

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИЯХ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

ЛАНСКАЯ Анна Владимировна, аспирант, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Среднерусский институт управления – филиал, адрес: 302028, Россия, г. Орёл, ул. Октябрьская, д. 12, e-mail: anna.lanskaya.1997@mail.ru, Author ID: 1103743

СУРОВНЕВА Кристина Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры, Среднерусский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, адрес: 302028, Россия, г. Орёл, ул. Октябрьская, д. 12, Author ID: 897864

Аннотация. В современных условиях значительно возросла роль инфокоммуникаций, а их широкое распространение в социально-экономической сфере наиболее ярко начало проявляться в период пандемии коронавирусной инфекции, когда большинство компаний перешло на дистанционный формат работы. Целью исследования является систематизация отличительных особенностей современных коммуникаций, обеспечивающих эффективное взаимодействие институтов и акторов в деловой среде и оценка современного состояния коммуникативных технологий, влияющих на процессы цифровизации.

В работе указана роль коммуникативных технологий в обеспечении конкурентных преимуществ предприятий и организаций. Основу методологии написания данной статьи составляли теоретические и эмпирические методы исследования. При исследовании сущности категории «коммуникация» применялся синтез и анализ накопленных научных результатов, логический метод применен при исследовании тенденций развития коммуникативных технологий, при построении выводов применялся метод анализа полученных результатов. В результате установлены основные факторы и барьеры, препятствующие эффективной реализации коммуникативного процесса в организациях в условиях цифровизации, определены отличительные черты современных коммуникаций, обусловленные развитием цифровых и информационных технологий. В результате выявлены основные этапы эволюционного развития цифровых коммуникаций, связанные с появлением новых и уникальных для своего времени технологий. Установлено влияние технологического фактора на появление различных видов инфокоммуникативных технологий, определены конкурентные преимущества, которые получают организации, использующие инфокоммуникации.

Ключевые слова: коммуникации, развитие, организация, цифровые коммуникации, коммуникационные процессы, инфокоммуникативные технологии, бизнес-коммуникации.

Цит.: Ланская А.В., Суровнева К.А. Тенденции развития современных коммуникативных технологий в организациях в условиях цифровизации// Среднерусский вестник общественных наук. – 2023. – Том 18. – № 3. – С.159–176.

**TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF MODERN COMMUNICATION
TECHNOLOGIES IN ORGANIZATIONS IN CONDITIONS
OF DIGITALIZATION**

LANSKAYA A. V., Postgraduate Student, Central Russian Institute of Management – branch of RANEPA (Russian Federation, Orel), e-mail: anna.lanskaya.1997@mail.ru

SUROVNEVA K.A., Candidate of Economic Sciences, Central Russian Institute of Management –branch of RANEPA (Russian Federation, Orel)

Abstract. *In modern conditions, the role of infocommunications has significantly increased, and their widespread use in the socio-economic sphere began to manifest itself most clearly during the coronavirus pandemic, when most companies switched to a remote work format. The purpose of the study is to systematize the distinctive features of modern communications that ensure the effective interaction of institutions and actors in the business environment and to present an assessment of the current state of communication technologies that affect digitalization processes.*

The article presents the role of communication technologies in providing competitive advantages for enterprises and organizations. The basis of the methodology for writing this article was theoretical and empirical research methods. In the study of the essence of the category "communication", synthesis and analysis of the accumulated scientific results was used, the logical method was applied in the study of trends in the development of communication technologies, and the method of analyzing the results obtained was used in drawing conclusions. As a result, the main factors and barriers that impede the effective implementation of the communication process in organizations in the context of digitalization are identified, and the distinctive features of modern communications due to the development of digital and information technologies are identified. The main stages of the evolutionary development of digital communications associated with the emergence of new and unique technologies for their time are identified. The influence of the technological factor on the emergence of various types of infocommunication technologies are established, the competitive advantages that organizations using infocommunications receive are determined.

Keywords: communications, development, organization, digital communications, communication processes, infocommunication technologies, business communications

For citations: *Lanskaya, A. V., Surovneva, K.A. (2023) Trends in the development of modern communication technologies in organizations in conditions of digitalization // Central Russian Journal of Social Sciences. –Volume 18, Issue 3. – P.159–176.*

ВВЕДЕНИЕ

Процесс коммуникации в современных организациях представляет собой достаточно сложный и трудоёмкий процесс, который требует от всех сторон коммуникации значительного уровня профессиональной подготовки.

Как известно, роль коммуникации в самых различных сферах жизнедеятельности общества сложно переоценить. С каждым годом её влияние на экономическую, политическую, научную, культурную, социальную и другие сферы стремительно возрастает, что зачастую обусловлено развитием и повсеместным распространением инфокоммуникативных технологий [3]. Этот процесс сегодня приобретает массовый, глобальный характер, схожий по своей сути с новым витком информационной революции.

Перед тем как перейти к рассмотрению тенденций развития современных коммуникативных технологий, следует, прежде всего, определить, что понимается под категорией «коммуникация», а также проследить основные составляющие коммуникационного процесса в целом.

