

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Волинський національний університет імені Лесі Українки**  
**Факультет історії, політології та національної безпеки**  
**Кафедра музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної**  
**діяльності**

**СИЛАБУС**  
**вибіркового освітнього компонента**

**ІНФОРМАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ**  
**підготовки першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

**Силабус освітнього компонента «ІНФОРМАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ»** підготовки бакалаврського освітнього рівня.

**Розробник:** Петрович В. В., доцент кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності, к.і.н., доцент.

**Погоджено**

Гарант освітньо-професійної програми:



(Надольська В. В.)

**Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри** музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності

протокол № 8 від 21 січня 2026 р.

Завідувач кафедри:



(Гаврилюк С. В.).

### 1. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма здобуття освіти	Галузь знань 02 Культура і мистецтво	Вибірковий
Кількість годин/кредитів 150/5	Спеціальність 027 Музезнавство, пам'яткознавство	Рік навчання: 3-й Семестр: 5-й
ІНДЗ: є	Освітньо-професійна програма «Музейний менеджмент, культурний туризм»	Лекції: 10 год.
		Практичні (семінарські): 20 год.
		Самостійна робота: 110 год.
	Освітній рівень бакалаврський	Консультації: 10 год.
		Форма контролю: залік
Мова навчання	українська	Навчальний план 2024 р. зі змінами 2025 р.

### II. Інформація про викладача

**ІІІ:** Петрович Валентина Василівна.

**Науковий ступінь:** кандидат історичних наук.

**Вчене звання:** доцент.

**Посада:** доцент кафедри музезнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності.

**Контактна інформація:** e-mail: valyavp@ukr.net

**Дні занять:** див. електронний розклад <https://ps.vnu.edu.ua/cgi-bin/timetable.cgi>

### III. Опис освітнього компонента

**1. Анотація курсу.** Силабус освітнього компонента «Інформаційне середовище та соціокультурні комунікації» складено з урахуванням можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів освіти бакалаврського рівня. Він спрямований на формування системного уявлення про сучасне інформаційне середовище як ключовий чинник соціокультурного розвитку суспільства та важливого ресурсу управління, популяризації та збереження культурної спадщини. У курсі розглядаються теоретичні та прикладні засади соціокультурних комунікацій у діяльності музеїв, культурних інституцій і туристичних організацій. Особлива увага приділяється ролі музейної комунікації, медіа, цифрових платформ

і соціальних мереж у формуванні культурної ідентичності, іміджу музеїв і туристичних дестинацій, залученні аудиторій та розвитку культурного туризму. У межах дисципліни розглядаються проблеми інформаційної політики культурних установ, етичні та соціокультурні аспекти комунікацій, питання інформаційної безпеки, протидії дезінформації та формування довіри до культурного контенту. Засвоєння курсу сприяє розвитку управлінських, комунікативних і аналітичних компетентностей, необхідних для ефективної професійної діяльності в галузі музейного менеджменту та культурного туризму в умовах цифрової трансформації.

## 2. Мета і завдання освітнього компонента.

**Мета освітнього компонента:** формування у здобувачів вищої освіти системних знань про функціонування сучасного інформаційного середовища та соціокультурних комунікацій, а також розвиток практичних умінь і навичок ефективного управління інформаційними та комунікаційними процесами у сфері музейного менеджменту й культурного туризму.

**Основними завданнями** вивчення освітнього компонента «Інформаційне середовище та соціокультурні комунікації» є: ознайомити здобувачів освіти з теоретичними засадами функціонування сучасного інформаційного середовища та соціокультурних комунікацій; сформувати розуміння ролі інформації та комунікації у розвитку музейної справи й культурного туризму; розкрити особливості комунікаційної діяльності музеїв, культурних інституцій і туристичних організацій у цифровому середовищі; сприяти набуттю практичних навичок використання цифрових платформ, соціальних мереж і онлайн-інструментів для популяризації культурної спадщини; розвинути здатність проєктувати та реалізовувати соціокультурні комунікації з різними цільовими аудиторіями (відвідувачі, туристи, громади, партнери); сформувати навички критичного оцінювання інформації, протидії дезінформації та дотримання етичних норм у комунікаційній діяльності культурних установ.

