



Наукові перспективи

Видавнича група



Наукові інновації та передові технології

Державне управління

Економіка

Право

Педагогіка

Психологія



4(56) 2026

Всеукраїнська Асамблея докторів наук із державного управління

у рамках роботи Видавничої групи «Наукові перспективи»

***«Наукові інновації та
передові технології»***

*Державне управління, економіка,
право, педагогіка, психологія*

№ 4(56) 2026

Київ – 2026

Ukrainian Assembly of Doctors of Sciences in Public Administration



within the work of the Publishing Group «Scientific Perspectives»

«Scientific innovations and advanced technologies»

*Public administration, economics,
law, pedagogy, psychology*

№ 4(56) 2026

Kyiv – 2026

ISSN 2786-5274 Print
УДК 001.32:1 /3](477)(02)
R30-04851

DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2026-4\(56\)](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2026-4(56))

«Наукові інновації та передові технології»

Державне управління, економіка, право, педагогіка, психологія: журнал. 2026. № 3(55) 2026. С. 3909.

Журнал започаткований у 2021 році з метою розвитку вітчизняного наукового людського капіталу, соціальних наук та журналістики

*Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:
серія KB № 24962-14902P від 13.09.2021 р.*

*Рекомендовано до друку Президією Всеукраїнської Асамблеї докторів наук з державного управління
(Рішення від 06.04.2026, № 3/4-26)*

Журнал видається за наукової підтримки: Інституту філософії та соціології Національної Академії Наук Азербайджану (Баку, Азербайджан), громадської організації «Асоціація науковців України», громадської організації «Християнська академія педагогічних наук України» та громадської організації «Всеукраїнська асоціація педагогів і психологів з духовно-морального виховання»



Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 30.11.2021 № 1290 журналу присвоєно категорію "Б" із права

Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 01.02.2022 № 89 журналу присвоєно категорію "Б" із педагогіки

Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 07.04.2022 № 320 журналу присвоєно категорію "Б" із економіки та державного управління

Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 20.06.2023 № 768 журналу присвоєно категорію "Б" зі спеціальностей 073 - менеджмент, 076 - підприємництво та торгівля, 015 - професійна освіта

Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 23.08.2023 № 1035 журналу присвоєно категорію "Б" зі спеціальності 053 - психологія

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL



Наукове видання включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus, міжнародної пошукової системи Google Scholar та до міжнародної наукометричної бази даних Research Bible.

Журнал заснований з метою розвитку вітчизняного наукового потенціалу у галузях державного управління, права, економіки, психології, педагогіки та його інтеграції у світовий науковий простір, шляхом оприлюднення результатів наукових досліджень.

Головний редактор:



Дибкова Людмила Миколаївна - доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри інформатики та системології Київського національного економічного університету ім. Вадима гетьмана (Україна)

Редакційна колегія:

- **Бабчук Олена Григоріївна** кандидат психологічних наук, доцент, завідувач кафедри психології та педагогіки Одеського державного університету внутрішніх справ, (Україна)
- **Беньковська Наталя Борисівна**, кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри мовної підготовки Інституту Військово-Морських Сил Національного університету "Одеська морська академія" (Україна)



- Кривова С.Г., Трубачев С.І.** 480
ОРГАНІЗАЦІЙНА МОДЕЛЬ ІНТЕГРАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ І СИСТЕМНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ У ЖИТТЄВОМУ ЦИКЛІ НАУКОЄМНОЇ ПРОДУКЦІЇ
- Ладонько Л.С., Цілина Д.О.** 490
МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ У СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ЯК ВІДПОВІДЬ НА ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА
- Михайлов М.С., Тур О.В.** 501
ПЕДАГОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ
- Міщенко В.А.** 514
УПРАВЛІННЯ ОМНІКАНАЛЬНИМ ПІДХОДОМ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ЦІЛІСНОГО МАРКЕТИНГОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА
- Моргунова Т.І.** 524
ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СИСТЕМІ ПРОГНОЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
- Новохатько Л.М., Кононенко Л.М., Кузнєцова І.В., Ужанська Т.І., Томас Є.В.** 538
УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ТА ПРОМОЦІЄЮ УКРАЇНСЬКОГО ГУМАНІТАРНОГО БРЕНДУ (на прикладі Інстаграм-проєкту «Солов'їну треба знати»)
- Постова В.В., Рябенка М.О., Мазуркевич І.О.** 551
УПРАВЛІННЯ СЕРВІСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ БАРУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОВІДНОСИН
- Присяжнюк Ю.В.** 565
ВЕРТИКАЛЬНА КООРДИНАЦІЯ АГРОПРОМИСЛОВИХ ЛАНЦЮГІВ: ЗМІСТ ТА ІНСТРУМЕНТИ
- Синоруб Г.П., Вільчинський А.О.** 575
ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ





УДК 338.48:004.738(477)

[https://doi.org/10.52058/2786-5274-2026-4\(56\)-575-588](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2026-4(56)-575-588)

Синоруб Галина Петрівна кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики, доцент, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, м. Тернопіль. <https://orcid.org/0000-0001-7073-0752>

Вільчинський Андрій Олександрович аспірант кафедри журналістики, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, м. Тернопіль. <https://orcid.org/0009-0006-1361-8741>