Так, в настоящее время сущность понимания коммуникативного процесса основана на определенной трактовке коммуникаций, исследованиями которых занимались как отечественные, так и зарубежные учёные.

С точки зрения организационного взаимодействия под коммуникацией чаще всего понимается сбор, анализ и систематизация информации как внутри организации, так и за ее пределами, обеспечивающие необходимый уровень взаимодействия с контрагентами и клиентами [13].

Оригинальный подход к определению сущности данной дефиниции предложен в исследовании Беттеке ван Рулер, который рассматривает её с точки зрения гибкого процесса управления, в котором центральное внимание отводится разработке и реализации управленческих стратегий, а также проверке стратегических решений путём их представления и обсуждения в непрерывном цикле [9]. Связывая коммуникацию со стратегией, автор подчёркивает, что стратегическая коммуникация считается таковой, когда она объединяет все те коммуникации, которые связаны с целями и стратегиями организации.

Д. Мунодавафа трактует категорию «коммуникация» как процесс передачи вербальных и невербальных сообщений, который состоит из отправителя, получателя, непосредственно канала связи, а также

барьеров, нарушающих или искажающих передаваемое сообщение [7]. Кроме того, он отмечает, что все коммуникационные процессы можно условно разделить на две категории: средства массовой информации и групповые средства массовой информации. Первые фокусируются на охвате широкой аудитории, в то время как вторые охватывают лишь конкретную группу с чётко определёнными характеристиками.

Б. Зульч под коммуникацией понимает определённую функцию управления, которая объединяет затраты, объём и время для получения качественного продукта и может рассматриваться как основополагающая функция для поддержки всех областей [2]. Он считает коммуникацию средством, способствующим достижению установленной цели.

Таким образом, научное сообщество определяет коммуникацию как эффективный инструмент менеджмента организации, который в современных условиях приобретает всё более важное значение в силу развития коммуникативных процессов, их цифровизации, уровня технологического и общественного прогресса.

Целью исследования является оценка эволюции и современного этапа развития коммуникативных технологий, обусловленного процессами цифровизации современного общества, позволяющая установить барьеры, препятствующие оптимизации коммуникационного процесса в организациях, отличительные особенности современных коммуникаций, обеспечивающих эффективное взаимодействие в деловой среде, а также обосновать роль современных коммуникационных технологий в обеспечении роста конкурентоспособности организаций.

К задачам исследования относятся: определение основных звеньев коммуникационного процесса в организациях и барьеров, препятствующих эффективному взаимодействию между субъектами коммуникации; исследование этапов эволюционного развития коммуникативных технологий и выявление отличительных особенностей современных коммуникаций; характеристика форм коммуникаций, возникновение которых обусловлено процессами цифровизации современного общества и кардинально изменило традиционные принципы делового общения; выявление роли современных коммуникационных технологий в обеспечении конкурентных преимуществ организациям.

Материалы и методы исследования. Основу методологии проведенного исследования составили теоретические и эмпирические

научные методы. При определении сущности категории «коммуникация» применялся синтез и анализ накопленных научных результатов, логический метод применен при исследовании тенденций развития коммуникативных технологий, при построении выводов применялся метод анализа полученных результатов.

**Основные этапы коммуникационного процесса
в организациях, эволюция развития и отличительные черты
современных коммуникаций**

Говоря о коммуникационном процессе, следует учитывать то, что он представляет собой взаимодействие между всеми субъектами коммуникации, а его целью является обмен информацией. Кроме того, ему присущи определённого рода «звенья», формирующие непосредственно цепь коммуникационного процесса в целом (рисунок 1).

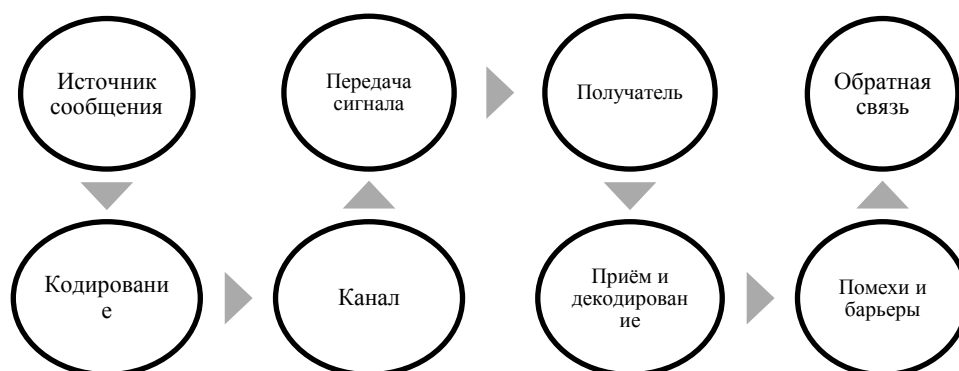


Рисунок 1 – Основные звенья процесса коммуникации
Figure 1 – The main links of the communication process

Исходя из рисунка 1, можно сделать вывод, что процесс коммуникации можно рассматривать как замкнутый цикл, т. е. коммуникационный процесс считается эффективно завершённым в том случае, если информация от её отправителя, преодолев все помехи и барьеры, дошла до получателя, а тот, в свою очередь, дал ту или иную обратную связь.