**3. Soft skills.** Вивчення освітнього компонента дозволить здобувачам освіти розвинути комунікативні навички в професійному середовищі; навички критичного мислення; навички креативності та міжкультурної компетентності; навички роботи в команді; навички публічних виступів і презентації; навички етичної відповідальності.

## 4. Структура освітнього компонента.

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ. (семін.)	Сам. роб.	Консультації	Форма контролю/бали
1	2	3	4	5	6	7
<b>Тема 1.</b> Інформаційне середовище сучасного суспільства: структура, функції, тенденції розвитку	10	2		7	1	ДС

<b>Тема 2.</b> Соціокультурні комунікації як чинник збереження та популяризації культурної спадщини	10	2		7	1	ДС
<b>Тема 3.</b> Аналіз інформаційного середовища діяльності музею або туристичної дестинації.	10		2	7	1	ДС, УО, Р, ІРС / 6
<b>Тема 4.</b> Музейні та туристичні комунікації в цифровому середовищі	10	2		7	1	ДС
<b>Тема 5.</b> Цільові аудиторії та комунікаційні потреби у музейній і туристичній сфері.	10		2	7	1	ДС, УО, Р, ІРС / 6
<b>Тема 6.</b> Комунікаційні стратегії сучасних музеїв (національний та міжнародний досвід).	10		2	8		ДС, УО, Р, ІРС / 6
<b>Тема 7.</b> Медіа, інформаційна політика та імідж культурних інституцій	10	2		8		ДС
<b>Тема 8.</b> Розробка інформаційних повідомлень і культурного контенту для різних каналів комунікації	10		2	7	1	ДС, УО, Р, ІРС / 6
<b>Тема 9.</b> Соціальні мережі як інструмент соціокультурних комунікацій музеїв і туристичних організацій.	10		2	7	1	ДС, УО, Р, ІРС / 6
<b>Тема 10.</b> Створення концепції цифрової виставки або віртуального музейного проєкту.	10		2	7	1	ДС, УО, Р, ІРС / 6
<b>Тема 11.</b> Комунікація з відвідувачами та туристами: зворотний зв'язок, участь спільнот, інклюзивність.	10		2	7	1	ДС, УО, Р, ІРС / 6
<b>Тема 12.</b> Соціокультурні ризики інформаційного середовища та інформаційна безпека в сфері культури і туризму	10	2		8		ДС
<b>Тема 13.</b> Медіамоніторинг і аналіз інформаційних ризиків у культурній та туристичній діяльності.	10		2	8		ДС, УО, Р, ІРС / 6
<b>Тема 14.</b> Розробка комунікаційної стратегії музею або туристичної дестинації.	10		2	8		ДС, УО, Р, ІРС / 6
<b>Тема 15.</b> Презентація та обговорення командних проєктів з соціокультурних комунікацій.	10		2	7	1	ДС, УО, Р, ІРС / 6
<b>Робота на семінарських заняттях</b>						60 балів (6 балів x 10 занять)
<b>Активна участь у роботі семінарських занять</b>						10 балів
<b>Відвідування і робота на лекційних заняттях</b>						10 балів
<b>Виконання завдань самостійної роботи</b>						10 балів
<b>ІНДЗ</b>						10 балів
<b>Усього годин/ балів</b>	150	10	20	110	10	100 балів

Форма контролю\*: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач/кейсів, ІНДЗ/ІРС – індивідуальне завдання/індивідуальна робота студента, РМГ – робота в малих групах, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору, УО – усне опитування тощо.