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Анотація. У статті досліджено цифровізацію туристичних медіа як один із ключових чинників трансформації туристичної галузі України в умовах воєнного часу та посткризового відновлення. Проаналізовано зміни у способах створення, поширення та сприйняття туристичного контенту під впливом цифрових технологій. Значну увагу приділено імерсивним технологіям як інструментам формування ефекту присутності та залучення аудиторії. Визначено, що цифрові туристичні медіа виконують не лише інформаційно-промоційну, а й освітню, культурну, комунікаційну та іміджеву функції, сприяючи популяризації українських дестинацій, збереженню культурної спадщини та підтримці внутрішнього й віртуального туризму. Особливу увагу приділено аналізу Львівської області як одного з найбільш туристичних регіонів України. Встановлено, що Львівщина поступово формує модель smart cultural tourism, у межах якої туристичне медіа трансформується в багатопланове цифрове середовище, що поєднує карти, маршрути, віртуальні тури, AR-маркери, тощо. Показано найбільш успішні кейси, що виникають на перетині трьох сфер – туризму, музейної діяльності та цифрової спадщини, що забезпечує глибший рівень інтерпретації культурного контенту та підвищує його цінність для користувача. Виокремлено основні переваги цифровізації туристичних медіа регіону, серед яких доступність більшості рішень через смартфони та браузері, інтеграція з реальним туристичним досвідом та визначено ключові проблеми, що стримують розвиток: фрагментованість цифрових продуктів, нерівномірність їхнього поширення територією області та переважання проектної логіки над системним платформним підходом. Наголошено, що у перспективі туристичні медіа повинні бути спрямовані не лише на створення нових імерсивних рішень, а й на їх інтеграцію в єдину цифрову туристичну екосистему з уніфікованою навігацією, спільними сервісами доступу та цілісним користувацьким досвідом.





Зроблено висновок, що цифрові туристичні медіа в Україні поступово переходять від експериментального формату до повноцінного інструменту туристичної комунікації та розвитку територій, відіграючи важливу роль у формуванні сучасного образу країни та її конкурентоспроможності на міжнародному рівні.

Ключові слова: медіа, туристичні медіа, аудиторія, імерсивні технології, цифрові технології, регіональні медіа, мультимедіа

Synorub Halyna PhD in Social Communications, Associate Professor of the Department of Journalism, Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University, Ternopil. <https://orcid.org/0000-0001-7073-0752>

Vilchynskiy Andrii PhD student. Department of Journalism, Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University, Ternopil. <https://orcid.org/0009-0006-1361-8741>

DIGITALIZATION OF TOURISM MEDIA AS A TOOL FOR ENHANCING THE TOURIST ATTRACTIVENESS OF UKRAINIAN REGIONS

Abstract. The article examines the digitalization of tourism media as one of the key factors in the transformation of Ukraine's tourism industry in the context of wartime and post-crisis recovery. It analyzes changes in the ways tourism content is created, distributed, and perceived under the influence of digital technologies. Particular attention is paid to immersive technologies as tools for creating a sense of presence and enhancing audience engagement. It is determined that digital tourism media perform not only informational and promotional functions, but also educational, cultural, communicative, and image-building roles, contributing to the promotion of Ukrainian destinations, the preservation of cultural heritage, and the support of both domestic and virtual tourism.

Special attention is given to the analysis of the Lviv region as one of the most prominent tourist regions of Ukraine. It is established that the region is gradually forming a model of smart cultural tourism, within which tourism media are transforming into a multi-layered digital environment that combines maps, routes, virtual tours, AR markers, and more. The study highlights the most successful cases emerging at the intersection of three sectors—tourism, museum practice, and digital heritage—ensuring a deeper interpretation of cultural content and increasing its value for users.

The main advantages of the digitalization of tourism media in the region are identified, including the accessibility of most solutions via smartphones and browsers, as well as their integration with real travel experiences. At the same time, key challenges that hinder development are outlined, namely the fragmentation of digital



products, their uneven distribution across the region, and the predominance of project-based approaches over a systematic platform-based model.

It is emphasized that, in the future, tourism media should focus not only on the creation of new immersive solutions but also on their integration into a unified digital tourism ecosystem with standardized navigation, shared access services, and a coherent user experience. The article concludes that digital tourism media in Ukraine are gradually evolving from an experimental format into a fully-fledged tool for tourism communication and regional development, playing an important role in shaping the country's modern image and enhancing its competitiveness on the international stage.

Keywords: media, tourism media, audience, immersive technologies, digital technologies, regional media, multimedia.

Постановка проблеми. В умовах повномасштабного вторгнення Росії в Україну туристична галузь зазнала суттєвих трансформацій, що спричинило необхідність переосмислення підходів до її функціонування та просування. Традиційні інструменти туристичного маркетингу втратили ефективність через безпекові обмеження, зменшення туристичних потоків і зміну пріоритетів споживачів. У цих умовах цифрові медіа стають ключовим каналом комунікації, однак їх потенціал використовується не повною мірою, а наявні практики часто є фрагментарними та недостатньо системними. Водночас відсутність комплексного підходу до цифровізації туристичних медіа ускладнює формування ефективної інформаційної політики у сфері туризму. Недостатньо дослідженими залишаються питання адаптації контенту до умов війни, використання цифрових інструментів для підтримки внутрішнього туризму та відновлення міжнародного іміджу України. Це зумовлює необхідність поглибленого наукового аналізу ролі цифрових медіа у розвитку туристичної галузі в кризових умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика цифровізації туризму та ролі медіа у просуванні туристичної галузі перебувають у центрі уваги як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Так, учений Миронов Ю. Б. у своїх дослідженнях зосереджує увагу на процесах цифровізації туристичної сфери – впровадженні сучасних інформаційних технологій у розвиток туризму. Науковець аналізував роль віртуальної та доповненої реальності у створенні віртуальних подорожей, вивчав застосування штучного інтелекту для персоналізації туристичного досвіду та підвищення якості обслуговування. Окрім цього, увага приділялася впливу цифрових інструментів на маркетинг туристичних послуг, поведінку споживачів і формування кіберфізичного простору, що поєднує реальний і віртуальний світи, відкриваючи нові можливості для розвитку індустрії туризму [3, С. 339-340].