Помимо этого, необходимо отметить, что роль коммуникативных барьеров при осуществлении любого взаимодействия достаточно высока, так как именно от их благополучного преодоления зависит успех всей коммуникации [5]. Зачастую именно на этапе преодоления барьеров и помех происходит трансформация передаваемого сообщения и весь процесс обрывается.

Основные барьеры, с которыми приходится сталкиваться в своей деятельности различным предприятиям, могут быть вызваны естественными, социальными и психологическими факторами. Самыми распространёнными из них являются организационные барьеры.

Организационные барьеры представляют собой помехи в коммуникации, обусловленные основными характеристиками организации, а именно структурой управления (числом звеньев и ступеней управления), типом взаимодействия в управленческой структуре. Так, среди организационных коммуникативных барьеров выделяют следующие (табл. 1).

Таблица 1 – Организационные барьеры коммуникации
Table 1 –Organizational communication barriers

Название барьера	Суть барьера
1. Излишняя централизация в системе управления	Чаще всего приводит к информационной перегрузке руководящего звена подразделений и слабой информированности работников структурных подразделений
2. Излишняя дифференциация подразделений	Столкнувшись с данным барьером, сотрудники чаще всего концентрируют внимание на решении проблем только собственного отдела, управления или иного структурного подразделения. Это способствует резкому ограничению обмена информацией с другими подразделениями организации и приводит к ошибочным действиям при принятии управленческих решений. Также это может привести к конфликту между сотрудниками организации, так как они не видят общей цели и не могут наладить чёткое взаимодействие
3. Отсутствие чёткой регламентации прав и обязанностей	Наличие данного барьера может привести к тому, что коммуникации станут либо слишком формальными, либо конфликтными
4. Отсутствие налаженной коммуникации	Суть данного барьера заключается в нежелании сотрудников делиться обладаемой информацией. Кроме того, владеющие полной информацией сотрудники передают лишь незначительную её часть, которая не позволяет принимать оптимальные управленческие решения

Таким образом, многообразие коммуникативных барьеров говорит о том, что практически каждый человек в ходе делового взаимодействия испытывает различные трудности. При этом универсальных способов их преодоления на сегодняшний день не существует, однако в современной литературе часто можно встретить определённые советы по их преодолению.

Трансформация экономических процессов в условиях цифровизации бизнес-процессов и изменяющаяся геополитическая обстановка во главу угла ставят формирование виртуальной среды коммуникации между сторонами бизнес-взаимодействия [8].

На современном этапе развития общества глобальная экономика характеризуется глубокой качественной трансформацией ее структуры, т. е. в настоящее время происходит серьезная переоценка экономических ценностей, которые основываются на принципах цифровизации. По мнению Р. Ю. Солиева, «данный этап характеризуется ускоряющимися темпами развития науки и информационных технологий, автоматизацией и роботизацией производственных, управленческих и функциональных процессов» [12]. Стоит также отметить, что такие факторы, как инновационные изменения в процессе производства, развитие искусственного интеллекта, становятся глобальным прорывом в области предложения и производительности труда. Всё это приводит к выводу коммуникаций различного уровня на новый этап развития, который можно назвать «глобальная коммуникация». Чаще всего под глобальной коммуникацией подразумевают развитие средств массовой коммуникации, представляющих собой некую систему глобального медиапотребления. Хотя еще несколько лет назад можно было говорить о глобальном медиапроизводстве, сущностью которого выступало производство информации «для всех». Смысл же новой системы заключается в информации «все, всегда, везде и для всех».

Современная коммуникация обладает определенными отличительными чертами, которые представлены на рис. 2. Сущность трансляционности как отличительной черты коммуникации заключается в возможности передачи информации в режиме реального времени, т. е. фактически одновременно с реальным ходом событий. Наиболее ярко данную черту можно проследить в рамках телевизионного вещания на примере ведения прямых эфиров или репортажей с места события. По своему существу данная черта не знаменует смену коммуникативной системы, но свидетельствует о достаточно серьезном расширении спектра аудиовизуального общения. Целостность информационного процесса характеризуется включением в метасистему всех средств массовой коммуникации. Основопологающей становится взаимосвязанность единичных текстов в целой системе [1].

Под дискретностью сообщений как отличительной чертой современной коммуникации подразумевается чёткое отделение друг от друга элементов вербального взаимодействия в ходе чётко установленных правил. При этом данная черта подразумевает под собой наличие опре-

делённого условия – все субъекты коммуникации должны успешно владеть способами кодирования и декодирования информации, соответствующими ситуации.



Рисунок 2 – Отличительные черты современной коммуникации
Figure 2 – Distinctive features of modern communication

Континуальность информационного процесса представляет собой продолжающийся во времени обмен информацией, при котором точно определить исход от взаимодействия между участниками коммуникации практически невозможно, так как все события отражаются в режиме реального времени и на них влияет множество сопутствующих факторов.