### 5. Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота здобувачів вищої освіти виконується за завданням і при методичному керівництві викладача, але без його безпосередньої участі. Самостійна робота здобувачів включає як повністю самостійне освоєння окремих тем дисципліни, так й опрацювання тем, які розглядаються під час аудиторної роботи. У ході самостійної роботи здобувачі вищої освіти опрацьовують та конспектують навчальну, наукову і довідкову літературу, виконують завдання, спрямовані на закріплення знань і формування умінь та навичок, готуються до поточного і проміжного контролю з ОК.

№ теми	Види, зміст самостійної роботи
1	Опрацювання лекційного матеріалу. Підготовка до семінарського заняття. Інформаційне середовище сучасного музею: структура, ресурси та канали комунікації.
2	Опрацювання лекційного матеріалу. Підготовка до семінарського заняття. Соціокультурні комунікації як інструмент популяризації культурної спадщини.
3	Підготовка до семінарського заняття. Роль цифрових технологій у розвитку музейної справи та культурного туризму.
4	Підготовка до семінарського заняття. Аналіз комунікаційної діяльності обраного музею або туристичної дестинації.
5	Підготовка до семінарського заняття. Інформаційна політика культурних установ: принципи, цілі та інструменти реалізації.
6	Опрацювання лекційного матеріалу. Підготовка до семінарського заняття. Соціальні мережі музеїв: особливості контенту, стилю та взаємодії з аудиторією.
7	Підготовка до семінарського заняття. Віртуальні музеї та онлайн-виставки як форма соціокультурної комунікації.
8	Опрацювання лекційного матеріалу. Проблеми дезінформації та маніпуляції в культурному й туристичному інформаційному просторі.
9	Підготовка до семінарського заняття. Міжкультурна комунікація в музейній та туристичній діяльності.
10	Підготовка до семінарського заняття. Етичні аспекти інформаційної та комунікаційної діяльності у сфері культури і туризму.

#### Індивідуальне науково-дослідне завдання:

Індивідуальне науково-дослідне завдання виконується у формі реферату за обраною здобувачем вищої освіти темою та складеним відповідно до кожної теми планом (список тем подається нижче). Реферат повинен містити титульний лист, зміст, вступ, текст, висновки, список використаних джерел, додатки. Кожний розділ тексту має починатися з нової сторінки. В кінці виконаного завдання потрібно вказати опрацьовану літературу (не менше 5–10 джерел), перелік якої обов’язково повинен включати наукові публікації за останні три роки. Складається він у

алфавітному порядку відповідно до стандарту бібліографічного опису (ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»). Реферат має бути надрукований на папері формату А 4. Обсяг реферату – 15–20 сторінок. Повнота висвітлення обраної теми визначатиме оцінку (максимально 10 балів).

**Тематика індивідуальних науково-дослідних завдань:**

1. Інформаційне середовище музею як чинник формування культурної ідентичності суспільства.
2. Соціокультурні комунікації в музейній діяльності: сутність, функції, моделі.
3. Цифровізація музейних комунікацій: сучасний стан і перспективи розвитку.
4. Роль офіційних вебсайтів музеїв у формуванні їхнього іміджу.
5. Соціальні мережі як інструмент комунікації музеїв із відвідувачами.
6. Віртуальні музеї та онлайн-виставки як форма популяризації культурної спадщини.
7. Комунікаційні стратегії музеїв у контексті розвитку культурного туризму.
8. Інформаційна політика музею: принципи формування та реалізації.
9. Формування бренду музею в інформаційному середовищі.
10. Музейна комунікація як засіб залучення локальних спільнот.
11. Міжкультурна комунікація в діяльності музеїв і туристичних інституцій.
12. Вплив цифрових медіа на трансформацію культурних практик і споживання культурного продукту.
13. Інформаційні ризики та загрози в діяльності музеїв і туристичних організацій.
14. Дезінформація та маніпуляція в культурному й туристичному інформаційному просторі.
15. Етичні засади інформаційної та комунікаційної діяльності музеїв.
16. Комунікація музеїв із туристичними операторами та партнерами.
17. Роль сторітелінгу в соціокультурних комунікаціях музеїв.
18. Інклюзивні комунікації та доступність культурного контенту.
19. Використання мультимедійних технологій у музейній комунікації.
20. Інноваційні комунікаційні практики у сфері музейного менеджменту та культурного туризму.

