

УДК 338.483.12

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2025-3-16>

АРТ-ТУРИЗМ ЯК ЕЛЕМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ТА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Сивенко Антон Валерійович

аспірант кафедри країнознавства та туризму,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

ORCID ID: 0009-0004-9714-1324

Актуальність дослідження: зростання значення арт-туризму як дієвого інструменту культурної дипломатії та міжкультурної комунікації набуває особливої актуальності в глобалізованому світі, зокрема в контексті післякризового відновлення. Арт-туризм як форма «м'якої сили» допомагає країнам посилювати міжнародний імідж та взаєморозуміння, використовуючи емоційний потенціал мистецтва.

Предмет дослідження: арт-туризм як структурована багатовимірна форма культурного туризму, що використовується для міжкультурного діалогу, культурної дипломатії, формування символічного капіталу та дипломатичної присутності країни на міжнародній арені. **Мета дослідження:** проаналізувати арт-туризм як інструмент культурної дипломатії та міжкультурної комунікації, визначити ключові соціокультурні й економічні чинники, які підвищують привабливість дестинацій завдяки інтеграції мистецтва, культурної спадщини й туризму. **Методологія дослідження:** використано міждисциплінарний підхід з аналізом джерел із міжнародних наукових баз даних (Scopus, Web of Science), професійних видань (The Art Newspaper) та цифрових музейних платформ (Google Arts & Culture, Europeana). Проведено порівняльний аналіз міжнародних кейсів (Лувр Абу-Дабі, виставка Вермеєра в Амстердамі та ін.), контент-аналіз матеріалів арт-проектів та їх впливу на формування культурного діалогу. **Результати дослідження:** розроблено модель взаємодії ключових учасників арт-туризму: митців, культурних інституцій, туристичних організацій та державних установ. Визначено основні чинники, що сприяють ефективності арт-туристичних ініціатив (економічні, соціальні, культурні, інституційні), а також продемонстровано можливості арт-туризму в трансформації регіонів після криз та війн. Сформовано рекомендації з адаптації моделі арт-туризму для післявоєнного відновлення України. **Сфера застосування:** результати можуть бути застосовані органами державної влади, культурними інституціями, музеями, туристичними операторами в реалізації міжнародних мистецьких і туристичних проєктів, створенні національних і регіональних стратегій культурного співробітництва та відновлення культурної спадщини. **Висновки:** арт-туризм як інтерактивний і емоційно насичений вид культурного туризму виступає ефективним інструментом міжкультурної комунікації та культурної дипломатії. Запропонована модель взаємодії між учасниками дозволяє створювати успішні транскордонні культурні ініціативи, формувати позитивний міжнародний імідж країн та регіонів, а також сприяти взаєморозумінню та міжкультурному діалогу.

Ключові слова: арт-туризм, культурна дипломатія, міжкультурна комунікація, м'яка сила, мистецькі події, культурний імідж, міжнародні відносини.

ART TOURISM AS AN ELEMENT OF CULTURAL DIPLOMACY AND INTERCULTURAL COMMUNICATION

Syvenko Anton Valeriyovich

Postgraduate Student at the Department of Country Studies and Tourism,

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

ORCID ID: 0009-0004-9714-1324

The relevance of the research: the growing importance of art tourism as an effective tool for cultural diplomacy and intercultural communication is particularly relevant in a globalised world, especially in the context of post-crisis recovery. Art tourism, as a form of 'soft power,' helps countries strengthen their international image and mutual understanding by harnessing the emotional potential of art. **Subject research:** art tourism as a structured multidimensional form of cultural tourism used for intercultural dialogue, cultural diplomacy, the formation of symbolic capital and the diplomatic presence of a country on the international arena. **The purpose of the study is to** analyse art tourism as a tool for cultural diplomacy and intercultural communication, identify key socio-

cultural and economic factors that increase the attractiveness of destinations through the integration of art, cultural heritage and tourism. **Research methodology:** an interdisciplinary approach was used, with analysis of sources from international scientific databases (Scopus, Web of Science), professional publications (The Art Newspaper) and digital museum platforms (Google Arts & Culture, Europeana). A comparative analysis of international cases (Louvre Abu Dhabi, Vermeer exhibition in Amsterdam, etc.) was conducted, as well as a content analysis of art project materials and their impact on the formation of cultural dialogue. **The results of the study:** a model of interaction between key participants in art tourism has been developed: artists, cultural institutions, tourist organisations and government agencies. The main factors contributing to the effectiveness of art tourism initiatives (economic, social, cultural, institutional) have been identified, and the potential of art tourism in transforming regions after crises and wars has been demonstrated. Recommendations have been formulated on adapting the art tourism model for Ukraine's post-war recovery. **Practical Significance:** the results can be used by government agencies, cultural institutions, museums, and tour operators in the implementation of international art and tourism projects, the creation of national and regional strategies for cultural cooperation, and the restoration of cultural heritage. **Conclusions:** art tourism, as an interactive and emotionally rich form of cultural tourism, is an effective tool for intercultural communication and cultural diplomacy. The proposed model of interaction between participants allows for the creation of successful cross-border cultural initiatives, the formation of a positive international image of countries and regions, and the promotion of mutual understanding and intercultural dialogue.

Keywords: art tourism, cultural diplomacy, intercultural communication, soft power, artistic events, cultural image, international relations.

Постановка проблеми. Розвиток суспільства в умовах глобалізації та стрімкий темп створення нових інформаційних технологій є фундаментом для активізації культурних обмінів між країнами. У цьому контексті арт-туризм може стати важливим інструментом, що надає можливість людям із різних культур взаємодіяти, формуючи таким чином міжкультурний діалог і взаєморозуміння. Останні дослідження засвідчують, що арт-туризм як окрема складова частина культурного туризму може виходити далеко за межі споживання мистецтва, історичної спадщини або участі в культурних заходах і ставати впливовим фактором економічного розвитку, соціокультурних змін, а також засобом культурної дипломатії.

Завдяки арт-туризму активізуються міжнародні культурні зв'язки, а організація таких спільних мистецьких проєктів, як масштабні міжнародні виставки (наприклад, виставка Леонардо да Вінчі або Яна Вермеєра в Парижі чи ретроспектива Вінсента ван Гога в Нідерландах), значною мірою сприяє покращенню міжнаціонального порозуміння та зміцненню іміджу міст і регіонів. Одним з аспектів такої співпраці може бути активне використання українськими галереями міжнародних арт-ярмарок та інтернет-платформ для просування сучасних українських митців на міжнародному ринку.

Втім, незважаючи на численні позитивні аспекти арт-туризму, його потенціал як інструменту культурної дипломатії залишається недослідженим, а взаємозв'язок арт-туризму і міжкультурної комунікації потребує подальших наукових пошуків. Недостатня методологічна база щодо оцінювання ефективності арт-туристичних ініціатив як засобів культурної дипломатії та низький рівень систематизації практичного досвіду гальмують подальший розвиток цієї сфери як у теоретико-методологічній, так і в практичній площині.

Аналіз міжнародного та українського досвіду використання арт-туризму для розвитку міжкультурної комунікації, систематизація ефективних практик і визначення перспективних напрямів його подальшого впровадження в контексті культурної дипломатії України може займати чинне місце серед практичних кроків. Розвиток таких напрямів може не лише підвищити туристичну привабливість регіонів, але й зміцнювати міжнародний культурний діалог, що має особливе значення в післявоєнний період для України.

