новий тип господарювання, який почав будуватися з 2000 років має в своєму фундаменті широке використання ІКТ, нові моделі та інновації в цифрових системах комунікаційного забезпечення, що несе в собі великі переваги, всебічно змінює світ. Перехід до цифрової епохи є об'єктивним і безповоротним, тому потрібно чітко розуміти цю нову модель життєдіяльності людства, її особливості та тренди розвитку, системно відображати такі процеси в термінознавчому забезпеченні [8].

Ризики інновацій в категоріальному забезпеченні є доволі високим, їх фактично ніхто не вивчає. І це теж питання теорії комунікацій, самостійний напрям досліджень в плинному цифровому осередку науки, практичної діяльності бізнесу. Перенос креативних категорій соціальних мереж в практику інформаційної діяльності ІТ-компаній може мати свої наслідки, як позитивні так і негативні. І це окрема тема, що вже має своє відображення

в реальному житті, потребує вивчення та публічного обговорення.

Перетворення практики інформаційної діяльності ІТ-підприємств на цікаві, актуальні концепції, гіпотези стає реальним ресурсом розвитку знаннєвої компоненти сучасного менеджменту, окреслює новітні напрями подальших досліджень: стратегічних пріоритетів та концепцій комунікаційної діяльності; іміджево-комунікаційних ресурсів та технологій; потенціалу комунікацій в інструментах менеджменту, маркетингу, корпоративної культури; розширення меж крос-культурного спілкування.

Висновки. Для ІТ-компаній якість комунікацій, відповідність термінологічного апарату реальним процесам та технологіям є не просто елементом повсякденної діяльності, а ще й забезпечує сприйняття світом професіоналізму, культури працівників, орієнтації на обґрунтовані зміни та передбачуване покращення діяльності. Ділові комунікації, як окрема сфера управління формують свої норми, цінності, інституціональні утворення, що змінюють світ, посилюють інноваційні та глобалізаційні тенденції в бізнесі. Гармонійність, контрольованість такого процесу потребує уваги, ретельного та зваженого відношення до термінологічного забезпечення. Чим більшого вдосконалення досягає термінознавче збагачення сучасної теорії комунікацій, тим більш збалансованою буде комунікаційна діяльність людства, більш успішною буде ІТ-сфера та її провідні компанії.

Бібліографічний список

1. Васильченко М.І., Гришко В.В. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 208 с.
2. Гнатюк Я.С. Теорія комунікацій в історико-філософській перспективі. «Гілея: науковий вісник». Філософські науки. 2020. Вип. 154 (3). С. 164–168.
3. Кривенко В.В. Комунікація: поняття, сутність, зміст. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету, Серія ПРАВО*. 2024. Випуск 84: частина 1. С. 71–77.
4. Кужелев М. О. Імідж країн та ІТ-підприємств в умовах нарощення комунікаційної активності: національні та корпоративні інтереси. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 20. С.16–22 URL: <https://nauka.com.ua/index.php/investplan/article/view/7711/7841>
5. Лавриненко С., Зелінська А., Бездітко О. Бізнес-комунікації та їх інноваційність в системі менеджменту підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-41>
6. Матвієнко О. Лідерські позиції підприємств ІТ-сектору в контексті розвитку інформаційної економіки та просування позитивного іміджу. *Сталий розвиток економіки*. 2025. Вип. 3 (54). С. 469–476. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-54-70>
7. Назаренко С., Матюшенко Н. Вплив внутрішніх комунікацій на ефективність діяльності підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. (56). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-92>
8. Ханін І. Г., Білозубенко В. С., Сопін Є. О. Цифрова економіка: сутність, особливості та глобальні тенденції розвитку. *Бізнес Інформ*. 2021. № 9. С. 65–72. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-65-72>

References

1. Vasylychenko M. I., Gryshko V. V. (2018) *Komunikatyvnyy menedzhment: navchal'nyy posibnyk* [Communicative management: educational manual]. Poltava: PoltNTU, 208 p.