С каждым годом процесс интеграции новых средств коммуникации набирает всё большие обороты, вытесняя при этом старые способы передачи информации. Учитывая это, следует акцентировать внимание на реализации задач, которые ставит новое информационное общество, существующее в рамках нынешней инфраструктуры.

Уже на первых этапах информационно-коммуникационного развития зарождается явная дифференциация социума по признаку наличия доступа к информации, что является характерным признаком для большинства стран. Часть современного мира, а именно развитые страны, имеет возможности для использования обширного информационного пространства, другая же часть реализует коммуникационный процесс в достаточно ограниченных условиях. Неоспорим тот факт, что наибольшего успеха в экономической деятельности достигают те страны, которые ведут активную политику интеграции и использования современных средств коммуникаций, информационных технологий, а также их синтезированных приложений: дистанционного обучения, компьютерной графики, электронной почты и т. д.

Е. И. Кривокора отмечает, что «современная мировая экономика жестко замыкается на коммуникативные каналы, а обладание инфор-

мацией имеет и материальную сторону» [6]. Таким образом, одной из причин экономического расслоения общества можно считать информационную дифференциацию.

В процессе своего эволюционного развития коммуникации оказали влияние на непосредственное содержание, а также характер человеческого труда. Эволюцию развития инфокоммуникативных технологий можно условно представить в виде восьми основных последовательных этапов, связанных с появлением новых и уникальных для своего времени технологий (рис. 3).

Информационные технологии определяют развитие такого характера труда, который предполагает творческий, поисковый, нестандартный подход при реализации основных функций трудовой деятельности. Появлению качественно новой среды коммуникаций, которая не имеет никаких ограничений развития вследствие ее создания на основе сетевых устройств, способствовал определенный набор процессов передачи, переработки и использования увеличивающегося с каждым годом массива информации.

Значительным преимуществом нового инфокоммуникационного пространства становится возможность формирования, хранения и передачи необходимой информации (т. е. создание собственной инфокоммуникационной инфраструктуры) независимо от размера организации, а также её месторасположения. Безусловно, свои коррективы в систему менеджмента вносят изменения в механизмах взаимодействия на организационном уровне – они подразумевают объективное перестроение принципов, форм и методов управления.

К настоящему моменту уже сложились определенные постулаты, на которые будет опираться технологический прогресс:

- темпы развития технологий в инфокоммуникационной сфере должны сохраняться;
- одними из основных элементов экономического базиса должны стать знания и информация;
- укрепление влияния коммуникативных технологий на экономику и менеджмент посредством взаимодействия в инфокоммуникационных средах сетевого типа. Немаловажным аспектом социально-экономической деятельности является прогнозирование возможных вариантов стратегического развития организации, которое, в свою очередь, должно базироваться на принятии грамотных управленческих решений с учетом использования инновационного развития инфокоммуникационных технологий.