Таким чином, актуальність дослідження полягає в необхідності всебічного вивчення потенціалу арт-туризму як інструменту культурної дипломатії та міжкультурної комунікації, зокрема в умовах глобалізації, цифровізації та сучасних викликів міжнародного співробітництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вивчення арт-туризму в контексті культурної дипломатії та міжкультурної комунікації є актуальним питанням для науковців з різних країн світу. Аналіз досліджень виявив значну увагу до арт-туризму як перспективного складника туристичної галузі, здатного впливати на соціально-економічні та міжкультурні аспекти розвитку країн і регіонів.

Питання розвитку, класифікації та актуальності культурного туризму, складовою частиною якого є арт-туризм, знайшли широке висвітлення в працях українських науковців, зокрема О. Бордун (2011), Л. Божко (2011), В. Кифяка (2008), М. Кляпа (2011), А. Кочеткової (2016), О. Любіцевої (2003), М. Мальської (2012), К. Поливач (2012), О. Орлової (2009) та інших [1–9]. У дослідженнях цих авторів культурний туризм розглядається як складний багатовимірний феномен, який охоплює різні підвиди: історико-культурний, етнографічний, релігійний, гастрономічний, подієвий, а також творчий і мистецький туризм та ін. Незважаючи на значний обсяг напрацювань, підходи до класифікації, змістового наповнення та функціонального потенціалу різних форм культурного туризму, включно з арт-туризмом, помітно різняться як серед українських дослідників, так і в підходах міжнародних організацій (UNESCO, UN Tourism ETC), що вказує на актуальність подальших систематизованих досліджень у цій сфері. Арт-туризм як окрема форма культурного туризму з кожним роком отримує все більше уваги – він вирізняється інтерактивністю, здатністю формуватися на перетині видів культурного туризму, а також активним залученням туристів до культурного середовища.

На особливу увагу заслуговує аналіз культурного туризму як інструменту міжкультурної комунікації, який здійснили українські науковці А. Козак та Л. Близнюк. Автори зазначають, що він сприяє не лише діалогу, але й глибшому взаєморозумінню між різними націями, дозволяючи подолати культурні бар'єри через знайомство з міс-

цевою культурою та традиціями, що забезпечує стабільний розвиток міжнародних відносин [10].

Важливим є також дослідження ролі культурного туризму в поствоєнний період, яке проводили Я. Подолян, І. Тимошенко та Н. Садова [11]. Автори зазначають, що культурний туризм може стати рушієм економічного відновлення та формування національної ідентичності в умовах післявоєнної України. Зокрема, підкреслено необхідність створення цілісної стратегії розвитку культурного туризму та ефективних механізмів управління туристичними потоками для оптимізації економічного і культурного ефекту.

Серед останніх українських досліджень особливий інтерес становить праця Т. Дюкарева, який наголошує, що глобалізаційні процеси спричинили радикальну трансформацію українського арт-ринку, зокрема через діджиталізацію та активізацію міжнародних комунікативних платформ. Автор констатує, що онлайн-галереї, NFT-платформи та участь у міжнародних арт-ярмарках формують новий тип мистецької комунікації, який руйнує географічні й культурні бар'єри між країнами, сприяючи активній інтеграції українського мистецтва в глобальний контекст [12].

В окремих працях розглядається потенціал культурного туризму як інструмента національної самоідентифікації. Так, В. Папп, В. Котубей та В. Грицько зазначають, що культурний туризм виконує не лише економічні функції, але й формує високий рівень духовності, творчий потенціал населення, перетворюючи традиційні культурні практики та сучасні мистецькі форми в туристичний продукт. Особливо важливим є аналіз втрат та перспектив відновлення культурної спадщини України, що постраждала внаслідок війни, та можливість її включення в міжнародні туристичні маршрути задля зміцнення міжкультурної комунікації [13].

G. Richards у своїх працях акцентує на тому, що культурний туризм, і зокрема арт-

туризм, є не просто засобом пізнання культурної спадщини, а й одним із ресурсів для формування творчих територій, креативних міст та міжнародних культурних мереж. У дослідженнях науковця теж зазначається, що культурний туризм є важливим інструментом регіонального розвитку, адже через міжнародні культурні проєкти країни можуть суттєво покращити свій імідж та посилити міжкультурну комунікацію [14].

Закордонні дослідники також приділяють увагу інтеграції мистецтва і культури у сфері ділового туризму. М. Manola, F. Maniou та R. Mitoula зазначають, що мистецтво, музика, театральні та гастрономічні заходи є важливими елементами, які підвищують конкурентоспроможність туристичних продуктів і позитивно впливають на економічний розвиток регіонів. Автори аналізують успішні приклади інтеграції культури в готельний бізнес, указуючи на те, як готелі стають центрами міжкультурної комунікації завдяки різноманітним культурним заходам [15].

Попри значну увагу до теми культурного туризму та арт-туризму зокрема, як у міжнародних, так і в українських наукових дослідженнях, залишаються певні аспекти, які потребують подальшого глибокого вивчення та систематизації, а саме:

- Недостатня теоретико-методологічна розробленість питань, пов'язаних із функціонуванням арт-туризму в контексті культурної дипломатії. Незважаючи на те, що окремі дослідження вже піднімали питання щодо ролі культурного туризму у формуванні міжнародного іміджу, більш детальний аналіз потребують саме арт-туристичні ініціативи, які є специфічними за своєю формою, змістом та впливом на суспільство;

- Відсутність комплексної моделі взаємодії основних суб'єктів арт-туристичної діяльності (митців, туристичних організацій, культурних установ, державних інституцій), яка б дозволила системно оцінювати ефективність таких взаємодій;

- Недостатньо дослідженим є механізм впливу арт-туризму на локальні спільноти

та економіку міст і регіонів, які виступають організаторами масштабних культурних подій;

- Проблематика оцінювання ефективності арт-туристичних проєктів, що здійснюються в межах культурної дипломатії. Залишається відкритим питання щодо кількісних та якісних показників ефективності арт-туризму в зміцненні міжкультурного діалогу та формуванні позитивного міжнародного іміджу відповідної дестинації.

Таким чином, потребує подальшого наукового пошуку систематизація та узагальнення наявних теоретичних положень та практичного досвіду реалізації арт-туристичних ініціатив, їх вплив на культурну дипломатію та міжкультурні комунікації в міжнародному контексті.

Формулювання цілей статті. З огляду на вищезазначені нерозв'язані питання та аспекти метою цієї статті є комплексне дослідження ролі арт-туризму як важливого елемента культурної дипломатії та міжкультурної комунікації, що включає:

- визначення концептуальних засад арт-туризму як спеціалізованого напрямку культурного туризму, що володіє унікальними комунікативними властивостями для зміцнення міжнародних культурних зв'язків;

- аналіз впливу великих міжнародних арт-проєктів на соціально-економічний та культурний розвиток регіонів, що приймають культурні ініціативи, із використанням конкретних прикладів;

- розроблення міждисциплінарної моделі взаємодії суб'єктів арт-туристичної діяльності (митців, державних установ, туристичних організацій і культурних інституцій), яка дозволить систематично аналізувати результати їх взаємодії в контексті культурної дипломатії;

- розкриття можливостей застосування цифрових аналітичних інструментів для дослідження динаміки висвітлення мистецьких подій у глобальному медіапросторі з метою оцінення інформаційного впливу арт-туризму.

