

В. В. Даценко,
аспірант, Національний аерокосмічний університет "Харківський авіаційний інститут"
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-2712-7861>

DOI: 10.32702/2306-6814.2026.4.352

ІНФОРМАТИЗАЦІЯ СУСПІЛЬСТВА ЯК ПЕРЕДУМОВА ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

V. Datsenko,
PhD student, National Aerospace University "Kharkiv Aviation Institute"

INFORMATIZATION OF SOCIETY AS A PREREQUISITE FOR THE EMERGENCE
AND DEVELOPMENT OF DIGITAL MARKETING IN STATE AUTHORITIES
AND LOCAL GOVERNMENTS

У статті здійснено дослідження інформатизації як передумови виникнення та розвитку цифрового маркетингу в органах державної влади та місцевого самоврядування. Зокрема, окреслено ключові етапи розвитку інформаційного суспільства; проаналізовано медіатизацію як інструмент організації цифрового маркетингу органів державної влади та місцевого самоврядування; виокремлено можливості для формування глобальних інформаційних мереж, пов'язаної з ними інформаційно-мережевої інфраструктури та, відповідно, цифрового маркетингу через розвиток цифрових технологій обробки та передачі різноманітних даних.

Показано, що інформатизація суспільства є процесом, в якому соціальні, технологічні, економічні, політичні та культурні механізми буквально злиті воедино. Вона є процесом дедалі більшого використання інформаційних технологій для виробництва, переробки, зберігання та поширення інформації. Результатом цих процесів є виникнення інформаційного суспільства, що знаменується радикальними перетвореннями у сфері виробничих структур і технологій, але, головним чином, — у сфері соціальних та економічних відносин, у духовному житті, побуті й культурі загалом, що, відповідно, віддзеркалюється через цифровий маркетинг.

Зазначено, що цифрова технологія обробки та передачі різноманітних даних стала основою мережевих технологій та відкрила нові широкі можливості для формування глобальних інформаційних мереж, пов'язаної з ними інформаційно-мережевої інфраструктури та, відповідно, цифрового маркетингу. Таким чином, сучасний етап еволюційного розвитку людського суспільства характеризується загальним універсальним способом перетворень реального світу та програмування системних параметрів, основою яких виступає інформаційна технологія оцифрування, тобто подання найрізноманітніших предметів та явищ навколишнього світу у вигляді певним чином закодованої інформації.

Показано, що сьогодні одним із ключових завдань державної політики є побудова інформаційного суспільства, а також глобальна цифровізація й інформатизація соціально-економічних сфер життєдіяльності суспільства, що, відповідно, відображається через процеси організації цифрового маркетингу в органах державної влади та місцевого самоврядування.

Підкреслено, що в медіатизації, що є підпроцесом інформатизації, остання перестає бути тривіальним інженерно-технічним процесом та набуває особливого, глибинного гуманістичного змісту, наповнюється сутнісним змістом. Саме в межах медіатизації реалізуються процеси організації цифрового маркетингу органів державної влади та місцевого самоврядування. Інформатизація суспільства, інтегруючи, синтезуючи і акумулюючи в собі ряд технічних і технологічних підпроцесів, виходить за межі технологічної проблеми і постає як процес соціально-технологічної інформаційної революції, що розгортається.

The paper studies informatization as a prerequisite for the emergence and development of digital marketing in state authorities and local governments. In particular, the key stages of the development of the information society are outlined; the mediatization as a tool for organizing of digital marketing of state authorities and local governments is analyzed; the opportunities for the formation of global information networks, the associated information and network infrastructure and, accordingly, digital marketing through the development of digital technologies for processing and transmitting various data are allocated.

It is shown that informatization of society is a process in which social, technological, economic, political and cultural mechanisms that are literally fused together. It is a process of increasing of use of information technology for the production, processing, storage and dissemination. The result of these processes is the emergence of an information society, marked by radical transformations in the field of production structures and technologies, but mainly in the field of social and economic relations, in spiritual life, everyday life and culture in general, which, accordingly, is reflected through digital marketing.

It is noted that the digital technology of processing and transmission of various data has become the basis of network technologies and has opened up new opportunities for the formation of global information networks, related information and network infrastructure and, accordingly, digital marketing. Thus, the modern stage of the evolutionary development of human society is characterized by a general universal way of transforming of the real world and programming system parameters, the basis of which is the information technology of digitization, that is, the representation of a wide variety of objects and phenomena of the surrounding world in the form of encoded information in a certain way.

