

**Микола Кармаз,**  
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,  
Західноукраїнський національний університет  
**Науковий керівник – Оксана Писарчук,**  
кандидат педагогічних наук, доцент,  
доцент кафедри освітології і педагогіки,  
Західноукраїнський національний університет

## **ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МУЗЕЙНІЙ СПРАВІ**

В умовах цифрової трансформації музеї із сховищ історичних артефактів трансформуються в інтерактивні простори. За допомогою інформаційно-комунікаційних технологій у їх межах формується підхід активної взаємодії з відвідувачем.

Метою цієї статті є аналіз сучасних підходів до впровадження ІКТ у музейну справу.

Проведені дослідження демонструють, що цифровізація у музейній сфері відбувається поетапно. Так, заклади стають присутніми у віртуальному просторі – ведуть соціальні мережі або офіційні вебсайти. А вже вищим рівнем цифрової трансформації є інтеграція технологій у сам візит відвідувачів та безпосередню взаємодію з ними.

ІКТ у музеях можуть охоплювати базові інструменти, серед яких, наприклад, онлайн-квитки, віртуальні каталоги, електронні карти, відеопрезентації. Або ж під час фактичного перебування у закладі використовують більш складні технології: QR-коди, екрани, мобільні додатки, віртуальну реальність, сервіси для людей з особливими освітніми потребами тощо.

Однак значна частина музеїв, навіть закордонних, знаходиться на початковому етапі цифрового розвитку. Наприклад, проведене дослідження науковців у приватних музеях Стамбула (Туреччина) продемонструвало, що тільки 24% з них активно використовують технології під час візитів відвідувачів, а лише 16% забезпечують повноцінний інтерактивний досвід (тобто використовують VR, великі інтерактивні екрани, персоналізовані програми для глибшої взаємодії з експонатами). Це свідчить про те, що хоча цифрова трансформація вже розпочалася, більшість музеїв досі зосереджені лише на онлайн-присутності до та після візиту, а не на технологічному збагаченні самого музейного досвіду [1].

Потенціал ІКТ у музейній справі реалізовує не лише розважальну функцію. Такі технології дають змогу глибше аналізувати поведінку відвідувачів та ступінь задоволеності наданими послугами. Тут корисними є соціальні мережі музеїв, адже вони – це не лише канал інформування, це – платформа діалогу та отримання зворотного зв'язку. Проте існують труднощі під час створення «розумних просторів», які залучають аудиторію до взаємодії з експозицією. Наприклад, проблеми бюджету чи специфіка типу колекцій [1].

Одним із ефективних способів удосконалення музейної справи є створення віртуального музейного середовища. Важливим при цьому є врахування можливостей використання навігації, маніпуляції об'єктами та графічного інтерфейсу. Навігація віртуальним простором передбачає використання просторових орієнтирів, що полегшує занурення відвідувача в середовище. Маніпулятивні елементи дають змогу взаємодіяти з експонатами. Варто зауважити, що система керування, або графічний інтерфейс, має бути інтуїтивно зрозумілою та привабливою. Адже тільки це заохочує користуватися такими сервісами. Такий підхід забезпечує значну інформативність та всебічне задоволення естетичних потреб сучасного користувача. А це робить віртуальні музеї більш доступними і привабливими для зацікавлених осіб [2].

Цифрові трансформації в музейній сфері мають багато спільного з розвитком електронної комерції, зокрема в аспектах застосування штучного інтелекту та персоналізації взаємодії. Подібно до того, як у роздрібній торгівлі III оптимізує процеси продажів, прогнозує запити клієнтів та підвищує ефективність сервісу, у музеях ці технології можуть забезпечити глибше розуміння потреб відвідувачів та підвищити якість експозицій. Важливу роль при цьому відіграє синергія між фахівцями музейної справи та ІТ-експертами, оскільки лише спільними зусиллями можна розробити ефективні цифрові інструменти, що будуть і функціональними, і естетично привабливими [3].

Таким чином, ІКТ володіють потенціалом для розвитку музейної справи. Вони визначають нові тенденції взаємодії особистості з культурною спадщиною.

#### **Список використаних джерел**

1. Gokce Parsehyan B. Digital Transformation in Museum Management: The Usage of Information and Communication Technologies (Müze Yönetiminde Dijital Dönüşüm: Bilgi ve İletişim Teknolojilerini Kullanma Düzeyleri). *Turkish Studies - Social Sciences*. 2021. Vol. 15. P. 3539–3550. DOI: <https://doi.org/10.47356/TurkishStudies.45995> (дата звернення: 11.11.2025).

2. Rahim N., Tengku Wook T. S. M., Mat Zin N. A. Developing Conceptual Model of Virtual Museum Environment Based on User Interaction Issues. *Visual Informatics: Sustaining Research and Innovations. IVIC 2011* : proceedings of the 2nd International Visual Informatics Conference (Selangor, Malaysia, Nov. 9–11, 2011) / ed. by H. B. Zaman et al. Berlin ; Heidelberg : Springer, 2011. Vol. 7067. P. 256–265. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-642-25200-6\\_24](https://doi.org/10.1007/978-3-642-25200-6_24) (дата звернення: 15.11.2025).

3. The role of the sales team in implementing AI in E-commerce. *InovaDigital*. 2024. 06 Aug. URL: <https://www.inovadigital.eu/en/the-role-of-sales-team-in-implementing-ai-in-ecommerce/> (дата звернення: 21.11.2025).