Досягнення зазначених цілей дозволить не тільки систематизувати наявні знання

з цієї теми, а й запропонувати практичні рекомендації для подальшого використання арт-туризму як дієвого інструмента культурної дипломатії України та її регіонів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Арт-туризм, попри зростання його популярності, залишається недостатньо концептуалізованим у сучасних наукових дослідженнях, що ускладнює його залучення у стратегії розвитку туристичних територій та обмежує використання його потенціалу. Це зумовлює необхідність чіткого визначення та теоретичного обґрунтування місця арт-туризму в загальній структурі туризму.

У сучасному глобальному дискурсі, що останні десятиліття позначався зміною акцентів від прямої сили до привабливого впливу, зростає значення м'якої сили (soft power) як інструменту державної присутності й дипломатичного впливу. За визначенням J. Nye, «м'яка сила – це здатність досягати бажаного через привабливість культури, політичних ідеалів та зовнішньої політики, а не шляхом примусу або фінансових стимулів» [16, с. 5]. Арт-туризм, що поєднує культурну експресію, естетичний досвід і креативну взаємодію, можна розглядати як приклад реалізації м'якої сили через інструменти культурної дипломатії. Водночас концепція soft power еволюціонує – вона перестає бути винятковим привілеєм держави, натомість стає полем взаємодії державних інституцій та недержавних агентів. Як підкреслює N. Chitty, привабливість як елемент м'якої сили не завжди є навмисною: вона виникає з глибшого людського досвіду, естетичного сприйняття та культурної ідентифікації [17], що можна розглядати саме властивістю арт-туризму.

Особливим аспектом арт-туристичної діяльності є стихійність туристичних потоків, що виникають навколо так званих «культурних магнітів». Цей феномен проявляється у стрімкому зростанні популярності окремих мистецьких подій або локацій, що часто перевершує заплановані та очікувані результати. Водночас ці магніти суттєво сприяють економічному зростанню DESTINATION, підвищуючи зайнятість у супутніх сферах (готельний та ресторанний бізнес, торгівля), і виступають потужним інструментом міжнародної культурної дипломатії.

А. Franklin розглядає арт-туризм як підвид культурного туризму, що має специфічні характеристики, які виокремлюють його як самостійний напрям, а також описує явище «естетичної гравітації» арт-об'єктів, які сприяють формуванню культурного середовища в DESTINATION [18]. N. Slak Valek визначає, що взаємодія туристів із мистецтвом може варіюватися від простого спостереження виставкових експозицій до активної участі в арт-проектах, воркшопах та арт-резиденціях [19].

У дослідженні W. Yang, Q. Chen, X. Huang, M. Xie та Q. Guo автори позиціонують арт-туризм як підгрупу культурного туризму, проте не повністю в ньому розчинену. Також наголошується на перетині з туризмом спадщини (коли йдеться про традиційне ремесло, яке є частиною історичної спадщини) та креативним туризмом (коли туристи беруть активну участь у творчих процесах) [20].

На основі узагальнення різних наукових підходів автор пропонує власне бачення визначення та позиціювання арт-туризму: *«Вид культурно-пізнавального туризму, що виник на перетині музейного, креативного та туризму спадщини, де головним мотивом подорожі є взаємодія з мистецтвом у різноманітних форматах: від огляду виставкових експозицій, унікальних арт-заходів, виставок до участі у творчих подіях і майстер-класах. Він передбачає глибоке особисте залучення туриста в мистецьке середовище, використовуючи креативність як ключовий ресурсний потенціал для створення унікальних арт-туристичних продуктів, розширюючи межі традиційного «пасивного» відвідування та орієнтуючись на естетичний, освітній та емоційний досвід»* [21].

З метою систематизації запропоновано графічну модель позиціювання арт-туризму, яка наочно демонструє взаємозв'язок із музейним, креативним та туризмом спад-

щини. У цій моделі арт-туризм займає проміжну позицію, поєднуючи ресурси, інфраструктуру та креативний потенціал усіх цих напрямів (рис. 1).

Запропонована модель дозволяє сформувати більш цілеспрямовані маркетингові стратегії, розробити спеціалізовані продукти та ефективно інтегрувати мистецтво в туристичні маршрути, що своєю чергою підвищить конкурентоспроможність дестинацій.

Арт-туризм виступає як унікальний сегмент культурного туризму, який володіє потужними комунікативними властивостями для зміцнення міжнародних культурних зв'язків та формування позитивного іміджу регіонів і країн, що його використовують.

Великі міжнародні арт-проекти, як-от масштабні виставки, міжмузейні обміни експозиціями, мистецькі фестивалі та створення філіалів всесвітньо відомих музеїв, виступають каталізаторами не тільки для міжкультурної комунікації, але й суттєво впливають на соціально-економічний та культурний розвиток приймаючих територій.

Реалізація подібних арт-ініціатив дозволяє значно розширити туристичну привабливість регіонів, залучаючи як внутрішні, так і міжнародні туристичні потоки. Крім того,

такі заходи активно сприяють формуванню нового культурного іміджу територій, який стає важливим елементом їх позиціонування на світовій арені. У результаті мистецтво перестає бути винятково культурним феноменом, набуваючи значущих економічних і соціальних функцій та створюючи умови для зростання інвестиційної привабливості територій.

Далі розглядаються арт-проекти, що виокремлені за особливостями їх організації, а також проаналізовано соціально-економічні та культурні результати їх реалізації з використанням авторитетних та актуальних джерел інформації.

Лувр Абу-Дабі – це перший універсальний музей в арабському світі, розташований на острові Саадіят в Абу-Дабі (Об'єднані Арабські Емірати). Музей відкрився 11 листопада 2017 року та є результатом міжурядової угоди між Францією та ОАЕ, підписаної в березні 2007 року. Ця угода передбачає використання бренду «Лувр» протягом 30 років і 6 місяців, а також обмін експозиціями та експертною підтримкою з боку 13 французьких музеїв протягом 15 років [22]. За 2021 рік Лувр Абу-Дабі організував понад 22 тимчасові виставки