Учений Шевелюк М. досліджував глобальні тенденції цифровізації, які формують нові виклики та можливості як для окремих країн, так і для регіонів, а також підкреслював зростаючу потребу туристів у персоналізованих послугах із мінімальними зусиллями [18].



На думку Трача Ю. В. цифрова трансформація туристичної галузі має низку вагомих переваг. Для споживачів вона відкриває можливість краще орієнтуватися в туристичних послугах і їх характеристиках, спрощує процес бронювання завдяки зручним онлайн-платформам і мобільним додаткам, а також дозволяє здійснювати оплату дистанційно. Крім того, туристи можуть детально ознайомитися з обраними напрямками через пошукові системи, відеоогляди та відгуки на спеціалізованих ресурсах. Для туристичних агентств цифровізація означає оптимізацію процесів створення турів, а застосування інформаційно-комунікаційних інструментів і аналітичних сервісів дозволяє краще досліджувати поведінку споживачів і швидко адаптувати маркетингові стратегії відповідно до їхніх потреб [17].

Учені Головня О. та Леонтьєв І. окреслили ключові чинники, що стимулюють перехід туристичної галузі до цифровізації. По-перше, стрімкий розвиток технологій, зокрема мобільних додатків, штучного інтелекту та машинного навчання, зробив процес бронювання більш зрозумілим, швидким і орієнтованим на потреби користувача, а чат-боти та голосові помічники ще більше його спрощують. По-друге, сучасні туристи прагнуть максимальної зручності, оперативності та контролю. Це досягається завдяки цифровим платформам, які надають можливість порівнювати різні варіанти, оперативно отримувати інформацію та керувати бронюваннями у будь-який час. По-третє, пандемія COVID-19 суттєво прискорила впровадження онлайн-сервісів, оскільки попит на безконтактні рішення різко зріс і закріпився як новий стандарт поведінки. Важливу роль відіграє активне використання смартфонів, які стали основним інструментом для планування подорожей. Крім того, застосування аналітики даних дозволяє компаніям створювати персоналізовані пропозиції та впроваджувати програми лояльності, які стимулюють клієнтів користуватися саме цифровими каналами [1].

Актуальність цифровізації туристичних медіа в умовах війни зумовлена кардинальними змінами у функціонуванні туристичної галузі у період повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Традиційні форми просування туризму втратили ефективність через обмеження пересування, безпекові ризики та скорочення туристичних потоків. У цих умовах саме цифрові платформи стали провідним каналом комунікації з аудиторією, забезпечуючи оперативне інформування про ситуацію в регіонах, популяризацію безпечних напрямків та підтримку інтересу до України на міжнародному рівні.

Крім того, цифровізація туристичних медіа відіграє важливу роль у збереженні культурної спадщини та формуванні позитивного іміджу країни в умовах інформаційної війни. Віртуальні тури, соціальні мережі та мультимедійний контент дають змогу не лише демонструвати туристичний потенціал, а й документувати історичні події, привертати увагу до української культури та залучати підтримку світової спільноти. Таким чином, цифрові інструменти стають стратегічним ресурсом для відновлення та розвитку туризму як під час війни, так і в повоєнний період.



Учені Королук С. Р. та Малюта Л. Я. розглядають цифровізацію туристичної інфраструктури як важливий інструмент розвитку громад в умовах нестабільності, зокрема під час війни. Вони підкреслюють, що використання цифрових технологій (смарт-платформ, мобільних додатків, інтерактивних карт) допомагає громадам адаптуватися до кризових умов, покращувати туристичні послуги, залучати інвестиції та створювати нові робочі місця. Це сприяє розвитку екотуризму та підвищенню туристичної привабливості [2, С.57-58].

Також дослідники акцентують на важливості поєднання цифровізації з принципами сталого розвитку. Вони зазначають, що надмірний туристичний потік може шкодити довкіллю, тому необхідно впроваджувати цифрові інструменти для моніторингу екологічного стану та регулювання навантаження на природні ресурси. Використання цифрових інвестиційних карт, систем збору даних і навіть VR/AR-технологій, на їхню думку, дозволяє забезпечити баланс між розвитком туризму, збереженням природи та економічними інтересами громад.

Зазначимо, що більшість досліджень зосереджена переважно на загальних аспектах цифровізації туристичної галузі, інноваційних технологіях та їх впливі на економічну ефективність і поведінку споживачів. Водночас недостатньо уваги приділяється ролі туристичних медіа як окремого інструменту комунікації, формування іміджу територій і впливу на туристичні потоки, особливо в умовах воєнного стану. Питання трансформації медіаконтенту, адаптації комунікаційних стратегій та використання цифрових платформ для просування безпечного туризму залишаються недостатньо дослідженими. Актуальним залишається дослідження нових підходів до цифрової комунікації в туризмі, які б враховували виклики війни, сприяли формуванню довіри до туристичних дестинацій та забезпечували ефективне відновлення туристичної галузі України у повоєнний період.

Мета статті полягає у дослідженні впливу цифрових туристичних медіа на формування туристичної привабливості регіонів України.

Виклад основного матеріалу. Цифрові туристичні медіа – це соціальні мережі, блоги, відеоплатформи та онлайн-сервіси бронювання, які стали ключовими каналами комунікації з туристами. Вони впливають на формування туристичних уподобань через візуальний контент, відгуки та рекомендації.