It is shown that today one of the key tasks of state policy is to build an information society, as well as global digitalization and informatization of socio-economic spheres of life of society, which, accordingly, is reflected through the processes of organizing of digital marketing in state authorities and local governments.

It is emphasized that in mediatization, which is a sub-process of informatization, the latter ceases to be a trivial engineering and technical process and acquires a special, deep humanistic content, is filled with essential content. It is within the framework of mediatization that the processes of organizing digital marketing of state authorities and local self-government are implemented. Informatization of society, integrating, synthesizing and accumulating a number of technical and technological subprocesses, goes beyond the technological problem and appears as a process of the unfolding of socio-technological information revolution.

Ключові слова: інформатизація суспільства, органи державної влади, органи місцевого самоврядування, цифровий маркетинг, медіатизація.

Key words: informatization of society, state authorities, local governments, digital marketing, mediatization.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сучасне суспільство перебуває в активній фазі початку нової цивілізаційної стадії свого розвитку. Вона характеризується розгортанням інформаційно-телеко-

мунікаційної революції, швидким поширенням інформаційних технологій, формуванням інформаційної сфери, а також рядом нових суспільних процесів, що мають глобальний характер. Усі ці процеси засновані на якісно нових способах зберігання, обробки та передачі інформації, а також розвитку її нових сутнісних властивостей.

Відповідно сьогодні одними із ключових завдань державної політики є побудова інформаційного суспільства, а також глобальна цифровізація й інформатизація соціально-економічних сфер життєдіяльності суспільства, що, відповідно, відображається через процеси організації цифрового маркетингу в органах державної влади та місцевого самоврядування. Вищезазначене обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У наукових колах регулярно проводяться міжнародні та регіональні конференції та семінари, присвячені глобальним та локальним аспектам інформатизації. Активно розробляються наукові дисертації та видаються монографії, присвячені різним аспектам становлення інформаційного суспільства. У більшості наукових та аналітичних періодичних видань є відповідні рубрики та розділи присвячені питанням інформатизації.

Це підтверджується численними публікаціями, зокрема, таких авторів, як: П. Польовий, В. Рубан, І. Сердюк та ін. Проте недостатньо уваги приділяється дослідженню інформатизації як передумови виникнення та розвитку цифрового маркетингу в органах державної влади та місцевого самоврядування.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою роботи є дослідження інформатизації як передумови виникнення та розвитку цифрового маркетингу в органах державної влади та місцевого самоврядування.

Для досягнення поставленої мети в роботі пропонується поставити та вирішити такі завдання:

- окреслити ключові етапи розвитку інформаційного суспільства;
- проаналізувати медіатизацію як інструмент організації цифрового маркетингу органів державної влади та місцевого самоврядування;
- виокремити можливості для формування глобальних інформаційних мереж, пов'язаної з ними інформаційно-мережевої інфраструктури та, відповідно, цифрового маркетингу через розвиток цифрових технологій обробки та передачі різноманітних даних.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У становленні процесів цифровізації та інформатизації соціально-економічних сфер життя суспільства роль держави, як гаранта нормативно-правового регулювання, є безперечною, зокрема, в контексті закріплення основних напрямів державної політики у сфері застосування інформаційних і телекомунікаційних технологій.

Так, на саміті в Окінаві в липні 2000 р. було підписано Хартію глобального інформаційного суспільства, яка визнала, що сучасні інформаційно-комунікаційні технології є одним із найважливіших чинників, що впливають на формування суспільства двадцятого століття. Вона наголосила на їхньому революційному впливі на зміну способу життя людей, їх освіти та роботи, а та-

кож взаємодії уряду та громадянського суспільства, розвитку світової економіки [1; 3].

За планом, схваленим резолюцією 56/183 Генеральної Асамблеї ООН, починаючи з 2003 р., під патронатом Генерального секретаря ООН проводяться зустрічі на найвищому рівні з проблем становлення інформаційного суспільства.

Зростаюча роль інформатизації в ході технічного прогресу та її роль у забезпеченні національної безпеки держави зумовила прийняття в 1994 р. Закону України "Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах" від 05.07.1994 р. № 80/94-ВР, а в 2017 р. — Доктрини інформаційної безпеки України, затвердженої Указом Президента України "Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29.12.2016 р. "Про Доктрину інформаційної безпеки України" від 25.02.2017 р. № 47/2017. Крім того, у 1998 р. було затверджено Концепцію національної програми інформатизації (Закон України "Про Концепцію Національної програми інформатизації" від 04.02.1998 р. № 75/98-ВР).