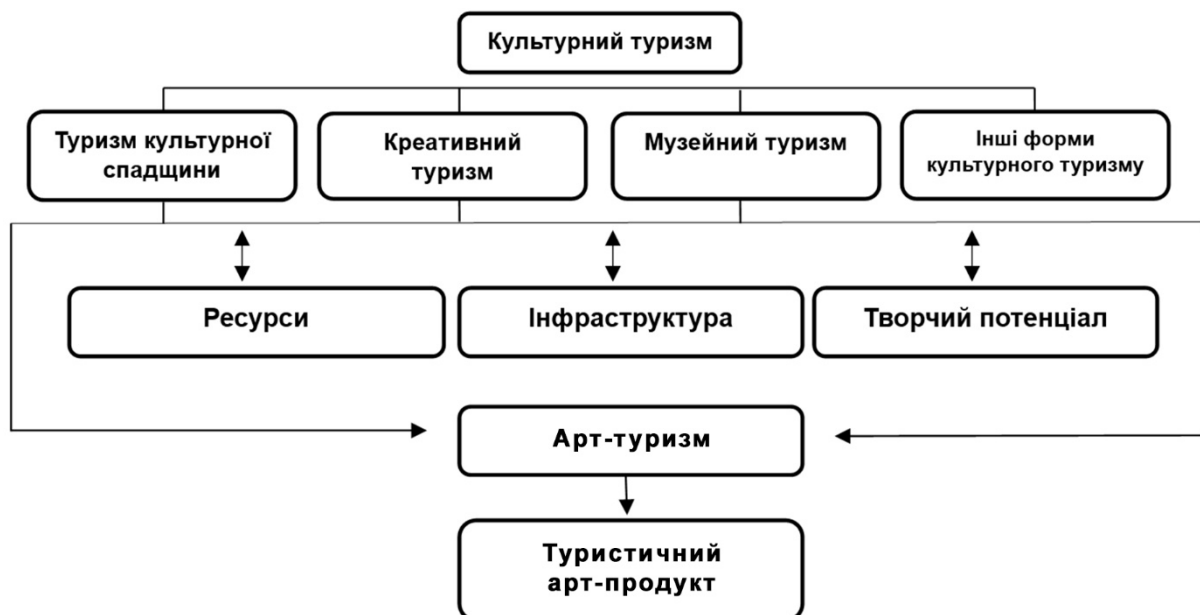


Рис. 1. Місце арт-туризму у структурі туризму

Джерело: розроблено автором

у співпраці з музеями Німеччини, Франції, США та Японії, сприяючи культурному обміну та збагаченню місцевої культурної сцени [23]. У 2024 році музей відвідали понад 1,4 мільйона осіб, що є найвищим показником з моменту відкриття. Загальна кількість відвідувачів перевищила 6 мільйонів. Лувр Абу-Дабі став прикладом успішної культурної дипломатії, де мистецтво використовується як інструмент зміцнення міжнародних відносин [24].

Виставка «Van Gogh x John Madu: Paint Your Path», що проходила в Музеї Ван Гога в Амстердамі з 30 травня по 7 вересня 2025 року, є яскравим прикладом сучасного культурного обміну та міжкультурного діалогу. У межах цієї експозиції нігерійський художник Джон Маду створив десять нових творів, натхнених живописом Вінсента ван Гога [25]. Ці роботи не лише переосмислюють класичні мотиви, але й поєднують елементи африканської візуальної культури з європейською художньою традицією, демонструючи, як мистецтво може слугувати мостом між різними культурами. Ця виставка є частиною ширшої ініціативи Музею Ван Гога щодо інклюзивності та залучення молоді з різноманітним культурним бекграундом.

Виставка «Caravaggio & Bernini: The Discovery of Emotions» 2019–2020 років стала першою великою експозицією, що об'єднала твори Мікеланджело Мерізі да Караваджо та Джана Лоренцо Берніні, двох видатних представників італійського бароко. Організована Музеєм історії мистецтв у Відні (Kunsthistorisches Museum), виставка представила понад 70 творів мистецтва, включаючи картини, скульптури та інші об'єкти, що ілюструють розвиток емоційного вираження в мистецтві XVII століття. Куратори виставки (Гудрун Свобода, Стефан Веппельманн та Фрітс Шолтен) зуміли створити експозицію, яка не лише демонструє індивідуальні досягнення Караваджо та Берніні, але й розкриває їх вплив на сучасників та наступні покоління митців. Це сприяло поглибленню розуміння ролі мистецтва

в культурному та соціальному контексті того часу [26]. Виставка стала результатом тісної міжнародної співпраці між провідними музеями та колекціями світу. Значну частину експонатів було надано в тимчасове користування з таких інституцій, як Лувр, Метрополітен-музей у Нью-Йорку, Національна галерея в Лондоні та інші.

З 10 лютого по 4 червня 2023 року Rijksmuseum в Амстердамі провів найбільшу в історії виставку творів Йоганнеса Вермеєра. На виставці було представлено 28 з приблизно 37 відомих робіт художника, зібраних із семи країн світу. Це стало першим випадком, коли так багато картин Вермеєра були зібрані разом. Організація виставки вимагала тісної міжнародної співпраці між музеями та приватними колекціонерами. Виставку відвідали 650 000 осіб зі 113 країн, що зробило її найуспішнішою в історії музею [277]. Це сприяло зростанню туристичного потоку до Амстердама, що позитивно вплинуло на місцеву економіку, зокрема на готельний та ресторанний бізнес. Також ця подія стала каталізатором нових досліджень творчості Вермеєра, зокрема щодо його технік та використання оптичних інструментів. Вона також підкреслила потенціал арт-туризму як інструменту соціально-економічного розвитку регіонів.

З 7 березня по 9 червня 2025 року музей Альбертіна у Відні представляв виставку «Leonardo – Dürer: Renaissance Master Drawings on Colored Ground». Це перша велика виставка під керівництвом нового генерального директора музею Ральфа Глейса та водночас найповніша презентація робіт Леонардо да Вінчі в німецькомовному світі. Виставка об'єднує 26 малюнків Леонардо да Вінчі та 26 робіт Альбрехта Дюрера, а також твори інших видатних майстрів Ренесансу, як-от Рафаель, Тіціан, Ганс Бальдунг Грін та Ганс Гольбейн Старший. Близько двох третин експонатів походять із власної колекції Альбертіни, решта – із провідних музеїв світу, включаючи Королівську колекцію Віндзорського замку, Лувр, Метрополітен-музей у Нью-Йорку, Уффіці

у Флоренції, Британський музей та інші [28]. Співпраця між інституціями з таких країн, як Австрія, Італія, Франція, Велика Британія та США, сприяє зміцненню міжнародних культурних зв'язків та обміну мистецькими надбаннями. Зокрема, виставка демонструє, як різні художні традиції – італійська та північноєвропейська – взаємодіяли та впливали одна на одну в епоху Ренесансу. Це підкреслює важливість міжкультурного діалогу та обміну в сучасному світі.

Виставки серії Melbourne Winter Masterpieces проводяться щозими з 2004 року та мають чітко визначені цілі: притягнення міжнародних туристів у «тихий» сезон, медіарезонанс і підсилення економіки штату Вікторія. За останні два десятиліття серія залучила майже 6,5 мільйонів відвідувачів [29] та забезпечила економічний ефект близько 700 мільйонів AUD [30]. У 2022 році в Національній галереї експонувалася ретроспектива The Picasso Century – більше 314 238 відвідувачів, кураторський проєкт Centre Pompidou та Musée Picasso (Centre Pompidou, Paris), що став найбільш значущою подією серії з найвищим економічним впливом – близько 91 млн AUD. [31] У 2025 році проходить унікальна виставка French Impressionism із понад 100 полотнами з Museum of Fine Arts (Boston), ексклюзивно для Мельбурна [32]. Офіційні заяви наголошують, що спільне ізольоване розташування Моне, Ренуара, Дега та інших утворює справжній «культурний оазис» у зимовий період, стимулюючи не лише галерейну активність, а й туристичне поживалення, затримкування подорожей і підтримку сфери HoReCa.

35-та Бієнале Сан-Паулу («Choreographies of the Impossible», 6 вересня – 10 грудня 2023) демонструє принципи культурної дипломатичної практики на глобальному рівні. За офіційними даними Фондації Бієнале, загальна кількість відвідувачів досягла майже 1 000 000 осіб: 662 604 – на павільйонній частині в Кассільо Маттарачо (Сан-Паулу) протягом 2023 року, ще близько 361 000 – під час пересувного туру по 15 містах Бра-

зилії, Аргентини, Болівії та Анголи у 2024–2025 роках [33]. Крім чисельного ефекту, цей кейс посилює культурну дипломатію – через мережеву мобілізацію кураторської та художньої спільноти: куратори Diane Lima, Grada Kilomba, Hélio Menezes та Manuel Borja-Villel залучили понад 120 митців із різних континентів, що сприяло полікультурному обміну та інтеграції глобальних соціально-політичних тем у концепцію форуму.