В Україні спостерігається поступове зростання ролі цифрових медіа у просуванні регіонів, зокрема через використання соціальних мереж і цифрових маркетингових кампаній.

Водночас існують проблеми, пов'язані з нерівномірним рівнем цифровізації, недостатньою якістю контенту та обмеженим використанням інноваційних технологій (VR, AR, штучний інтелект).

Отримані результати свідчать, що ефективне використання цифрових медіа сприяє підвищенню туристичної привабливості, формуванню позитивного іміджу регіонів та залученню нових туристичних потоків.



Цифрова трансформація сьогодні є не лише актуальною тенденцією, а й необхідною передумовою розвитку туристичної та культурної сфер. За оцінками, близько 95% туристів активно користуються цифровими технологіями під час планування та здійснення подорожей, що підкреслює потребу адаптації туристичної галузі до цифрового середовища. На етапі формування наміру відвідати певну дестинацію користувачі насамперед звертаються до інтернет-ресурсів: аналізують відгуки інших мандрівників, переглядають віртуальні тури, фото- та відеоматеріали. Водночас приблизно 5% населення не залучені до цифрового простору, що зумовлено обмеженим доступом до інтернету або відсутністю належного технічного покриття [4].

Проаналізуємо цифровізацію туристичних інформаційних платформ Львівської області – одного з найпотужніших туристичних регіонів України, де інноваційні технології активно застосовуються навіть в умовах воєнного часу. У цьому регіоні активно розвиваються офіційні туристичні платформи, зокрема вебсайти та мобільні сервіси, які надають користувачам актуальну інформацію про туристичні об'єкти, маршрути, події та стан безпеки. Важливу роль у цьому процесі відіграє діяльність Львівського туристичного офісу, який активно задіює цифрові канали комунікації (соціальні мережі, інтерактивні карти, онлайн-гіди та мультимедійний контент) для просування регіону як безпечного туристичного напрямку. Завдяки цьому підтримується інтерес як внутрішніх, так і закордонних туристів. Прикладом сучасного цифрового медіа, що використовує технології віртуальної реальності для популяризації туристичних об'єктів України. Платформа надає можливість користувачам здійснювати інтерактивні 3D-тури, ознайомлюватися з культурною спадщиною та природними локаціями без фізичної присутності. Особливостями платформи є інтерактивність, суть якої полягає в можливості огляду простору у форматі 360°, керуванні напрямком перегляду, наявністю інтерактивних точок (hotspots). Візуалізацією туристичних об'єктів є демонстрація архітектурних пам'яток, музеїв, природних ландшафтів; високоякісний фото- та відеоконтент. Ресурс є доступним (через браузер без спеціального обладнання) і зручним, адже надає можливість дистанційного ознайомлення з туристичними локаціями та є корисним для людей з обмеженими можливостями або під час обмежень на подорожі. Платформа виконує кілька важливих функцій: інформаційну (надає відомості про туристичні об'єкти), маркетингову (формує позитивний імідж регіонів), освітню (популяризує культурну спадщину), промоційну (стимулює інтерес до подорожей Україною).

Керівник управління туризму та курортів ЛОВА Тарас Лозинський підкреслив, що територіальним громадам і туристичним локаціям варто активно використовувати онлайн-платформи, адже «користувач, який взаємодіє з туристичним контентом у віртуальному середовищі, з високою ймовірністю може стати реальним відвідувачем» [11].

Інтерактивний музей «Відвідай» [6] є прикладом сучасного цифрового туристичного медіа, що застосовує технології віртуальної реальності для



популяризації туристичних і культурних об'єктів Львівщини. Платформа дозволяє користувачам здійснювати інтерактивні 3D-тури музеями, архітектурними пам'ятками та культурними локаціями без фізичної присутності. Особливістю ресурсу є інтерактивність: можливість огляду простору у форматі 360°, керування напрямком перегляду, а також використання інтерактивних точок (hotspots) із додатковою інформацією про об'єкти.

Візуалізацією об'єктів музею є демонстрація історичних експонатів, пам'яток архітектури та культурних артефактів, високоякісні фото- та відео-контент, що створює ефект «присутності». Інтерактивний музей «Відвідай» є ефективним інструментом цифрової промоції культурних ресурсів, формує попередній досвід відвідування (pre-visit experience) і сприяє залученню туристів як національного, так і міжнародного рівня.

Музей «Під відкритим небом» [7] – це форма музейного комплексу, що розташований на відкритій території й демонструє об'єкти культури, архітектури та побуту. Віртуальний тур музеєм дозволяє відвідувачам дистанційно ознайомитися з культурною та архітектурною спадщиною регіону. Платформа надає інтерактивний 360°-огляд території музею, де представлені традиційні дерев'яні хати, господарські споруди, церкви та інші елементи автентичного побуту Галичини. Кожен об'єкт супроводжується інформаційними точками (hotspots) з описами, що дає змогу дізнатися про історію й призначення споруд.

Онлайн-ресурс *«Львівський історичний музей»* [8] пропонує формат віртуального 3D-туру, який відтворює простір музейної експозиції та дозволяє користувачеві побувати у залах дистанційно. Це інтерактивна цифрова модель музею, створена за допомогою панорамної зйомки, що забезпечує ефект присутності. Основою такого формату є сферичні панорами, поєднані між собою.