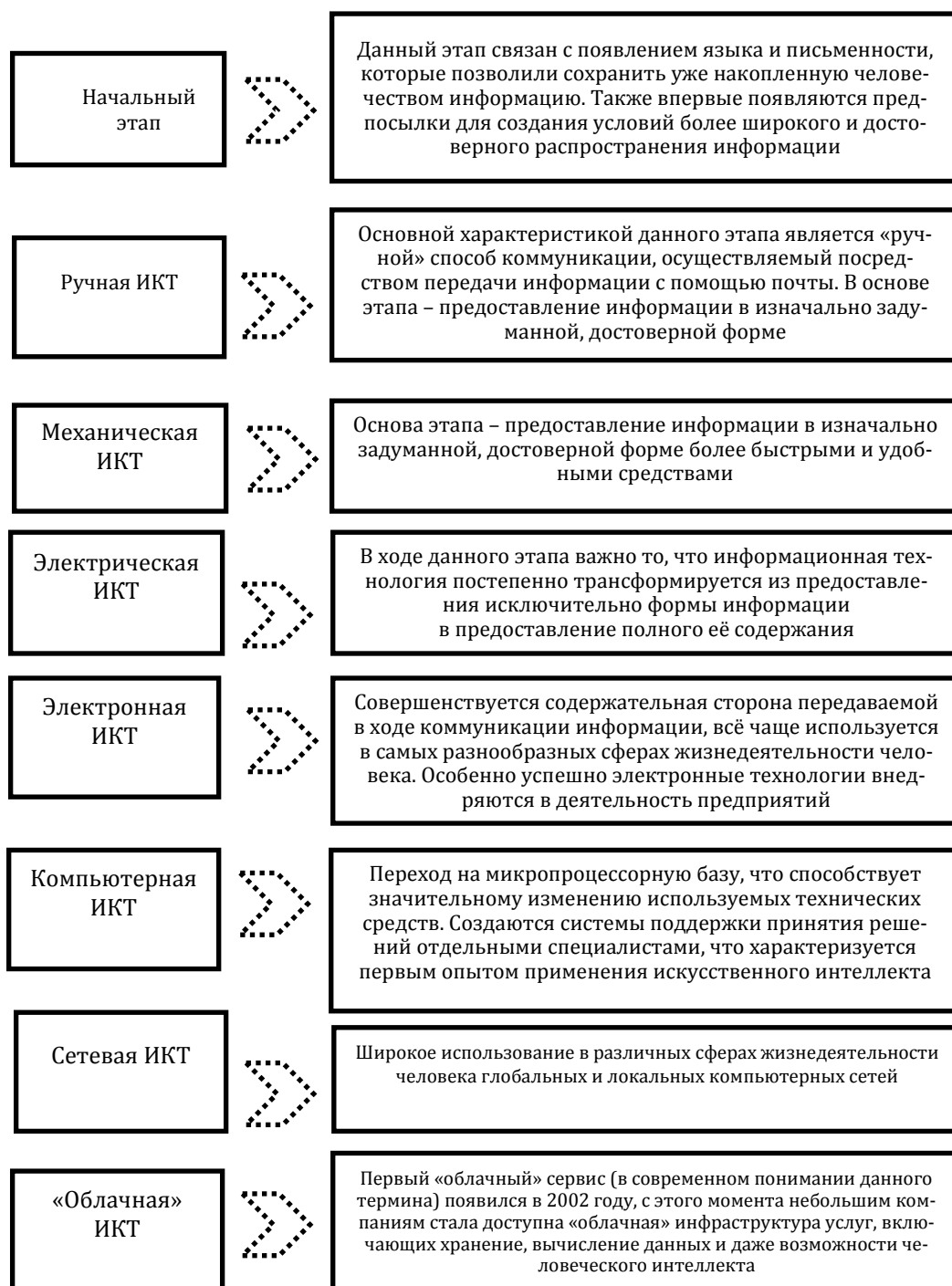


Рисунок 3 – Эволюция коммуникативных технологий
Figure 3 – The evolution of communication technologies

Цифровая трансформация современных коммуникативных технологий в организациях

Новейшие формы коммуникаций, обусловленные цифровизацией современного общества, кардинально изменили традиционные принципы межличностного общения. Так, например, мобильные устройства позволяют обеспечить повсеместную и круглосуточную доступность для общения, компьютерные системы и технологии обеспечивают условия для обработки и хранения большого объема данных, а появляющиеся всё более новые и актуальные технологии, системы и гаджеты позволяют получить доступ к различного рода информации в кратчайшие сроки [4].

Появление глобальной компьютерной сети Интернет стало огромным прорывом, оказавшим немалое воздействие на трансформацию инфокоммуникационного пространства. Е. Е. Семенов отмечает, что «Интернет представляет собой уникальную технологическую среду для получения информации, проявления социальной, экономической и политической активности, установления двусторонней коммуникации» [10].

Безусловно, развитие сети Интернет порождает интенсивную вовлеченность людей во все сферы жизнедеятельности, а также укрепляет межличностные и межгрупповые коммуникации, при этом создавая возможность задавать направления потока таких коммуникаций.

Цифровые платформы стали одними из ключевых площадок, обеспечивающих наиболее эффективное взаимодействие по вопросам профессиональной, экономической и социальной жизни современной организации.

Сегодняшний тренд на цифровизацию стремительно трансформирует всю систему коммуникации, изменяя саму структуру взаимодействия. Так, например, современные тексты унифицируются, подстраиваясь под упростившиеся потребности аудитории, что зачастую становится серьезной проблемой в условиях непрерывного и динамичного развития цифровых медиаплатформ.

В свою очередь, трансформация экономических процессов в условиях цифровизации бизнес-процессов во главу угла ставит формирование виртуальной среды коммуникации между сторонами бизнес-взаимодействия.

Трансформация информационного пространства происходит под влиянием слияния трех факторов: технологического (создание инновационных гибридных технологий коммуникации), функцио-

нального (распространение на мировом рынке новых информационных товаров и услуг) и организационного (корпоративные слияния).

Наиболее ярким примером воздействия технологического фактора можно считать технологию мультимедиа. В свою очередь, создание мультимедийной коммуникативной технологии происходит в результате диджитализации коммуникаций, которая изменяет и усовершенствует все звенья коммуникативного процесса: возрастает число отправителей информации, трансформируется сама технология создания информационных продуктов, изменяется способ передачи информации к конечному потребителю, а также у потребителя появляется возможность самостоятельного выбора каналов получения информации.

В условиях современной парадигмы развития российского общества всё большее значение приобретают цифровые коммуникации. На сегодняшний день существует несколько подходов к определению термина «цифровая коммуникация». Ряд исследователей отождествляет данное понятие с понятием «электронная коммуникация» или «коммуникация в электронной среде».

Отсюда А. В. Соколов предлагает под электронной коммуникацией понимать род социальных коммуникаций, а сама электронная коммуникация ставится в один ряд с письменной и устной. Основное отличие такой коммуникации состоит в том, что она базируется на использовании радиосвязи, микроэлектронной и компьютерной техники [11].

Кроме того, следует принимать во внимание, что подходы к определению понятия «цифровые коммуникации» имеют собственную специфику в зависимости от различных сфер экономики [15].