Сучасні виклики у сфері культурної дипломатії та розвитку креативної економіки зумовлюють потребу в системному підході до організації арт-туристичної діяльності. Успішні міжнародні приклади, як-от створення Лувру Абу-Дабі, виставки Вермеса в Rijksmuseum, проєкт Caravaggio & Bernini у КНМ (Відень) чи масштабні виставкові серії Melbourne Winter Masterpieces, доводять, що ефективність подібних ініціатив залежить від злагодженої взаємодії чотирьох ключових секторів: митців, культурних інституцій, туристичного бізнесу та органів державної влади.

На основі аналізу цих кейсів та інших кращих практик культурного менеджменту нами запропоновано міждисциплінарну модель взаємодії суб'єктів арт-туризму. Така модель не лише дозволяє формалізувати взаємодію між учасниками процесу, але й надає інструменти для аналізу її ефективності у стратегічному (дипломатичному) та прикладному (економічному, соціальному) вимірах.

Модель базується на партнерстві чотирьох груп суб'єктів (рис. 2).

– Митці/Арт-куратори (індивідуальні автори та творчі об'єднання) – як джерело ідей, культурного продукту та носії креативного потенціалу;

– Культурні інституції (музеї, галереї, арт-центри, фестивалі) – як модератори, організатори подій, генератори експозицій і майданчиків;

– Туристичні оператори і бізнес – як інтегратори мистецьких продуктів у туристичні маршрути, транслятори контенту до аудиторій;

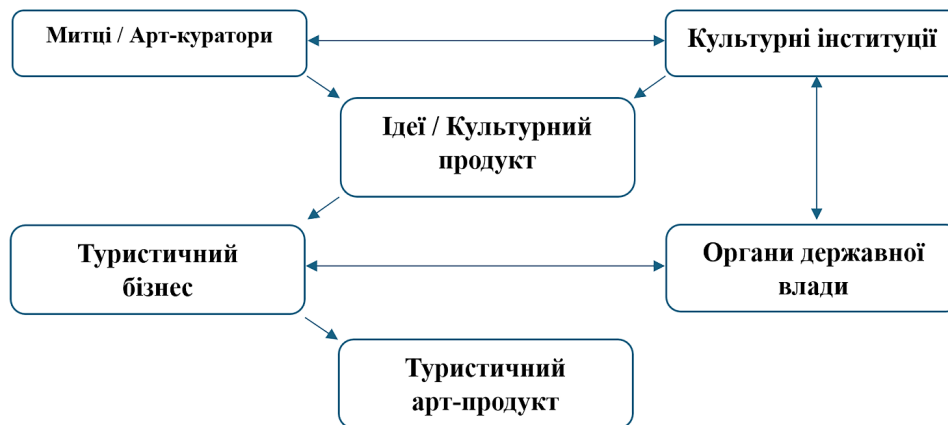


Рис. 2. Міждисциплінарна модель взаємодії суб'єктів арт-туризму

Джерело: розроблено автором

– Органи державної влади (центральні, місцеві, дипломатичні представництва) – як регулятори, фінансисти та політичні гаранті культурної співпраці.

Ключова ідея полягає в тому, що арт-туризм виникає не як «галузь», а як простір міждисциплінарної взаємодії, в якому мистецький зміст набуває туристичної форми, а туристична активність підсилює міжнародну культурну репрезентацію.

Модель передбачає чотири базові етапи:

1. Ініціація (ідея або політичне рішення): проєкт може бути ініційований як митцями або музеями, так і органами влади через міжурядові меморандуми або угоди;

2. Координація суб'єктів: формується операційна група з усіх чотирьох секторів, яка визначає мету, форму участі кожної сторони, джерела фінансування, очікувані результати (відвідуваність, кількість обмінів, інформаційне охоплення тощо);

3. Реалізація: організовується виставка, арт-резиденція чи фестиваль з туристичним елементом – пакетами маршрутів, освітніми програмами, digital-компонентом;

4. Оцінювання ефективності: використовується система КРІ – кількість учасників, медійне покриття, прибуток для місцевої економіки, нові угоди між країнами/містами/інституціями, зростання туристичної привабливості дестинації.

Для України адаптація моделі може відбуватися через:

– створення пілотних арт-туристичних кластерів у містах з активною мистецькою сценою (Київ, Львів, Одеса, Івано-Франківськ). Такі кластери об'єднують арт-інституції, туристичну інфраструктуру, незалежні ініціативи, освітні центри, креативні простори, приватний бізнес і місцеву владу навколо спільної мети – перетворення міста на культурно-туристичну дестинацію. Місто Базель формує стабільну мистецьку інфраструктуру: Art Basel, Fondation Beyeler, Museum Tinguely, Vitra Campus тощо. Туристичні потоки формуються не навколо одного об'єкта, а цілої екосистеми культурних подій і локацій [34].

– запуск цифрових проєктів міжнародного співробітництва на базі національних музеїв (онлайн-виставки, інтерактивні гіді, обмін колекціями). Яскравим прикладом може бути Europeana – це ініціатива Європейської Комісії, яка була започаткована у 2008 році як відповідь на виклики цифровізації культурної спадщини та необхідність збереження й поширення культурного надбання країн Європи. Вона об'єднує в собі архіви, музеї, бібліотеки та наукові інституції з понад 40 країн. [35].

– підтримку державою формату «арт-резиденція + туризм», особливо в громадах, які потребують культурного відродження після руйнувань. Прикладом такого формату є Cité Internationale des Arts (Париж, Франція) – одна з найбільших і найвідоміших міжнародних арт-резиденцій у світі, що

приймає понад 300 художників із 90 країн (з України включно) щорічно [36]. Митці живуть і працюють у центрі Парижа, взаємодіючи з місцевими жителями, туристами й культурними інституціями, формуючи унікальний культурно-туристичний простір.

Крім того, окремої уваги потребує ще один важливий аспект, пов'язаний із четвертою ціллю дослідження – можливістю аналізу арт-туризму через динаміку його висвітлення в цифровому медіапросторі.

Застосування цифрової аналітики в дослідженні арт-туризму, з огляду на відсутність уніфікованої міжнародної статистики щодо відвідуваності мистецьких подій, галерей, виставок і тимчасових арт-проектів, набуває особливої ваги. У багатьох країнах така інформація або не фіксується системно, або є частково закритою для публічного доступу, що ускладнює порівняльний аналіз. Водночас цифрові джерела – як-от індекси згадок у новинах, активність у соціальних мережах, зростання пошукових запитів – дають змогу сформувати індикативну картину попиту на культурні продукти.

Сучасні інструменти моніторингу подій та інформаційної динаміки, зокрема GDELT Project, дозволяють здійснювати багатовимірний аналіз згадок про культурні події в понад 100 мовах, включно з оцінкою їх тональності, емоційного фреймінгу та географічного охоплення в реальному часі. Застосування такого підходу може дати змогу не лише фіксувати кількість інформаційних згадок про арт-події, а й простежити їх потенціал у формуванні позитивного іміджу країни через культурну експансію [37].