Максимальна оцінка – 10 балів.

#### **IV. Політика оцінювання**

При вивченні освітнього компонента «Інформаційне середовище та соціокультурні комунікації» застосовується поточний та підсумковий семестрові форми контролю. Також, передбачено обов'язковий контроль засвоєння навчального матеріалу дисципліни, віднесеного

на самостійну роботу. Поточний контроль (засвоєння окремих тем) проводиться у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на лекціях та семінарських заняттях, у формі виступів здобувачів вищої освіти з доповідями та під час дискусій при обговоренні навчальних питань на семінарських заняттях, у формі написання рефератів, виконання тематичних тестових завдань, підготовки ІНДЗ.

При вивченні освітнього компонента необхідно спиратися на конспект лекцій та рекомендовану навчальну, наукову і довідкову літературу. Вітається використання інших джерел з альтернативними поглядами на ті чи інші питання задля формування продуктивної дискусії з проблем курсу.

Відвідування занять є обов'язковим. У разі підписання здобувачем вищої освіти індивідуального плану обов'язковим є виконання індивідуальних завдань згідно зі встановленим викладачем графіком. Високо оцінюється прагнення здобувачів вищої освіти: регулярно відвідувати заняття; планомірно та систематично засвоювати навчальний матеріал; активно працювати на лекційних і семінарських заняттях, брати участь в обговоренні дискусійних питань; повною мірою долучатися до активних форм навчання; відпрацьовувати пропущені семінарські заняття. Навчання за індивідуальним графіком може бути організоване за допомогою дистанційних технологій навчання, або в інший спосіб (електронний особистий кабінет здобувача, електронна пошта, доступні аудіокомунікаційні сервіси).

Недопустимими є: пропуски з неповажних причин та запізнення на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття (окрім випадків, передбачених навчальним планом та методичними рекомендаціями викладача); списування та плагіат.

Здобувачі вищої освіти мають дотримуватися академічної доброчесності: самостійно виконувати усі навчальні завдання, завдання підсумкового контролю. У разі використання ідей, тверджень, відомостей при виконанні усіх завдань, передбачених силабусом, необхідно у формі посилань вказувати на джерела інформації. Дотримуватись норм законодавства про авторське право і суміжні права. Дотримуватись положень «Кодексу академічної доброчесності ВНУ імені Лесі Українки».

У випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття з поважних причин та надав підтверджуючий документ, на консультаціях він має право відпрацьовувати пропущені заняття (усно або у формі тестування) та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми. Пропущені з поважних причин заняття відпрацьовуються у визначений час згідно затвердженого графіка.

Консультації здобувачам вищої освіти надаються: на кафедрі згідно графіку; онлайн через Університетський портал – Office 365, за допомогою Viber чи електронної скриньки (за попередньою домовленістю з викладачем).

Результати навчання, здобуті здобувачем освіти шляхом неформальної та/або інформальної освіти, визнаються у ВНУ імені Лесі Українки шляхом валідації. Порядок та процедура визнання регламентується «Положенням про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у ВНУ імені Лесі Українки». Визнанню можуть підлягати такі результати навчання, отримані в неформальній освіті (професійні курси/тренінги, громадянська освіта, онлайносвіта, професійні стажування та ін.), які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню, тощо, які передбачені силабусом навчальної дисципліни. Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, відбувається в семестрі, що передує семестру початку вивчення освітнього компонента, або під час вивчення ОК (але не пізніше початку останнього місяця навчання, враховуючи ймовірність непідтвердження здобувачем результатів такого навчання).