У 2022 р. було прийнято Закон України "Про Національну програму інформатизації" від 01.12.2022 р. № 2807-ІХ. Крім того, на рівні областей України було прийнято регіональні програми широкого впровадження інформаційних технологій, покликани охопити практично всі сфери життя суспільства.

У наукових колах регулярно проводяться міжнародні та регіональні конференції та семінари, присвячені глобальним та локальним аспектам інформатизації. Активно розробляються наукові дисертації та видаються монографії, присвячені різним аспектам становлення інформаційного суспільства. У більшості наукових та аналітичних періодичних видань є відповідні рубрики та розділи присвячені питанням інформатизації [2; 4].

Усі наведені факти свідчать про те, що проблеми проникнення інформатизації в усі сфери суспільства давно вийшли за рамки теоретичних аспектів, а стали невід'ємною частиною дійсності. Такі поняття, як "глобальна інформатизація", "інформаційна сфера", "інформаційне суспільство", "електронний уряд", "інформаційно-комунікаційні технології" тощо міцно увійшли в науковий обіг і нормативно-правової сфери.

Цифровізація та інформатизація — це два поняття, які пов'язані із застосуванням цифрових технологій і комп'ютерів у різних сферах життя суспільства.

Так, інформатизація являє собою процес застосування інформаційних технологій для управління інформацією та забезпечення її доступності [1; 5].

Цифровізація — це процес перетворення інформації, що знаходиться в аналоговому вигляді до цифрового формату. Безпосередньо термін "цифровізація" з'явився на фоні інтенсивного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій [3; 4]. У своєму первинному вигляді цифровізація передбачала автоматизацію технологій, розповсюдження мережі Інтернет, мобільного зв'язку, соціальних мереж, появи смартфонів, збільшенню кількості споживачів, які застосовували нові технології. Проте дуже швидко цифрові технології стали частиною політичного, економічного та культурного життя

людини. Відповідно, процес цифровізації економіки та інших сфер життя людини передбачає формування цифрової (інформаційної) культури, що, у свою чергу, дозволяє ефективно застосовувати можливості, що відкриваються, та органічно вбудовуватися в середовище інформаційного суспільства [1; 3]. Вищезазначене підтверджує тісний зв'язок між цифровізацією й інформатизацією.

Під інформатизацією зазвичай розуміють процес широкого впровадження у різні сфери людської діяльності нових інформаційних технологій, що дозволяють представляти предмети та явища навколишнього світу у вигляді певним чином закодованої інформації, що, в свою чергу, дає можливість якісно підвищити ступінь її обробки, зберігання та передачі для задоволення потреб людства.

Під інформатизацією також розуміється організаційний, соціально-економічний та науково-технічний процес створення оптимальних умов для задоволення інформаційних потреб та реалізації прав громадян, органів державної влади, органів місцевого самоврядування та інших суб'єктів публічного управління на основі формування та використання інформаційних ресурсів [1; 5].

Слід зазначити, що сучасним швидким процесам інформатизації передував тривалий шлях еволюції людської цивілізації, в якому дослідники виділяють низку стадій, специфіка яких зумовлюється відповідними типами розвитку інформаційних технологій. Цим стадіям відповідають:

- мовні технології передачі та відтворення доцільної інформації, пов'язані з виникненням осмисленої мови та мови як загальноприйнятого засобу комунікативного спілкування між людьми у суспільстві. Інформація передається за допомогою простого мовлення, а мовними носіями є безпосередньо люди;

- письмові технології, пов'язані з виникненням писемності та граматичних правил. Інформація передається за допомогою знакових носіїв (символи, сигнали, знаки, рукописи);

- книжкові технології, пов'язані із виникненням друкарства. Інформація передається за допомогою книжкових носіїв (листи, книги);

- радіо-телеграфні технології, пов'язані з виникненням різноманітних (електромагнітних) технологій передачі та відтворення доцільної інформації. Інформація передається за допомогою різноманітних електромагнітних сигналів, що перетворюються на зорово-звукові символи, по телеграфу, телефону, радіо, телебаченню;

- комп'ютерні технології передачі та відтворення доцільної інформації. Інформація передається, обробляється та відтворюється за допомогою електронно-обчислювальних машин і комп'ютерів;

- комп'ютерні речовинно-мережні інформаційні технології, пов'язані з виникненням та розповсюдженням комп'ютерних і телекомунікаційних мереж зв'язку та передачі інформації [3; 4].