Крім того, у Львівській області впроваджуються інноваційні рішення, такі як віртуальні тури, цифрові карти туристичних маршрутів і інтеграція сервісів бронювання. Значна увага приділяється мобільності користувачів – більшість платформ адаптовані під смартфони, що відповідає сучасним тенденціям споживання інформації. Такі інструменти дозволяють туристам самостійно планувати подорожі, отримувати рекомендації та швидко знаходити необхідні послуги. Водночас цифровізація туристичних платформ Львівщини стикається з певними викликами, зокрема необхідністю постійного оновлення інформації, забезпечення кібербезпеки, а також інтеграції різних сервісів у єдину екосистему.

На Львівщині активно впроваджуються імерсивні технології в туристичних медіа – 360°-тури, 3D-моделі, AR-поштівки, мобільні аудіогіди, геолокаційні прогулянки та QR-взаємодія. Тобто регіон не стільки робить ставку на дорогі VR-інсталяції для масового туриста, скільки на доступні веб- і смартфонні формати, які легко масштабуються, працюють дистанційно й водночас мотивують до офлайн-візиту.



У межах обласної програми розвитку туризму та курортів вдалося оцифрувати «туристичні магніти Львівщини». Вебресурс «*Virtual Ukraine*» [10] є єдиний простір. Користувач може самостійно обирати напрямок огляду, обертати камеру на 360 градусів, наближати окремі об'єкти та переходити між залами через спеціальні навігаційні точки. Йдеться мова про нелінійний спосіб перегляду: відвідувач не обмежений чіткою послідовністю, а сам визначає маршрут огляду експозиції.

Віртуальний тур відтворює не лише окремі експонати, а й цілісний музейний простір – інтер'єри залів, розташування предметів, освітлення та атмосферу. Завдяки цьому він виконує не лише інформаційну, а й імітаційну функцію, створюючи відчуття фізичної присутності в музеї. У деяких точках можуть бути доступні додаткові інформаційні елементи – підказки, описи або інтерактивні позначки, які розкривають зміст експонатів. Такий формат має виразну освітню та популяризаційну роль: він робить музей доступним для широкої аудиторії незалежно від місця перебування, сприяє інтересу до культурної спадщини та може використовуватися як допоміжний інструмент у навчанні.

3D-віртуальний тур церкви у Старій Скваряві [11] Святого Архистратига Михаїла є сучасним цифровим продуктом, що поєднує інноваційні технології з популяризацією культурної спадщини України. Він створений на основі високоточної 3D-моделі однієї з найдавніших дерев'яних церков XVI століття та дає можливість користувачеві дистанційно оглянути пам'ятку з ефектом присутності. Завдяки використанню фотограмметрії та лазерного сканування модель відтворює об'єкт із високою точністю: її сформовано з великої кількості фотографій, що дозволяє передати не лише загальну архітектуру, а й найдрібніші деталі – текстуру дерева, особливості конструкцій та елементи інтер'єру. Платформа Sketchfab забезпечує інтерактивність перегляду, адже користувач може змінювати ракурси, масштабувати об'єкт і переміщатися простором. Віртуальний тур охоплює як зовнішній вигляд будівлі, так і її внутрішній простір. Унікальним об'єктом туру є іконостас XVI–XVIII століть, який має значну мистецьку та історичну цінність. Такий формат екскурсії дозволяє детально дослідити іконопис, архітектурний стиль і специфіку традиційного українського будівництва з дерева. Водночас цей проект має важливе освітнє та культурне значення: він робить пам'ятку доступною широкій аудиторії незалежно від місця перебування, сприяє збереженню культурної спадщини у цифровому вигляді та може використовуватися у навчальних, туристичних і наукових цілях.

3D-модель музею Музей Романа Шухевича [12], створена після його руйнування 1 січня 2024 року, демонструє важливість використання цифрових технологій для документування втрат культурної спадщини та її збереження у віртуальному просторі. Крім того, 3D-модель виконує важливу меморіальну функцію, зберігаючи цифрове свідчення про злочини проти української



культурної спадщини. Такий формат дає змогу широкій аудиторії побачити реальні наслідки війни, сприяє збереженню історичної пам'яті та підвищує обізнаність про важливість збереження культурних об'єктів навіть у кризових умовах.

Попри те, що віртуальна реконструкція не може замінити автентичний об'єкт, вона стає ключовим інструментом у процесі майбутньої реставрації, оскільки дозволяє планувати відновлювальні роботи на основі точної просторової інформації. Загалом ця 3D-модель є не лише технічним досягненням, а й важливим культурним і соціальним проектом, що поєднує документування, пам'ять і перспективу відновлення зруйнованої спадщини України.

Державний меморіальний музей Михайла Грушевського [6] показує інший тип імерсивності – камерний, але дуже якісний. Інформаційна платформа дозволяє віртуально оглянути меморіальну віллу Михайла Грушевського і побачити 23 оцифровані музейні предмети – раритети, що належали родині Грушевських, автентичні речі початку ХХ століття та доби Української Революції, а також модель першого пам'ятника Михайлу Грушевському в Україні та львівський пам'ятник ученому. Тривимірні цифрові моделі будівлі дозволяють побачити пам'ятку архітектури початку ХХ століття з усіх боків і побувати у всіх закутках автентичної вілли (від підвалу до горища), де майже 12 років мешкала родина Грушевських. Для користувача це працює через смартфон і спеціальні поштівки-маркери.

У Музеї скла [10] імерсивність вбудована в сам сценарій відвідування: є інтерактивний екран, технологічна кімната, квест із QR-кодами, а також аудіогід чотирма мовами – українською, англійською, польською та китайською. Це показовий кейс «мікроімерсивності»: невеликі 3D-всесвіти, а низка дрібних, але добре продуманих цифрових контактів, які підсилюють увагу, залучення й навчання. Формат онлайн-музеїв, представлений на сайті Державного архіву Львівської області [5] виконує функцію віртуального «входу» до культурного простору регіону, формуючи зацікавлення потенційних відвідувачів і стимулюючи культурний туризм.