Загалом оцінювання здобувачів здійснюється відповідно до «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти ВНУ імені Лесі Українки». Максимальну кількість балів (100) можна набрати упродовж семестру за результатами виконання усіх видів робіт, які передбачені силабусом:

1. Робота на семінарських заняттях (максимум 60 балів – 6 балів x 10 занять).
2. Активна участь у роботі семінарських заняттях (максимум 10 балів).
3. Відвідування і робота на лекційних заняттях (максимум 10 балів).
4. Виконання завдань самостійної роботи (максимум 10 балів).
5. Виконання ІНДЗ (максимум 10 балів).

## **V. Підсумковий контроль**

Семестровий залік виставляється здобувачам освіти на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи упродовж семестру за 100-бальною шкалою. У дату складання заліку викладач фіксує у відомості суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів).

У випадку, якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час ліквідації академічної заборгованості. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання, анулюються. Максимальна кількість балів на залік під час ліквідації академічної заборгованості – 100. Повторне складання заліку допускається не більше як два рази: один раз – викладачеві, другий – комісії, яку створює декан факультету.

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком навчального процесу,

**Перелік питань для підсумкового контролю:**

1. Поняття «інформаційне середовище» та його складові.
2. Основні функції інформаційного середовища у суспільстві.
3. Поняття «соціокультурних комунікацій» і їх значення для музеїв.
4. Роль інформаційного середовища у формуванні культурної ідентичності.
5. Вплив цифровізації на музейну та туристичну діяльність.
6. Особливості використання соціальних мереж у комунікаційній діяльності музеїв.
7. Віртуальний музей і його переваги для аудиторії.
8. Онлайн-виставки: ключові цілі та форми реалізації.
9. Основні принципи інформаційної політики музеїв.
10. Комунікаційні стратегії музеїв та туристичних організацій: цілі і завдання.
11. Роль медіа у формуванні іміджу культурної установи.
12. Формування брендів музеїв і туристичних дестинацій.
13. Основні методи залучення відвідувачів та туристів через комунікації.
14. Поняття «міжкультурна комунікація» та її важливість для музеїв.
15. Соціокультурні ризики інформаційного середовища: приклади та наслідки.
16. Дезінформація і маніпуляція в культурній та туристичній сфері.
17. Етичні аспекти комунікацій у діяльності музеїв та туристичних організацій.
18. Аналіз інформаційних потоків: методи та практичне застосування.
19. Оцінювання ефективності комунікаційної стратегії музею.
20. Роль мультимедійних технологій у презентації культурного продукту.
21. Storytelling (сторітелінг) у соціокультурних комунікаціях: приклади застосування.
22. Інклюзивність та доступність інформаційного контенту у музеях.
23. Розробка комунікаційного проєкту: основні етапи.
24. Використання цифрових платформ для популяризації культурної спадщини.
25. Взаємодія музеїв з локальними спільнотами: інформаційний аспект.
26. Можливості та обмеження онлайн-комунікацій у культурному туризмі.
27. Порівняння традиційних та цифрових каналів комунікації для музеїв.
28. Методи збору та аналізу відгуків аудиторії.
29. Вплив комунікації на розвиток культурного туризму.
30. Перспективи інноваційних комунікаційних практик у музейному менеджменті.

## VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 – 81	
67 – 74	
60 – 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

## VII. Рекомендована література

### Основна література

1. Богомаз К. Ю. Соціальні комунікації в управлінні : конс. лекц. Дніпродзержинськ, ДДТУ, 2016. 84 с. URL: [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_243\\_95274425.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_243_95274425.pdf).
2. Саврасова-В'юн Т. Комунікативний практикум : навч.-метод. посіб. Київ : Київ. стол. ун-т ім. Б. Грінченка, 2024. 184 с. URL: [https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/49331/1/T\\_Savrasova\\_Viun\\_%D0%9A%D0%A0\\_2024\\_FUFK\\_M.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/49331/1/T_Savrasova_Viun_%D0%9A%D0%A0_2024_FUFK_M.pdf?utm_source=chatgpt.com)