Величезні потоки інформації збираються, обробляються та відтворюються за допомогою комп'ютерних мереж і мереж космічного супутникового зв'язку. Наприклад, нині сформовано всесвітню комп'ютерну ме-

режу Інтернет та її складові (Broadband Networks, Enterprise Networks, Public Carrier Networks, Wireless Networks) [1; 3]. На цьому етапі можна говорити про вступ людської цивілізації до початкової фази інформаційного суспільства.

Цифрова технологія обробки та передачі різноманітних даних стала основою мережових технологій та відкрила нові широкі можливості для формування глобальних інформаційних мереж, пов'язаної з ними інформаційно-мережової інфраструктури та, відповідно, цифрового маркетингу. Таким чином, сучасний етап еволюційного розвитку людського суспільства характеризується загальним універсальним способом перетворень реального світу та програмування системних параметрів, основою яких виступає інформаційна технологія оцифровування, тобто подання найрізноманітніших предметів та явищ навколишнього світу у вигляді певним чином закодованої інформації [2; 4].

Однак впровадження новітніх інформаційних технологій ще не повною мірою відображає процеси інформатизації, коли йдеться про інформатизацію суспільства загалом, оскільки суспільство є системою вищого порядку. Створення та впровадження нових інформаційних і телекомунікаційних технологій не можуть бути самоціллю розвитку суспільства, а є засобом його перетворення, та виступає суто технологічною стороною процесу інформатизації суспільства.

Технологічна сторона інформатизації може характеризуватись такими поняттями, як "електронізація", "комп'ютеризація" та "медіатизація". Зокрема, електронізація є інженерно-технічним процесом, що полягає у виробництві та широкому впровадженні електронних технологій у промисловість, наукові дослідження, транспорт, побутову сферу тощо [2; 5].

Комп'ютеризація, у свою чергу, як би надбудовується над електронізацією й передбачає створення сучасних комп'ютерів та їх широке впровадження для контролю та автоматизації виробництва, конструювання та використання роботів тощо.

Щодо медіатизації, то існує кілька підходів до її розуміння. На думку С. Хьюарда, медіатизація — це двосторонній соціальний процес, за допомогою якого соціум насичується засобами масової інформації в такій мірі, що ЗМІ можуть розглядатися лише в контексті суспільних інститутів. Самі по собі медійні технології не є причиною соціокультурної динаміки, однак занурення людини в інформаційний потік за умови формування певних соціальних, політичних, економічних, культурних реалій за допомогою нових технологій дає потужний поштовх для впливу на суспільну свідомість.

Проаналізувавши праці вітчизняних і зарубіжних дослідників [1; 3; 5], можна стверджувати, що термін "медіатизація" сьогодні широко затребуваний у комунікативістиці й закріпився як ключове позначення процесу впливу медіа на різні сторони життя соціуму.

Саме в медіатизації, що є підпроцесом ширшого явища інформатизації, остання перестає бути тривіальним інженерно-технічним процесом та набуває особливого, глибинного гуманістичного змісту, наповнюється

сутнісним змістом. Саме в межах медіатизації реалізуються процеси організації цифрового маркетингу органів державної влади та місцевого самоврядування. Інформатизація суспільства, інтегруючи, синтезуючи і акумулюючи в собі ряд технічних і технологічних підпроцесів, виходить за межі технологічної проблеми і постає як процес соціально-технологічної інформаційної революції, що розгортається [1; 4].

Таким чином, інформатизація суспільства є процесом, в якому соціальні, технологічні, економічні, політичні та культурні механізми буквально злиті воедино. Вона є процесом дедалі більшого використання інформаційних технологій для виробництва, переробки, зберігання та поширення інформації. Результатом цих процесів є виникнення інформаційного суспільства, що знаменується радикальними перетвореннями у сфері виробничих структур і технологій, але, головним чином, — у сфері соціальних та економічних відносин, у духовному житті, побуті й культурі загалом, що, відповідно, віддзеркалюється через цифровий маркетинг [1; 3].