Онлайн-музеї виступають своєрідними медіапродуктами, що презентують історико-культурну спадщину Львівщини у доступному цифровому форматі. Завдяки чіткій тематичній організації та зосередженню на подіях, постатях і суспільних явищах, вони формують цілісні історичні наративи, здатні зацікавити потенційного туриста й водночас слугують засобом попереднього ознайомлення з історико-культурним контекстом дестинації.

Цифровий характер виставок дозволяє інтегрувати їх у ширший медіа-простір туризму: вони можуть використовуватися на туристичних порталах, у мобільних застосунках, віртуальних гідах або освітніх платформах. Оцифровані архівні документи (фото, рукописи, преса) виконують роль автентичного контенту, який підсилює довіру до інформації та формує уявлення про історичну епоху.



Крім того, структурованість і нарративність таких виставок наближає їх до формату сторітелінгу – одного з ключових інструментів сучасних туристичних медіа. Вони не просто інформують, а розповідають історії, що емоційно залучають аудиторію та мотивують до подорожей.

Отже, проаналізовані онлайн-ресурси можна трактувати як різновид цифрового туристичного контенту, який поєднує наукову достовірність із медійною привабливістю. Вони виконують роль віртуальних експозицій, що не лише зберігають культурну спадщину, а й активно включаються в процес формування туристичної привабливості регіону.

Заслуговує на увагу інформаційний ресурс «Lviv Travel» [14], який позиціонується як головний туристичний медіахаб. На сторінці знаходимо рубрику «Lviv Guide App» із інтерактивною картою, рекомендованими подіями, авторськими аудіорозповідями та можливістю завантажити наповнення для офлайн-використання. Важливо, що імерсивність тут не «ефектна», а функціональна – місто починає «говорити» з туристом через мапу, звук і маршрут.

Застосунок «Travel Fellow» [15] – «гід у смартфоні», що функціонує за допомогою геолокації. Коли користувач наближається до локації на відстань близько 10 метрів, система автоматично запускає аудіосупровід; водночас доступними залишаються текстові матеріали та візуальні зображення для перегляду. Це вже повноцінний імерсивний сценарій «місто як медіапростір»: контент вмикається не вручну, а контекстно, у потрібній точці маршруту. У комунікаційному сенсі це дуже вдалий формат для Львова, оскільки поєднує самостійність користувача, персоналізацію досвіду, безпечність, мультимовність і можливість рухатися у власному темпі.

Проект *Pinsel.AR* [16] ілюструє, як імерсивні медіа можуть ефективно взаємодіяти з брендом культурної спадщини Львівського регіону. Є структурними компонентами є аудіогід, 3D-копії скульптур, фотограметрія, 3D-сканування, VR та AR для популяризації спадщини Іоана Георга Пінзеля. У цьому контексті проєкт виходить за межі традиційного музейного сервісу й стає прикладом того, як завдяки цифровим інструментам регіон може «упаковувати» власну мистецьку унікальність у сучасний туристичний продукт.

Загалом, у львівських медіа використовується шість найпоширеніших типів імерсивних практик:

Таблиця 1

Практики імерсивності в туристичних медіа Львівщини

Інформаційні ресурси Львівщини	Формат
Travel Fellow	Геолокаційний аудіосупровід
Lviv Guide App	Інтерактивні карти й офлайн-контент
Музей скла	QR/аудіогід/квест





Інформаційні ресурси Львівщини	Формат
Музей у 3D, DMH Lviv AR	AR-пошивки й AR-маркери
Музей Романа Шухевича Державний меморіальний музей Михайла Грушевського Музей скла	3D-моделі та віртуальні тури
Pinsel.AR	AR/VR-інтерпретація мистецтва

Імерсивні технології відкривають новий рівень представлення туристичних дестинацій у медіа, поєднуючи емоційний вплив із високою інформативністю. Завдяки використанню віртуальної та доповненої реальності, панорамного відео й інтерактивних форматів користувач отримує ефект «присутності», що дозволяє оцінити привабливість туристичного об'єкту і сформувати усвідомлений вибір подорожі. Такі технології значно підвищують залученість аудиторії, сприяють концентрації уваги та посиленню довіри до контенту, адже інформація подається не лише через текст чи зображення, а через досвід.

Щодо цифровізації туристичних медіа Львівщини, то однією з ключових переваг є їхня доступність. Більшість рішень функціонують через смартфон або браузер і не потребують дорогого обладнання, що робить імерсивний досвід не елітарним, а масовим і відкритим для широкої аудиторії. Другою важливою перевагою є тісний зв'язок із реальною подорожжю, адже імерсивні формати не ізолюють користувача в цифровому середовищі, а, навпаки, стимулюють відвідати локацію, глибше її зрозуміти та продовжити взаємодію після візиту (AR-поштівки, музейні аудіогіди та 360°-тури). Третя сильна сторона полягає у культурно-освітній глибині. Цифрові технології використовуються не лише для розваги, а й для інтерпретації складної культурної, сакральної, меморіальної та екологічної спадщини, що підвищує якість туристичного контенту та робить його більш змістовним і стійким у довгостроковій перспективі. Крім того, імерсивні рішення розширюють доступність туристичного продукту для людей з обмеженими можливостями або тих, хто не має змоги подорожувати фізично, що робить туристичні медіа більш інклюзивними та сучасними.