Так, под цифровыми коммуникациями в производственных организациях будем понимать электронное взаимодействие участников коммуникационного процесса с применением доступных цифровых технологий, способствующих улучшению развития производства. В частности, цифровые производственные коммуникации должны включать в себя применение инновационных средств и методов использования инфокоммуникативных технологий для производственных предприятий различного типа.

С развитием информационных технологий у организаций появился большой выбор форм и средств коммуникации, а многие бизнес-аналитики убеждены, что рост рынка унифицированных коммуникаций будет продолжать осуществляться значительными темпами.

Одним из глобальных трендов унифицированных коммуникаций становится внедрение в деятельность самых разных компаний системы UCaaS (Unified communications as a service), т. е. унифицированные коммуникации как услуга.

Под унифицированными коммуникациями следует понимать достаточно сложное сочетание различных способов коммуникации, которые современные бизнес-структуры используют в своей деятельности. Основные компоненты унифицированной коммуникации включают в себя всевозможные инструменты для совместной работы: аудио- и видеоконференции, телефонию, возможности совместного использования файлов и экрана, распознавание речи, электронную почту и т. д.

Сама же UCaaS предполагает удовлетворение конкретных технических потребностей бизнеса посредством получения доступа к определённым набору услуг, хранящемуся в «облаке».

Данная система обладает рядом преимуществ, позволяющих удовлетворить определённые потребности бизнеса не только с точки зрения оптимизации коммуникационного процесса, но и с точки зрения оптимизации затрат (рис. 4).

Ещё одна технология, позволяющая бизнесу оптимизировать свою коммуникационную систему, – SIP-протоколы. Переход организаций с аналоговых устройств на SIP даёт бизнесу возможность масштабировать свою деятельность, при этом сократив расходы на связь.

Так, например, все камеры наблюдения могут быть включены в единую инфраструктуру предприятия, а с помощью системы удалённого управления можно будет сократить затраты на обслуживание данных устройств.

В современном мире конкурентоспособность информационно-коммуникационного сектора играет важную роль для стабильного развития национальной экономики, несмотря на имеющиеся возможности импорта товаров и услуг данного сектора с целью внутреннего потребления. Глобальная цифровизация способствует более быстрому переходу организаций от традиционных каналов коммуникации к новым форматам в онлайн-пространстве, так как большинство потребителей товаров и услуг компаний также значительную часть времени проводит в онлайн-режиме [14].

Совокупность организаций, занимающихся производством информационно-коммуникационных технологий и оказанием услуг в этой сфере, представляет собой сектор инфокоммуникаций. Результатами данных видов деятельности являются товары и услуги.

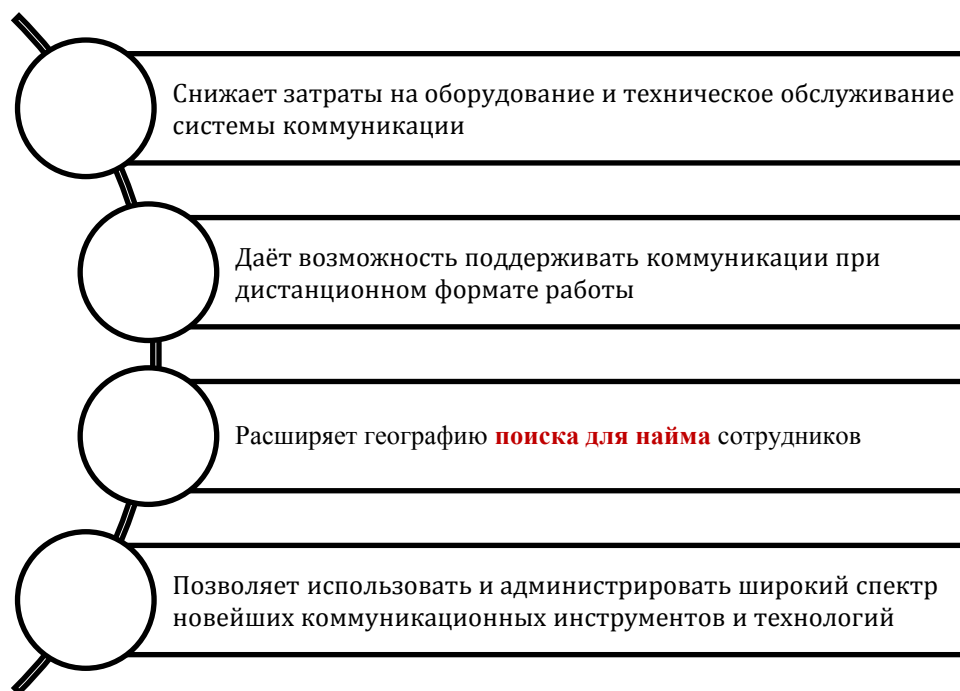


Рисунок 4 – Преимущества системы UCaaS
Figure 4 – Advantages of the UCaaS system

Товары, реализуемые в секторе инфокоммуникаций, обладают рядом свойств. Так, чаще всего они предназначены для обеспечения телекоммуникационной связи, используют автоматизацию для обнаружения физических процессов и (или) представляют собой отдельные компоненты для применения инфокоммуникаций.