У цьому контексті також важливим інструментом картографії культурного середовища є платформа Cultural Gems, створена Європейською Комісією. Вона акумулює дані про понад 130 000 культурних точок і подій, включно з нематеріальною спадщиною, і забезпечує їх відкритість за принципами Linked Open Data (LOD). Її структура дозволяє геопросторово відобразити, зокрема, українські культурні об'єкти в країнах ЄС, а також події, організовані

українською діаспорою під час повномасштабної війни [38].

Особливо актуально це для українського контексту – з 2022 року міжнародна увага до українських культурних ініціатив зростає в рази, що засвідчено, зокрема, підвищенням згадок про українських митців і культурні інституції у світових ЗМІ. Приклади таких ініціатив – фестиваль сучасного мистецтва Ukrainian Contemporary Music Festival у Нью-Йорку, інтеграція українських стендів на La Biennale di Venezia чи виставки «Ukraine. Under a Different Sky» у Берліні. Аналіз поширення інформації про ці події дозволить фіксувати як інформаційне охоплення, так і динаміку транснаціональної культурної підтримки.

У поєднанні з платформами ArcGIS StoryMaps, OpenStreetMap, а також Google Trends, такі джерела створюють основу для інтегрованої методології, що дозволяє не лише досліджувати арт-туризм як форму культурного споживання, а й оцінювати його як показник інформаційної активності, міжкультурного резонансу та впливу на міжнародну культурну дипломатію.

Висновки. У результаті проведеного дослідження було доведено, що арт-туризм є не лише однією з динамічних форм культурного туризму, а й ефективним інструментом міжкультурної комунікації та культурної дипломатії. Його потенціал полягає у здатності об'єднувати творчі практики, мистецькі ініціативи, туристичні продукти та дипломатичні інтереси в єдину міждисциплінарну систему взаємодії.

На основі аналізу провідних міжнародних арт-проектів – зокрема, Лувру Абу-Дабі, виставок Йоганнеса Вермеєра в Парижі та Амстердамі, експозицій Леонардо да Вінчі в Альбертіні, а також проекту «Caravaggio & Bernini» – продемонстровано, як через культурне співробітництво та мистецький обмін формуються нові туристичні потоки, підвищується економічна активність регіонів, зміцнюється культурна репутація країн і створюються нові простори дипломатичного діалогу.

Запропонована міждисциплінарна модель взаємодії суб'єктів арт-туризму (митців, державних установ, туристичних організацій, культурних інституцій) дозволяє систематизувати й ефективно координувати механізми створення арт-туристичних продуктів, аналізувати їх результати за культурними, дипломатичними та економічними індикаторами. Така модель також має потенціал для адаптації в Україні, зокрема в післявоєнний період, коли культура стає ключовим ресурсом для відновлення національної ідентичності, зовнішнього іміджу та розвитку регіонів.

Водночас перспективним напрямом подальших досліджень є застосування цифрової аналітики для оцінювання ефективності арт-туристичних ініціатив. В умовах фрагментарності офіційної статистики щодо відвідуваності мистецьких подій та культурної інфраструктури, використання таких інструментів, як *GDELT Project*, *Cultural Gems*, *Google Trends* та ін., дозволяє відстежувати інформаційний резонанс, емоційне

сприйняття та географічне поширення згадок про культурні події в медіа. Такий підхід відкриває можливості для завчасного прогнозування туристичних потоків, виявлення нових центрів культурної активності та розроблення релевантної туристичної пропозиції. Цифрова аналітика в поєднанні з культурною політикою стає інструментом стратегічного управління впливом мистецтва на міжнародному рівні.

Таким чином, арт-туризм виявляється не лише сферою культурного дозвілля, але й простором стратегічного мислення, через який формуються міжкультурні зв'язки, відкриваються нові вектори гуманітарного партнерства, а мистецтво стає дієвим засобом «м'якої сили» на міжнародній арені. Результати дослідження можуть слугувати основою для подальших наукових розвідок, розроблення державних та регіональних політик у сфері культурного туризму, а також для формування сталого партнерства між мистецькими та туристичними спільнотами.

Література

1. Бордун О.Ю. Стратегія використання центрів народних ремесел як об'єктів пізнавального та культурного туризму Карпатського регіону України. *Економіка. Управління. Інновації*. Серія: Економічні науки. 2011. № 2.
2. Божко Л.Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України. *Культура України*. 2011. Вип. 32. С. 169–179.
3. Кифяк В.Ф. Організація туризму : навчальний посібник. Чернівці : Книги – XXI, 2008. 344 с.
4. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму : навчальний посібник. Київ : «Знання», 2011. 334 с.
5. Кочеткова А.А. Культурний туризм в Україні: визначення, особливості, проблеми та перспективи. *Сталий розвиток України: проблеми та перспективи* : зб. матер. за результатами IV наук.- практ. конф. студ. та молодих вчених. Кам'янець-Подільський : Медобори, 2016. С. 130–133.
6. Любіцева О.О. Методика розробки турів : навчальний посібник. Київ : Альтерпрес, 2003. 104 с.
7. Країнознавство: теорія та практика : підручник / М.П. Мальська та ін. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 528 с.
8. Поливач К.А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України / наук. ред. Л.Г. Руденко. Київ : Ін-т географії НАН України, 2012. 208 с.
9. Орлова О.В. «Культурний туризм» як засіб діалогу культур. *Культура і сучасність: альманах*. 2009. № 2. С. 102–106.
10. Казак А., Близнюк Л. Культурний туризм як інструмент міжкультурної комунікації. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2021. № 3 (11). С. 93–102. DOI: <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2021-03-93-102>.
11. Подолян Я., Тимошенко І., Садова Н. Культурний туризм як інструмент відновлення та розвитку індустрії гостинності у повоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-35>.
12. Дюкарев Т. Вплив глобалізаційних процесів на український арт-ринок у першій чверті XXI століття. *Українські історичні студії*. 2025. № 17/59. С. 203–211. DOI: <https://doi.org/10.24919/3083-6158.17/59.22>.