Поняття "інформаційне суспільство" та "інформаційна цивілізація" стали загальноживаними у науковій літературі. Уявлення про інформаційне суспільство (часто в науковій літературі його аналогом виступає постіндустріальне суспільство) мають різні інтерпретації в літературі, проте всі вони мають загальним підґрунтям такий стан життя суспільства, в якому виробництво та використання інформації оголошується основним фактором соціального прогресу, що визначає собою основні параметри його існування та розвитку. Нова ера в історії людства, за якої всі сторони суспільства та аспекти культури, починаючи з техніки та економіки й закінчуючи мистецтвом та іншими складовими духовного буття людства, зазнають зазначеної трансформації, має назву інформаційної чи глобальної цивілізації. Вона характеризується створенням та встановленням єдиного загальнопланетарного інформаційного простору — глобальної інформаційної мережі, що є синтезом телебачення, комп'ютерів та енергетики.

Інформаційне суспільство — це нова постіндустріальна соціально-економічна організація з високорозвиненими інформаційно-телекомунікаційними інфраструктурами, призначеними для забезпечення можливості ефективного використання інтелектуальних ресурсів задля забезпечення сталого розвитку соціуму" [1; 4].

Поняття інформаційної сфери безпосередньо пов'язане з уявленням про багатовимірність та багатоплановість інформації, форм і методів її виробництва, кодування, зберігання, переробки та передачі, а також з визначенням ролі та місця людини в даній інфраструктурі. Її сутність розкривається через сукупність інформаційних процесів як результат конкретної діяльності людини, її здатності активно, цілеспрямовано реагувати на інформацію, що поступає, постійно розширюючи зону її сприйняття, виробництва та передачі.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Таким чином, сьогодні формується нове цілісне самостійне соціально-технічне явище, особливий просто-

рово-часовий феномен, який виявляє небачену раніше інформаційну інфраструктуру, яку називають інформаційною сферою або кіберпростором. Поняття інформаційної сфери в даний час також стало одним із ключових і часто вживаних у літературі, позначаючи собою якусь нову реальність.

Нові інформаційні технології, проникаючи у всі сфери життя через процеси цифрового маркетингу органів державної влади та місцевого самоврядування, ініціюють системні зміни у суспільстві загалом.

Література:

1. Лепьошкіна Т. Я. Маркетинг як важлива складова політики органів місцевого самоврядування у сфері місцевого розвитку. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2012. № 8. URL: <http://surl.li/mlwtwi>.
2. Польовий П. В. Модернізація публічного управління в умовах розвитку цифрового суспільства. Механізми публічного управління. Вісник Академії митної служби України. Серія: Державне управління. 2021. № 2 (29). С. 37—43.
3. Рожко В. М. Механізми інформаційного забезпечення воєнно-політичної діяльності держави. Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. 2024. № 1 (20). С. 166—170.
4. Рубан В. В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. № 2-2 (08). С. 20—25.
5. Сердюк І. А. Підходи публічного управління до інформаційної безпеки особистості. Публічне урядування. 2022. № 3 (31). С. 53—59.

References:

1. Lepyoshkina, T. Y. (2012), "Marketing as an important component of local government policy in the field of local development", *Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvitok*, vol. 5, available at: <http://surl.li/mlwtwi> (Accessed 06 Feb 2026).
2. Polovyi, P. V. (2021), "Modernization of public administration in the context of the development of digital society. Mechanisms of public administration", *Visnyk Akademii mytnoi sluzhby Ukrainy*. Serii: Derzhavne upravlinnia, vol. 2 (29), pp. 37—43.
3. Rozhko, V. M. (2024), "Mechanisms of information support of military-political activity of the state", *Visnyk Natsionalnoho universytetu tsyvilnoho zakhystu Ukrainy*. Serii: Derzhavne upravlinnia, vol. 1 (20), pp. 166—170.
4. Ruban, V. V. (2017), "Digital marketing: role and features of use", *Ekonomichniy visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, vol. 2-2 (08), pp. 20—25.
5. Serdiuk, I. A. (2022), "Public administration approaches to information security of the individual", *Publichne uriaduvannia*, vol. 3 (31), pp. 53—59, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2024_5_6 (Accessed 06 Feb 2026).

Отримано редакцією журналу / Received: 09.02.26

Проце́нзовано / Revised: 13.02.26

Схвалено до друку / Accepted: 17.02.26