В свою очередь, услуги, которые оказывает сектор инфокоммуникаций, предоставляют возможность для действий с информацией с помощью электронных носителей, зачастую связаны с товарами и (или) непосредственным применением инфокоммуникационных технологий.

Новая система коммуникации кардинально изменяет пространство и время, основополагающие измерения экономической деятельности организаций. Инфокоммуникационные технологии стоят во главе всех сфер деятельности организаций, а систематичность их использования всё чаще определяет конкурентоспособность организаций.

Роль технологий информационных коммуникаций в улучшении качества прослеживается на всех стадиях жизненного цикла продукции (рис. 5).

Проектирование

- *Применение различных автоматизированных процессов хранения проектной документации в цифровом формате*

Снабжение и производство

- *Полная автоматизация процессов от контроля качества сырья до процесса проведения плановых ремонтных работ*

Хранение и транспортировка

- *Совершенствование логистического планирования*

Реализация

- *Автоматизация процесса учёта претензий и предложений потребителя*

Рисунок 5 – Роль инфокоммуникаций в предоставлении конкурентных преимуществ

Figure 5 – The role of infocommunications in providing competitive advantages

Вместе с основными инструментами развития сектора инфокоммуникаций немаловажным является продвижение товаров и услуг в сфере информационных коммуникаций на рынки, так как данный инструмент позволяет обмениваться опытом коммуникаций и привносить в отечественную практику новые высокотехнологичные системы и сети.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, произведенная в исследовании оценка эволюции и современного этапа развития коммуникативных технологий, обусловленного процессами цифровизации современного общества, позволяет сделать вывод, что инфокоммуникационные технологии сегодня стоят во главе всех сфер деятельности организаций. Однако наличие барьеров в использовании сдерживает их широкое распространение в управленческой деятельности организаций. Развитие и трансформация современных коммуникаций позволили выявить определённые тенденции, влияющие на интенсивность создания и внедрения инфокоммуникационных технологий в экономике и си-

стемах менеджмента различного уровня. Активизация применения новых управленческих инструментов в условиях цифровизации обеспечивается поддержкой цифровых коммуникаций, связанных с появлением уникальных для своего времени коммуникативных технологий, что позволяет организациям получать конкурентные преимущества.

Библиография/References:

1. Белоусова С.В. Актуальные проблемы некоммерческого сектора: коммуникационный аспект // Вестник РУДН. Серия: Политология. 2014. – № 3. – С. 23-30.
2. Зульч Б. Коммуникация: основа управления проектами // Технология производства. – 2014. – № 16. – С. 1000-1009 doi.org/10.1016/j.protcy.2014.10.054.
3. Калязина Е.Г. Цифровой менеджмент в управлении проектами // Креативная экономика. – 2021. – Том 15. – № 12. – С. 4747-4766.
4. Карев, А. В. Взаимодействие в сфере цифровых коммуникаций // Друкерровский вестник. – 2021. – № 4(42). – С. 66-72. – DOI 10.17213/2312-6469-2021-4-66-72. – EDN JBWABC.
5. Кривокора Е. И. К вопросу исследования организационных коммуникаций в условиях глобализации // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. – 2006. – №S24. – С. 43-44.
6. Кривокора Е.И. Деловые коммуникации: Учеб. пособие / Е.И. Кривокора. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 190 с.
7. Мунодавафа Д. Коммуникация: концепции, практика и проблемы // Исследование в области медицинского образования. – 2008. – Т. 23. – № 3, С. 369-370 doi.org/10.1093/her/cyn024
8. Проняева Л. И., Павлова А. В. Цифровая трансформация системы коммуникаций в кластерах // Среднерусский вестник общественных наук. 2022. – Том 17. – № 2. С. 71-87.
9. Рулер Б. Теория коммуникации: недооцененный столп. На чем основывается стратегическая коммуникация // Международный журнал стратегических коммуникаций. – 2018. – 12:4. – С. 367-381.
10. Семенов Е.Е. Тенденции развития коммуникативных процессов в современном мире // Вестник НГЛУ. – 2008. – Вып. 2. – С. 153-162.
11. Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002 г. – 461 с.
12. Солиев Р.Ю. Важнейшие тенденции информационно-

коммуникационных технологий в развитии современной глобальной экономики // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2017. – № 1 (135). – С. 28-40.

13. Федюнин Д.В., Гончарова Н.Ю. Современные особенности построения цифровых коммуникаций и их эффективность // Практический маркетинг. – 2012. – №11. – С. 28-34.

14. Шендо, М. В. Влияние цифровых технологий на современные тренды инновационного маркетинга в коммуникациях с потребителем / М. В. Шендо, Е. В. Свиридова // Вестник Астраханского государственного технического университета. – 2022. – № 1(73). – С. 63-69. – DOI 10.24143/1812-9498-2022-1-63-69. – EDN HNKKKM.