13. Папп В., Котубей В., Грицько В. Культурний туризм як багатогранний феномен національної самоідентифікації. *Економічний форум*. 2022. Т. 12. № 4. С. 48–57. DOI: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2022-4-6>.
14. Richards G. Designing creative places: the role of creative tourism. *Annals of tourism research*. 2020. Vol. 85. P. 102922. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>.
15. Manola M., Maniou F., Mitoula R. The offer and the importance of culture and art in the business tourism sector. *Open journal for studies in arts*. 2024. Vol. 7, No. 1. P. 5–20. DOI: <https://doi.org/10.32591/coas.ojsa.0701.02005m>.
16. Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. *Public Affairs*. 2004. 208 p.
17. Chitty N. J. An experiential theory of attraction-based influence (unintended and intended). *The routledge handbook of soft power*. 2nd ed. London, 2023. P. 6–34. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003189756-3>.
18. Franklin A. Art tourism: a new field for tourist studies. *Tourist studies*. 2018. Vol. 18, No. 4. P. 399–416. DOI: <https://doi.org/10.1177/1468797618815025>.
19. Slak Valek N. Art tourism: definitions, opportunities, and discussions based on a case study from Abu Dhabi. *Journal of tourism and cultural change*. 2021. P. 1–15. DOI: <https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1962892>.
20. How do aesthetics and tourist involvement influence cultural identity in heritage tourism? The mediating role of mental experience / W. Yang et al. *Frontiers in psychology*. 2022. Vol. 13. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.990030>.
21. Сивенко А. Позиціонування арт-туризму в загальній структурі туризму. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Географія*. 2025. №. 92–93. С. 59–64. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2721.2025.92-93.8>.
22. Samihah Z. How Louvre Abu Dhabi symbolises strong cultural bond between UAE, France. *Gulf News: Latest UAE news, Dubai news, Business, travel news, Dubai Gold rate, prayer time, cinema*. URL: <https://gulfnews.com/uae/how-louvre-abu-dhabi-symbolises-strong-cultural-bond-between-uae-france-1.89335263> (дата звернення: 24.05.2025).
23. Louvre Abu Dhabi Annual Report 2021. URL: <https://prod-cm.louvreabudhabi.ae/-/media/documents-2024/annual-report-2021.pdf> (дата звернення: 24.05.2025).
24. Louvre Abu Dhabi Welcomes Record-Breaking 1.4 Million Visitors in 2024. URL: <https://www.louvreabudhabi.ae/-/media/2025/press-releases/12-feb/pdfs/press-release--louvre-abu-dhabi-welcomes-recordbreaking-14-million-visitors-in-2024.pdf> (дата звернення: 24.05.2025).
25. Van gogh x john madu. *Van Gogh Museum*. URL: <https://www.vangoghmuseum.nl/en/visit/whats-on/exhibitions/van-gogh-x-john-madu> (дата звернення: 30.05.2025).
26. Marandel J. P. Review | Vienna museum's Caravaggio and Bernini catalogue presents the artist's studio as a theatrical site. *The Art Newspaper – International art news and events*. URL: <https://www.theartnewspaper.com/2019/12/03/vienna-museums-caravaggio-and-bernini-catalogue-presents-the-artists-studio-as-a-theatrical-site> (дата звернення: 30.05.2025).
27. Vermeer; the retrospective – rijksmuseum, amsterdam (feb. 10-june 4, 2023). *Essential Vermeer*. URL: <https://www.essentialvermeer.com/misc/vermeer-amsterdam-restrospective.html> (дата звернення: 07.06.2025).
28. ALBERTINA museum wien. *ALBERTINA Museum Wien*. URL: <https://www.albertina.at/en/exhibitions/leonardo-duerer> (дата звернення: 07.06.2025).
29. Gorchakova V., Antchak V. An eventful tourism city: Hosting major international exhibitions in Melbourne. In A. M. Morrison & A. J. Coca-Stefaniak (Eds.), *Routledge handbook of tourism cities*. 2021. P. 174–186. Abingdon, England: Routledge
30. Phar-whoa! More than 336,000 visitors attend the NGV's Melbourne Winter Masterpieces® exhibition Pharaoh. URL: https://www.ngv.vic.gov.au/media_release/phar-whoa-more-than-336000-visitors-attend-the-ngvs-melbourne-winter-masterpieces-exhibition-pharaoh/ (дата звернення: 28.06.2025).
31. Fazal M. The picasso century. *The Saturday Paper*. URL: <https://www.thesaturdaypaper.com.au/culture/visual-art/2022/06/18/the-picasso-century> (дата звернення: 28.06.2025).
32. NGV International. French impressionism from The Museum of fine arts, Boston. URL: <https://www.ngv.vic.gov.au/exhibition/french-impressionism> (дата звернення: 28.06.2025).
33. 35th bienal de são paulo reaches record attendance – bienal de são paulo. *Bienal de São Paulo*. URL: <https://bienal.org.br/en/35-record-attendance/> (дата звернення: 28.06.2025).
34. Cultural institutions / art basel in basel. *Art Basel*. URL: <https://www.artbasel.com/basel/cultural-institutions> (дата звернення: 16.06.2025).
35. About Europeana. URL: <https://www.europeana.eu/en/about-us> (дата звернення: 12.06.2025).

36. Cité internationale des arts. *Cité internationale des arts*. URL: <https://www.citedesartsparis.net/en/> (дата звернення: 16.06.2025).
37. The GDELT Project. *The GDELT Project*. URL: <https://www.gdeltproject.org/> (дата звернення: 25.06.2025).
38. Cultural gems linked open data: Mapping culture and intangible heritage in European cities / S. Consoli et al. *Data in brief*. 2023. P. 109375. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109375>.

References

1. Bordun, O. Yu. (2011). Stratehiia vykorystannia tsentriv narodnykh remesel yak ob'ektiv piznavalnoho ta kulturnoho turyzmu Karpatskoho rehionu Ukrainy [Strategy for using folk craft centres as objects of educational and cultural tourism in the Carpathian region of Ukraine]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. Serii: Ekonomichni nauky – Economics. Management. Innovation. Series: Economic Sciences*. № 2. [in Ukrainian].
2. Bozhko, L. D. (2011). Kulturnyi turyzm yak vazhlyvyi chynnyk sotsialno-kulturnoho rozvytku rehioniv Ukrainy [Cultural tourism as an important factor in the socio-cultural development of Ukraine's regions]. *Kultura Ukrainy – Culture of Ukraine*. Vol. 32. P. 169–179 [in Ukrainian].
3. Kyfiak, V. F. (2008). Orhanizatsiia turyzmu: navchalnyi posibnyk [Tourism Organisation: a study guide]. Chernivtsi : Knyhy – XXI. [in Ukrainian].
4. Kliap, M. P., & Shandor, F. F. (2011). Suchasni riznovydy turyzmu: navchalnyi posibnyk [Modern types of tourism: a study guide]. Kyiv: “Znannia”. [in Ukrainian].
5. Kochetkova, A. A. (2016). Kulturnyi turyzm v Ukraini: vyznachennia, osoblyvosti, problemy ta perspektyvy [Cultural tourism in Ukraine: definition, characteristics, problems and prospects.]. *Stalyi rozvytok Ukrainy: problemy ta perspektyvy : zb. mater. za rezultatamy IV nauk.- prakt. konf. stud. ta molodykh vchenykh*. (pp. 130–133). Kamianets-Podilskyi : Medobory. [in Ukrainian].
6. Liubitseva, O. O. (2003). Metodyka rozrobky turiv: navchalnyi posibnyk [Tour development methodology: a study guide]. Kyiv : Alterpres. [in Ukrainian].
7. Malska, M. P., Antoniuk, N. V., Zanko, Yu. S., Hanych, N. M. (2012). Krainoznavstvo: teoriia ta praktyka. Pidruchnyk [Country Studies: Theory and Practice. textbook]. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury. [in Ukrainian].
8. Polyvach, K. A. (2012). Kulturna spadshchyna ta yii vplyv na rozvytok rehioniv Ukrainy / nauk. red. L. H. Rudenko [Cultural heritage and its impact on the development of Ukraine's regions / scientific editor L. G. Rudenko]. Kyiv : In-t heohrafi NAN Ukrainy. [in Ukrainian].
9. Orlova, O. V. (2009). “Kulturnyi turyzm” yak zasib dialohu kultur [“Cultural tourism” as a means of cultural dialogue]. *Kultura i suchasnist: almanakh – Culture and modernity: almanac*. № 2. P. 102–106. [in Ukrainian].
10. Kozak, A., & Blyzniuk, L. (2021). Kulturnyi turyzm yak instrument mizhkulturnoi komunikatsii [Cultural tourism as a tool for intercultural communication. International relations, social communications and regional studies]. *Mizhnarodni vidnosyny, suspilni komunikatsii ta rehionalni studii – International relations, public communications and regional studios*, 3 (11), 93–102. DOI: <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2021-03-93-102> [in Ukrainian].
11. Podolyan, Y., Tymoshenko, I., & Sadova, N. (2023). Kulturnyi turyzm yak instrument vidnovlennia ta rozvytku industrii hostynnosti u povoienni period [Cultural tourism as a tool for the restoration and development of the hospitality industry in the post-war period]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, (53) DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-35> [in Ukrainian].
12. Dyukarev, T. (2025). Vplyv hlobalizatsiinykh protsesiv na ukraïnskyi art-rynok u pershii chverti XXI stolittia [The impact of globalisation processes on the Ukrainian art market in the first quarter of the 21st century]. *Ukrainski istorychni studii – Ukrainian Historical Studies*, 17 (59). 203–211. DOI: <https://doi.org/10.24919/3083-6158.17/59.22> [in Ukrainian].
13. Papp, V., Kotubei, V., & Hrytsko, V. (2022). Kulturnyi turyzm yak bahatohrannyi fenomen natsionalnoi samoidentyfikatsii [Cultural tourism as many-sided phenomenon of national samoidentifikatsii]. *Ekonomichni forum – Economic Forum*, 12 (4), 48–57 DOI: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2022-4-6> [in Ukrainian].
14. Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 85, Article 102922. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>. [in English].
15. Manola, M., Maniou, F., & Mitoula, R. (2024). The Offer and the Importance of Culture and Art in the Business Tourism Sector. *Open Journal for Studies in Arts*, 7 (1), 5–20. DOI: <https://doi.org/10.32591/coas.ojsa.0701.02005m>. [in English].
16. Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs. 208 pp. [in English].