Висновки. Отже, цифровізація туристичних медіа в Україні, зокрема на прикладі Львівщини, виступає важливим чинником трансформації туристичної галузі в умовах воєнного часу та посткризового відновлення. Проведений аналіз засвідчив, що цифрові платформи, імерсивні технології та мультимедійний контент не лише компенсують обмеження традиційного туризму, а й формують нові моделі взаємодії з аудиторією, поєднуючи інформаційну, освітню та промоційну функції. Вони сприяють підвищенню туристичної привабливості регіонів, формуванню позитивного іміджу України та підтримці інтересу до її культурної спадщини як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Водночас розвиток цифрових туристичних медіа супроводжується низкою викликів, серед яких ключовими є фрагментованість рішень, нерівномірність



цифрового покриття територій та відсутність цілісної платформної екосистеми. Це зумовлює потребу у стратегічному підході до цифровізації, який передбачає інтеграцію існуючих сервісів, забезпечення їх сталого функціонування та підвищення якості користувацького досвіду. Таким чином, цифрові туристичні медіа слід розглядати не лише як інструмент маркетингу, а як комплексний механізм розвитку туризму, збереження культурної спадщини та формування комунікаційної стійкості в умовах війни. Визріває необхідність у розробці ефективних моделей інтеграції цифрових рішень, оцінку їх впливу на туристичну поведінку та формування інноваційних стратегій розвитку туристичних дестинацій України у повоєнний період.

Перспективи подальших досліджень у цій сфері пов'язані насамперед із поглибленим вивченням процесів формування цілісної цифрової екосистеми туристичних медіа в умовах розвитку smart cultural tourism. Актуальним є аналіз механізмів інтеграції різнорідних імерсивних рішень – від 3D-турів і AR-маркерів до геолокаційних сервісів і цифрових маршрутів – у єдиний користувацький досвід, що передбачає спільну навігацію, уніфіковані платформи доступу та наскрізну мультимовність.

Окремої уваги потребує оцінка ефективності імерсивних технологій у формуванні туристичної привабливості регіону, зокрема їх впливу на поведінку користувачів, рівень залученості та прийняття рішень щодо подорожей.

Перспективним є вивчення можливостей створення єдиного цифрового середовища (платформи або екосистеми), яке забезпечить інтеграцію контенту, сервісів і комунікації між усіма учасниками туристичного ринку. Крім того, доцільним є дослідження питань стандартизації користувацького досвіду, довготривалої підтримки цифрових продуктів та їх масштабування на інші регіони України. У контексті післявоєнного відновлення важливо також проаналізувати роль імерсивних медіа у відбудові культурної спадщини, збереженні історичної пам'яті та формуванні міжнародного іміджу України як сучасної цифрової туристичної дестинації.

Література

1. Головня О. Сучасні пріоритети цифрової трансформації в туристично-рекреаційній індустрії / О. Головня, І. Леонтєв // Економіка та суспільство. – 2025. – №72.
2. Королюк С. Р. Цифровізація туристичної інфраструктури як чинник сталого розвитку громад у період нестабільності / С. Р. Королюк, Л. Я. Малюта // Тези доповідей V міжнародної науково-практичної конференції учених та студентів «Цифрова економіка як фактор інновацій та сталого розвитку суспільства». (28-29 листопада 2024 року). – Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2024. – С. 57-58.
3. Миронов Ю. Б. Цифровізація сфери туризму як актуальний тренд сучасності / Ю. Б. Миронов // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення» (29-30 травня 2024 року). – Львів: Видавництво ЛТЕУ. 2024. – С. 339-340.
4. Оцифрування туризму та культури від лідерки віртуального туризму: на Львівщині відбулася онлайн лекція. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://loda.gov.ua/news/100337>





5. Сайт Державного архіву Львівської області. Виставки онлайн. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lnk.ua/j2qFADi2F>
6. Сайт Державного меморіального музею Михайла Грушевського. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://lnk.ua/epg3Ts805>
7. Сайт Інтерактивного музею «Відвідай». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://old.daily.lviv.com/3D/Ioda/>
8. Сайт Музею України просто неба. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://museums.authenticukraine.com.ua/ua/>
9. Сайт Музею науки. Львів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://museumlviv.com/3d-tour/>
10. Сайт Музею скла. URL: <https://lviv.travel/ua/places/museums/lim-muzei-skla>
11. Сайт Львівщини. Virtual Ukraine. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://virtualukraine.travel/F1gjBr5DMI/41237983p&75.53h&90t>
12. Сайт Sketchfab. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lnk.ua/7pJ7x8fwX>
13. Сайт Skeiron. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://skeiron.com.ua/publications/22>
14. Сайт Lviv Travel. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://lviv.travel/ua/lviv-tic>
15. Сайт Travel Fellow. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://lviv.travel/ua/news/travel-fellow1>
16. Сайт Pinsel AR. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://lviv.travel/en/news/pinsel-ar>
17. Трач Ю. В. Тенденції цифровізації в сфері туризму. Мистецтвознавчі та культурологічні дослідження: історія, теорія, практика. / Ю. В. Трач // Матеріали круглого столу в межах Всеукр. наук.-практ. конф. «Філософія тексту в сучасній культурі». (29 березня 2019 року). – Київ. КНУКіМ. С. 27–30.
18. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку / М. М. Шевелюк // Питання культурології. – 2021. – № 38.

