

4. Семигіна Т., Столярик О. *Нове обличчя соціальної роботи: Сучасні теорії та підходи*. Таллінн: Teadmus, 2025.
5. Fook J. *Social work: A critical approach to practice*. London: SAGE, 2022.
6. Luquet W., Tomczak S. M. The Origin and Evolution of the term "Social Work". *The Journal of Sociology & Social Welfare*. 2022. Vol. 49(2). P. 64-92.
7. Payne M. *Modern social work theory* (5th ed.). London: Bloomsbury Publishing, 2020.

Сивенко А. В.,
здобувач третього (освітньо-
наукового) рівня вищої освіти,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ

УДК 338.43
DOI: <https://doi.org/10.64076/ihrc250826.09>



ПОШУК ОБ'ЄКТІВ МИСТЕЦТВА ТА СТВОРЕННЯ НОВИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ

У добу нових технологій туризм та культурні інституції стикаються з подвійним викликом: з одного боку, необхідністю зберігати автентичні культурні практики, а з іншого - вимогою інтеграції нових цифрових рішень, що з'являються з наростаючою швидкістю щороку, та формують новий досвід споживачів. Цифровізація стає інструментом не лише консервації спадщини, а й створення доданої вартості для туристичних продуктів. Якщо раніше інформація про колекції музеїв та приватних зібрань була обмеженою, то сьогодні завдяки онлайн-платформам вона стає доступною широкій аудиторії - від науковців і викладачів до туристів і культурних менеджерів.

Вітчизняним прикладом руху за тенденціями може слугувати ініціатива UA View [1]. На цій платформі можна побачити та додавати витвори українських художників, що зберігаються у різних країнах світу. Інтерактивна карта дозволяє виявляти географію поширення культурної спадщини України, формувати дослідницькі та освітні проекти, а також створювати туристичні продукти.

Подібні проекти вже мають значний вплив у світі. Один з найбільших – Europeana, в якому об'єднано цифрові колекції понад 3 000 музеїв, архівів і бібліотек ЄС. Портал надає доступ до понад 50 мільйонів культурних об'єктів, включаючи картини, фотографії, музичні записи та документи [2]. Цей ресурс активно використовується в освітніх і культурних програмах, стаючи інструментом цифрової дипломатії ЄС [3]. Також варто відзначити Google Arts & Culture, що забезпечує доступ до високоякісних зображень мистецтва, інтерактивних VR-турів та освітніх матеріалів. За останніми дослідженнями [4],

такі платформи формують нові механізми створення цінності для культурних інституцій і відкривають глобальну видимість їхніх колекцій. Важливим можна вважати The Getty Provenance Index [5], який є спеціалізованою базою даних про походження мистецьких творів, яка допомагає як науковим дослідженням, так і музейним виставковим практикам.

Цифровізація мистецької спадщини відкриває нові горизонти також для освіти й науки, де в центрі уваги вже не лише збереження чи пошук культурних об'єктів, а формування нових моделей навчання та дослідження. По-перше, цифрові бази мистецьких ресурсів дозволяють створювати відкриті освітні платформи. Вони інтегруються у навчальні програми університетів та шкіл, формують середовище для міждисциплінарної взаємодії - коли культурологія, історія мистецтва й туризмознавство працюють із єдиним цифровим контентом. По-друге, подібні ресурси стають інструментом для академічної мобільності та наукових колаборацій. Дослідники отримують доступ до матеріалів, що фізично знаходяться в інших країнах, і можуть залучати їх у свої роботи без потреби виїзду за кордон. Це особливо важливо для українських вчених в умовах війни, обмежених фінансових і мобільних ресурсів. Третій напрямок - використання GIS-технологій для просторового аналізу культурної спадщини регіонів [6]. Поєднання картографії та цифрових даних дозволяє створювати інтерактивні карти пам'яток і музеїв, виявляти закономірності розміщення мистецьких об'єктів, планувати туристичні маршрути.