17. Chitty, N. J. (2024). An experiential theory of attraction-based influence (unintended and intended). In N. J. Chitty, L. Ji, & G. D. Rawnsley (Eds.), *The Routledge handbook of soft power* (2nd ed., P. 6–34). Routledge, Taylor and Francis Group. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003189756-3>. [in English].
18. Franklin, A. (2018). Art tourism: A new field for tourist studies. *Tourist Studies*, 18 (4), 399–416. DOI: <https://doi.org/10.1177/1468797618815025>. [in English].
19. Slak Valek, N. (2021). Art tourism: definitions, opportunities, and discussions based on a case study from Abu Dhabi. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20 (1–2), 100–114. DOI: <https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1962892>. [in English].
20. Yang, W., Chen, Q., Huang, X., Xie, M. and Guo, Q. (2022). How do aesthetics and tourist involvement influence cultural identity in heritage tourism? The mediating role of mental experience. *Front Psychol.* Volume 13 – 2022. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.990030>. [in English].
21. Sivenko, A. (2025). Positioning of art tourism in the overall structure of tourism. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Geography*, 59–64. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2721.2025.92-93.8>. [in English].
22. Samihah, Z. (2022). How Louvre Abu Dhabi symbolises strong cultural bond between UAE, France. *Gulf News: Latest UAE news, Dubai news, Business, travel news, Dubai Gold rate, prayer time, cinema*. Retrieved from: <https://gulfnews.com/uae/how-louvre-abu-dhabi-symbolises-strong-cultural-bond-between-uae-france-1.89335263> (accessed: 24.05.2025). [in English].
23. Louvre Abu Dhabi Annual Report 2021. Retrieved from: <https://prod-cm.louvreabudhabi.ae/-/media/documents-2024/annual-report-2021.pdf> (accessed: 24.05.2025). [in English].
24. Louvre Abu Dhabi Welcomes Record-Breaking 1.4 Million Visitors in 2024. Retrieved from: <https://www.louvreabudhabi.ae/-/media/2025/press-releases/12-feb/pdfs/press-release--louvre-abu-dhabi-welcomes-recordbreaking-14-million-visitors-in-2024.pdf> (accessed: 24.05.2025). [in English].
25. Van Gogh x John Madu: Paint Your Path. Retrieved from: <https://www.vangoghmuseum.nl/en/visit/whats-on/exhibitions/van-gogh-x-john-madu> (дата звернення: (accessed: 30.05.2025). [in English].
26. Vienna museum's Caravaggio and Bernini catalogue presents the artist's studio as a theatrical site. Retrieved from: <https://www.theartnewspaper.com/2019/12/03/vienna-museums-caravaggio-and-bernini-catalogue-presents-the-artists-studio-as-a-theatrical-site> (accessed: 30.05.2025). [in English].
27. Vermeer retrospective at the Rijksmuseum. Retrieved from: <https://www.essentialvermeer.com/misc/vermeer-amsterdam-restrospective.html> (accessed: 07.06.2025). [in English].
28. Albertina. Leonardo – Dürer. Renaissance Master Drawings on Colored Ground. Retrieved from: <https://www.albertina.at/en/exhibitions/leonardo-duerer> (accessed: 07.06.2025). [in English].
29. Gorchakova, V., & Antchak, V. (2021). An eventful tourism city: Hosting major international exhibitions in Melbourne. In A. M. Morrison & A. J. Coca-Stefaniak (Eds.), *Routledge handbook of tourism cities* (P. 174–186). Abingdon, England: Routledge. [in English].
30. Phar-whoa! More than 336,000 visitors attend the NGV's Melbourne Winter Masterpieces® exhibition Pharaoh. Retrieved from: <https://www.ngv.vic.gov.au/media-release/phar-whoa-more-than-336000-visitors-attend-the-ngvs-melbourne-winter-masterpieces-exhibition-pharaoh/> (accessed: 28.06.2025). [in English].
31. The Saturday Paper. The Picasso Century. Retrieved from: <https://www.thesaturdaypaper.com.au/culture/visual-art/2022/06/18/the-picasso-century> (accessed: 28.06.2025). [in English].
32. NGV International. French impressionism from The Museum of fine arts, Boston. Retrieved from: <https://www.ngv.vic.gov.au/exhibition/french-impressionism> (дата звернення: 28.06.2025). [in English].
33. 35th Bienal de São Paulo reaches record attendance. Retrieved from: <https://bienal.org.br/en/35-record-attendance/> (accessed: 28.06.2025). [in English].
34. Art Basel 2025. Cultural institutions. Retrieved from: <https://www.artbasel.com/basel/cultural-institutions> (accessed: 16.06.2025). [in English].
35. About Europeana. Retrieved from: <https://www.europeana.eu/en/about-us> (accessed: 12.06.2025). [in English].
36. The Cité internationale des arts is an artists' residency. URL: <https://www.citedesartsparis.net/en/> (accessed: 16.06.2025). [in English].
37. The GDELT Project. Retrieved from: <https://www.gdeltproject.org/> (accessed: 25.06.2025). [in English].
38. Consoli, S., Alberti, V., Cocco, C., Panella, F., Montalto, V. (2023) Cultural gems linked open data: Mapping culture and intangible heritage in European cities, *Data in Brief*, Volume 49, 109375, ISSN 2352–3409, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109375>. [in English].

Дата надходження статті: 30.07.2025

Дата прийняття статті: 11.08.2025

Опубліковано: 07.10.2025