2. Hnatiuk Y. S. (2020) Teoriya komunikatsiy v istoryko-filosofskiy perspektyvi [Theory of communication in historical and philosophical perspective]. *Hylea: Scientific Bulletin. Philosophical Sciences*, vol. 154 (3), pp. 164–168.
3. Kryvenko V. V. (2024) Komunikatsiya: ponyattya, sutnist', zmist [Communication: concept, essence, content]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University, Law Series*, vol. 84 (1), pp. 71–77.
4. Kuzhelev M. O. (2025) Imidzh krayin ta IT-pidpryyemstv v umovakh naroschennya komunikatsiynoyi aktivnosti: natsional'ni ta korporatyvni interesy [Image of countries and IT enterprises in the context of increasing communication activity: national and corporate interests]. *Investments: Practice and Experience*, no. 20, pp. 16–22. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/7711/7841>
5. Lavrynenko S., Zelinska A., & Bezdytko O. (2023) Biznes-komunikatsiyi ta yikh innovatsiynist' v systemi menedzhmentu pidpryyemstva [Business communications and their innovativeness in the enterprise management system]. *Economics and Society*, no. 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-41>
6. Liderski pozytsiyi pidpryyemstv IT-sektoru v konteksti rozvytku informatsiynoyi ekonomiky ta prosuvannya pozytyvnoho imidzhu [Leadership positions of IT sector enterprises in the context of information economy development and positive image promotion]. *Sustainable Development of the Economy*, vol. 3 (54), pp. 469–476. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-54-70>
7. Nazarenko S., & Matiushenko N. (2023) Vplyv vnutrishnikh komunikatsiy na efektyvnist' diyal'nosti pidpryyemstv [The influence of internal communications on the efficiency of enterprises]. *Economics and Society*, no. (56). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-92>
8. Khanin I. H., Bilozubenko V. S., & Sopin Y. O. (2021) Tsyfrova ekonomika: sutnist', osoblyvosti ta hlobal'ni tendentsiyi rozvytku [Digital economy: essence, features, and global trends of development]. *Business Inform*, no. 9, pp. 65–72. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-65-72>

Olena Prygodiuk

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management and Business Administration,
Cherkasy State Technological University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4706-391X>

Illya Parnikov

Postgraduate Student,
Cherkasy State Technological University
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4598-0108>

COMMUNICATION THEORY: ISSUES OF TERMINOLOGICAL ENRICHMENT OF IT ENTERPRISES IN THE DIGITAL AGE

The article examines the development of communication theory in the context of terminological enrichment of the activities of IT enterprises in the digital era. It is substantiated that in the modern information society, communications play a key role in the processes of managing information flows, forming a professional environment and ensuring the effective functioning of IT sector enterprises. It is determined that the digital transformation of the economy causes the emergence of new concepts, technologies and processes that require systematic development and clarification of the terminological apparatus of the theory of communications. The paper analyzes scientific approaches to the interpretation of the category of "communication" and its role in the enterprise management system. The functional load of communications in the activities of IT companies is considered, in particular as a strategic asset, a tool for assessing information and intellectual resources, a technical and technological component of management, a means of image formation, marketing policy and corporate culture. It is substantiated that the effectiveness of IT enterprises largely depends on the quality of communication support, the level of use of information and communication technologies and the ability of organizations to adapt to new conditions of the digital environment. It is proven that the terminological enrichment of the theory of communications is formed under the influence of the development of the information economy, the spread of digital technologies, the automation of information exchange, as well as the emergence of new forms of interaction, in particular communications in the formats of "human – artificial intelligence" and "artificial intelligence – artificial intelligence". The main directions of further scientific research related to the interdisciplinary integration of knowledge, the systematization of terminology, the analysis of the experience of leading IT companies and the assessment of the impact of new communication categories on the development of management and the digital economy are determined. It is concluded that improving the terminological apparatus of the theory of communications is an important condition for the effective development of the IT sphere, increasing the effectiveness of management and forming the competitiveness of enterprises in the global digital environment.

Keywords: communications, communication theory, IT enterprises, digital economy, terminology, information and communication technologies, communication management, digital transformation.

Дата надходження статті: 22.02.2026

Дата прийняття статті: 12.03.2026

Дата публікації статті: 11.05.2026