Нові технології пошуку мистецьких об'єктів відкривають передусім перспективи для арт-туризму [7], спеціалізованих туристичних маршрутів, що базуються на поєднанні культурних ресурсів і сучасних інновацій. Формування таких турів вимагає міждисциплінарної співпраці:

- фахівців у сфері туризму, які розробляють логістику та забезпечують маркетинг;
- мистецтвознавців і кураторів, які наповнюють продукт культурним змістом;
- цифрових спеціалістів, що працюють із платформами, базами даних та GIS-технологіями;
- туристичного бізнесу, який перетворює напрацювання у комерційно привабливі пропозиції.

Прикладом може бути розробка маршрутів "слідами українського мистецтва у світі", де за основу береться карта з UA View, доповнена авторськими коментарями мистецтвознавців і зручними сервісами планування подорожей. Такі тури можуть охоплювати відвідування музеїв у Відні, Парижі чи Нью-Йорку, де представлені українські художники, із подальшим зануренням у локальну культурну інфраструктуру.

Особливу актуальність ця концепція отримує в умовах повномасштабної війни в Україні, коли мистецький простір переживає трансформаційні зміни [8]. З одного боку, зростає міжнародний інтерес до української культури й мистецтва

як частини глобальної підтримки країни. З іншого - існує серйозна інформаційна прогалина: для іноземних туристів відсутня структурована, доступна та багатомовна база про твори мистецтва, культурну спадщину та сучасні арт-проекти України. У цьому сенсі цифрові платформи можуть виконувати роль "посередника" між культурними ресурсами й туристичним ринком, роблячи спадщину видимою та зрозумілою для зовнішньої аудиторії.

Отже, пошук мистецьких об'єктів у цифровому середовищі виходить за рамки вузькопрофесійних завдань і має потенціал стати потужним інструментом для науки, освіти та туризму. Досвід таких платформ, як UA View, Europeana чи Google Arts & Culture, доводить, що цифровізація культурної спадщини створює нові моделі взаємодії між суспільством, культурними інституціями й туристичною індустрією. Поєднання технологій із міждисциплінарною співпрацею фахівців дозволяє формувати нові арт-тури та культурні маршрути, які базуються на вже існуючих ресурсах, але подаються у сучасній, структурованій і доступній формі. В українському контексті цифрові інструменти мають подвійне значення: вони не лише допомагають популяризувати національну спадщину серед населення країни, але й здатні заповнити інформаційні прогалини та недостатню видимість української культури на міжнародному рівні.

Список використаних джерел

1. UA View. (2023). *Ukraine Everywhere project*. Ukrainian Institute. <https://uaview.ui.org.ua>.
2. European Commission. (n.d.). *The Europeana platform*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/europeana>.
3. Capurro, C. (2024). *Digital heritage infrastructures as cultural policy instruments*. *International Journal of Heritage Studies*. <https://doi.org/10.1080/10286632.2023.2193401>.
4. Pesce, D., Neirotti, P., & Paolucci, E. (2019). When culture meets digital platforms: value creation and stakeholders' alignment in big data use. *Current Issues in Tourism*, 22(15), 1883–1903. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1591354>.
5. Schich, Maximilian & Huemer, Christian & Adamczyk, Piotr & Manovich, Lev & Liu, Yang-Yu. (2017). Network Dimensions in the Getty Provenance Index. 10.48550/arXiv.1706.02804.
6. Лепетюк, В. Б. (2020). Продукти ГІС-технологій для підвищення туристичної привабливості дестинації. *Вісник НУ "Львівська політехніка"*, 4, 55–67. <https://doi.org/10.23939/istcgcap2020.92.055>.
7. Сивенко, А. (2025). Позиціонування арттуризму в загальній структурі туризму. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Географія*, 59-64. <https://doi.org/10.17721/1728-2721.2025.92-93.8>.
8. Maryna Protas, Natalia Bulavina, Igor Isychenko. (2023). Between Aesthetics and Imagination: The Ongoing Transformations of Ukrainian Art in the Times of the War. *American Journal of Art and Design*, 8(2), 37-45. <https://doi.org/10.11648/j.ajad.20230802.14>.