### Додаткова література

3. Абрашкевичус Г. Конструювання міжкультурної комунікації в умовах інформаційного суспільства. URL: [https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD3\\_Abrashkevichus.pdf](https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD3_Abrashkevichus.pdf).
4. Антонова Л., Гололобов С. Цифрова трансформація музеїв: виклики та можливості для державної політики у сфері культури. *Публічне управління та регіональний розвиток*. 2023. № 20. С. 303–329. DOI: <https://doi.org/10.34132/pard2023.20.02>.
5. Белікова М. В. Запровадження інноваційних технологій в музеях України. URL: [https://old.istznu.org/dc/file.php?host\\_id=1&path=/page/issues/43/66.pdf](https://old.istznu.org/dc/file.php?host_id=1&path=/page/issues/43/66.pdf).
6. Броннікова Л. В. Інформаційне суспільство: прогнози соціальних трансформацій і реальність. *Вісн. Нац. авіац. ун-ту. Серія: Філософія. Культурологія*. 2023. № 1 (37). С. 25–28.
7. Василенко Д., Бутко Л. Імплементация комунікаційних елементів у роботі музейної установи. *Історико-культурна спадщина: збереження, доступ, використання* : монографія. Київ : НАУ, 2021. С. 186–197.
8. Гриценко О. Соціокультурні та інформаційно-комунікативні трансформації суспільства нового типу (проблеми збереження національної ідентичності та національного медіапростору). *Вісн. Львів. ун-ту. Серія: Журналістика*. 2022. Вип. 51. С. 172–179.
9. Данилюк А. М., Михайленко С. В. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та*

регулювання : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. м. Черкаси, 24–25 берез, 2016 р. Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2016. С. 528–532.

10. Денисюк Ж. З. Музейна комунікація в умовах цифровізації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2021. № 3. С. 64–70.

11. Ключко Ю. М. Комунікативна парадигма сучасного музейного закладу. *Інформація, комунікація та управління знання в глобалізованому світі* : зб. матеріалів VI Міжнар. наук. конф. м. Київ, 18–20 трав. 2023 р. Київ, 2023. С. 64–66.

12. Ключко Ю. М. Креативність як складова розвитку музейної комунікації. URL6 <https://scispace.com/pdf/kreativnist-iak-skladova-rozvitku-muzeinoyi-komunikatsiyi-2szuto836c.pdf>.

13. Коваль О. С. Актуальні питання діяльності сучасних музеїв. *Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері* : матеріали IX Всеукр. наук. конф. (м. Вінниця, 12 квіт. 2024 р.). Вінниця, 2024. С. 49–53. URL: <https://jitas.donnu.edu.ua/article/view/15878>.

14. Комунікативні технології інформаційного суспільства : монографія / за наук. ред. А. І. Гусєва. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2020. 142 с. URL: <https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2020/10/GusevMonogr2020-maket.pdf>.

15. Лисинюк М. В. Медіакультура: сутнісні особливості і функції. *Питання культурології*. 2020. Вип. 36. С. 38–48.

16. Музей як соціокультурна складова суспільства. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/3fee0bcb-238a-45a3-a37d-fa2c727572d6/content>.

17. Олійник П. В. Музеї та цифрові технології: виклики і перспективи. Київ : Наукова думка, 2023. 224 с.

18. Прудникова О. В. Інформаційна культура: концептуальні засади та світоглядний сенс : монографія. Харків : Право, 2015. 352 с.

19. Ткаченко Р. Креативний простір музею: тенденції та новації. *Мистецтвознавство. Актуальні питання гуманітарних наук*. 2024. Вип. 79. Т. 2. С. 143–148. URL: [https://www.aphn-journal.in.ua/archive/79\\_2024/part\\_2/23.pdf](https://www.aphn-journal.in.ua/archive/79_2024/part_2/23.pdf).

20. Чаркіна Т. І. Проблеми дослідження інформаційної культури. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2021. Вип. 33. С. 67–71. DOI <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i33.1053>.

21. Червінський Г. В., Червінський А. Музей як соціокультурний інститут та освітній центр духовного розвитку суспільства. *Acta Paedagogica. Volynienses*. 2021. Вип. 5. С. 131–136.