References

1. Holovnia O., & Leontiev I. (2025). Suchasni priorityety tsyfrovoyi transformatsii v turystychno-rekreatsiynii industrii. *Ekonomika ta suspilstvo*. [Modern priorities of digital transformation in the tourism and recreation industry]. *Ekonomika ta suspilstvo*. – *Economy and society*, 72. Retrieved from <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5760> [in Ukrainian].
2. Koroliuk S. R., & Maliuta L. Ya. (2024). Tsyfrovizatsiia turystychnoi infrastruktury yak chynnyk staloho rozvytku hromad u period nestabilnosti. [Digitalization of tourist infrastructure as a factor of sustainable development of communities in a period of instability]. Proceedings from MIIM '24: *V Mizhnarodna naukovopraktychna konferentsia uchenykh ta studentiv «Tsyfrova ekonomika yak faktor innovatsii ta staloho rozvytku suspilstva»*. – *The V International scientific and practical conference of scientists and students «Digital economy as a factor of innovation and sustainable development of society»*. (pp. 57-58). Ternopil: TNTU im. I. Puliuia. [in Ukrainian].
3. Myronov Yu. B. (2024). Tsyfrovizatsiia sfery turyzmu yak aktualnyi trend suchasnosti. [Digitalization of the tourism sector as an actual modern trend]. Proceedings from MIIM '24: *Mizhnarodna naukovopraktychna konferentsia «Suchasni napriamy rozvytku ekonomiky, pidpriemnytstva, tekhnologii ta yikh pravovoho zabezpechennia»*. . – *The International scientific and practical conference «Modern directions of development of economy, entrepreneurship, technologies and their legal support»* (pp. 339-340). Lviv: Vydavnytstvo LTEU. [in Ukrainian].



4. Otsyfruvannia turyzmu ta kultury vid liderky virtualnogo turyzmu: na Lvivshchyni vidbulasia onlain lektsiia. [Digitization of tourism and culture from the leader of virtual tourism: an online lecture was held in Lviv Oblast]. <https://loda.gov.ua/news/100337> Retrieved from <https://loda.gov.ua/news/100337> [in Ukrainian].
5. Sait zhurnaluv Derzhavnogo arkhivu Lvivskoi oblasti [Website of the State Archive of the Lviv region]. <https://lnk.ua/j2qFADi2F/>. Retrieved from <https://lnk.ua/j2qFADi2F/> [in Ukrainian].
6. Sait Derzhavnogo memorialnogo muzeiu Mykhaila Hrushevskoho. [Website of the Mykhailo Hrushevskyi State Memorial Museum]. <https://lnk.ua/epg3Ts805>. Retrieved from <https://lnk.ua/epg3Ts805> [in Ukrainian].
7. Sait Interaktyvnogo muzeiu «Vidvidai». [Website of the Interactive Museum «Visit»]. <https://old.dailylviv.com/3D/loda/>. Retrieved from <https://old.dailylviv.com/3D/loda/> [in Ukrainian].
8. Sait Muzeiu Ukrainy prosto neba [The website of the Open Air Museum of Ukraine]. <https://museums.authenticukraine.com.ua/ua/>. Retrieved from <https://museums.authenticukraine.com.ua/ua/> [in Ukrainian].
9. Sait Muzeiu nauky. Lviv. [Website of the Museum of Science. Lviv]. <https://museumlviv.com/3d-tour/>. Retrieved from <https://museumlviv.com/3d-tour/>. [in Ukrainian].
10. Sait Muzeiu skla. [Museum of Glass website].: <https://lviv.travel/ua/places/museums/lim-muzei-skla>. Retrieved from <https://lviv.travel/ua/places/museums/lim-muzei-skla> [in Ukrainian].
11. Sait Lvivshchyny. Virtual Ukraine. [Website of Lviv Oblast. Virtual Ukraine] <https://lnk.ua/ZjdKLMwtl>. Retrieved from <https://lnk.ua/ZjdKLMwtl>. [in Ukrainian].
12. Sait Sketchfab. [Website of Sketchfab]. <https://lnk.ua/7pJ7x8fwX>. Retrieved from <https://lnk.ua/7pJ7x8fwX>. [in Ukrainian].
13. Sait Skeiron. [Website of Skeiron]. <https://skeiron.com.ua/publications/22>. Retrieved from <https://skeiron.com.ua/publications/22>
14. Sait Lviv Travel. [Website of Lviv Travel]. <https://lviv.travel/ua/lviv-tic>. Retrieved from <https://lviv.travel/ua/lviv-tic>.from
15. Sait Travel Fellow [Website of Travel Fellow]. <https://lviv.travel/ua/news/travel-fellow1>. Retrieved from <https://lviv.travel/ua/news/travel-fellow1>
16. Sait Pinsel AR. [Website of Pinsel AR]. <https://lviv.travel/en/news/pinsel-ar> Retrieved from <https://lviv.travel/en/news/pinsel-ar>
17. Trach Yu. (2019). Tendentsii tsyfrovizatsii v sferi turyzmu. Mystetstvoznachchi ta kulturolohichni doslidzhennia: istoriia, teoriia, praktyka. [Digitalization trends in tourism. Art studies and cultural studies: history, theory, practice]. Materialy kruhloho stolu v mezhakh Vseukr. nauk.-prakt. konf.«Filosofia tekstu v suchasni kulturi». – Materials of the round table within the framework of the All-Ukrainian scientific and practical conference «Philosophy of the text in modern culture». (pp. 27-30).Kyiv. KNUKiM. [in Ukrainian].
18. Sheveliuk M. M. (2021). Tsyfrovizatsiia u sferi turyzmu: innovatsiini trendy i priorytetni napriamy rozvytku. [Digitalization in the field of tourism: innovative trends and priority areas of development]. *Pytannia kulturolohii – Issues of cultural studies*, 38. Retrieved from <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956> [in Ukrainian].

Дата першого надходження статті до видання: 22.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 05.04.2026