15. Якупов П.В. Коммуникация: определение понятия, виды коммуникации и ее барьеры // Вестник ГУУ. – 2016. – №10. – С. 261-266.

1. Belousova, S. (2014) Aktual'nye problemy nekommercheskogo sektora: kommunikatsionnyi aspekt [Actual problems of the non-profit sector: communication aspect] // Vestnik RUDN. Serii: Politologiya [Journal of the RUDN. Series: Political Science]. – No. 3. – P. 23-30. (in Russ.)

2. Zulch, B. (2014) Kommunikatsiia: osnova upravleniia proektami [Communication: The foundation of project management] // Tekhnologiya proizvodstva [Procedia Technology]. – № 16. – P. 1000-1009. doi.org/10.1016/j.protcy.2014.10.054. (in Russ.)

3. Kalyazina, E. (2021) Tsifrovoi menedzhment v upravlenii proektami [Digital management in project management] // Kreativnaia ekonomika [Creative Economics]. – Volume 15. – No. 12. – P. 4747-4766. (in Russ.)

4. Karev, A. (2021) Vzaimodeistvie v sfere tsifrovykh kommunikatsii [Interaction in the field of digital communications] // Drukerovskii vestnik [Drukerovsky Bulletin]. – № 4(42). – Pp. 66-72. – DOI 10.17213/2312-6469-2021-4-66-72. – EDN JBWABC. (in Russ.)

5. Krivokora, E. (2006) K voprosu issledovaniia organizatsionnykh kommunikatsii v usloviakh globalizatsii [On the issue of organizational communications research in the context of globalization] // Izvestiia vuzov. Severo-Kavkazskii region. Serii: Obshchestvennye nauki [Izvestiya vuzov. The North Caucasus region. Series: Social Sciences]. – No.S24. – P. 43-44. (in Russ.)

6. Krivokora, E. (2013) Delovye kommunikatsii: Ucheb. posobie [Business communications: Textbook]. – М.: INFRA-M. – 190 p. (in Russ.)

7. Munodawafa, D. (2008) Kommunikatsiia: kontseptsii, praktika i problemy [Communication: concepts, practice and challenges] // Issledovanie v oblasti meditsinskogo obrazovaniia [Health Education Research]. – Vol. 23. –

№ 3. – P. 369–370 <https://doi.org/10.1093/her/cyn024> (in Russ.)

8. Pronyaeva, L., Pavlova, A. (2022) Tsifrovaia transformatsiia sistemy kommunikatsii v klasterakh [Digital transformation of the communication system in clusters] // Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk [Central Russian Journal of Social Sciences]. – Vol. 17. – No. 2. – P. 71-87. (in Russ.)

9. Ruler, B. (2018) Teoriia kommunikatsii: nedootsenennyi stolp. Na chem osnovyvaetsia strategicheskaia kommunikatsiia [Communication Theory: An Underrated Pillar on Which Strategic Communication Rests] // Mezhdunarodnyi zhurnal strategicheskikh kommunikatsii [International Journal of Strategic Communication]. – 12:4. – P. 367-381. doi.org/10.1080/1553118X.2018.1452240 (in Russ.)

10. Semenov, E. (2008) Tendentsii razvitiia kommunikativnykh protsessov v sovremennom mire [Trends in the development of communicative processes in the modern world] // Vestnik NGLU [Journal of NGLU]. – Issue 2. – P. 153-162. (in Russ.)

11. Sokolov, A. (2002) Obshchaia teoriia sotsial'noi kommunikatsii: ucheb. posobie [General theory of social communication: textbook]. – SPb.: Izd-vo Mikhailova V.A. – 461 p. (in Russ.)

12. Soliev, R. (2017) Vazhneishie tendentsii informatsionno-kommunikatsionnykh tekhnologii v razvitiu sovremennoi global'noi ekonomiki [The most important trends of information and communication technologies in the development of the modern global economy] // Ekonomika i upravlenie: nauchno-prakticheskii zhurnal [Economics and Management: a scientific and practical journal]. – № 1 (135). – P. 28-40. (in Russ.)

13. Fedyunin, D., Goncharova, N. (2012) Sovremennye osobennosti postroeniia tsifrovykh kommunikatsii i ikh effektivnost' [Modern features of building digital communications and their effectiveness] // Prakticheskii marketing [Practical marketing]. – No. 11. – P. 28-34. (in Russ.)

14. Shendo, M. Sviridova, E. (2022) Vliianie tsifrovykh tekhnologii na sovremennye trendy innovatsionnogo marketinga v kommunikatsiakh s potrebitелеm [The influence of digital technologies on modern trends of innovative marketing in communications with consumers] // Vestnik Astrakhanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta [Journal of the Astrakhan State Technical University]. – № 1(73). – P. 63-69. – DOI 10.24143/1812-9498-2022-1-63-69. – EDN HNKKKM. (in Russ.)

15. Yakupov P. (2016) Kommunikatsiia: opredelenie poniatii, vidy kommunikatsii i ee bar'ery [Communication: definition of the concept, types of communication and its barriers] // Vestnik GUU [Journal of GUU]. – №10. – P. 261-266. (in Russ.)