DOI: 10.20535/2522-1078.2025.1(17).319531
ROR: 04ft5hg27
УДК 070-051-044.922«364»

Надходження до редакції: 15.02.2025
Прийняття до друку: 25.04.2025

Сенкевич Г. А.
канд. наук із соц. ком., доц. кафедри журналістики, Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро, Україна
gen.senkevich@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0528-8210

Senkevych H.
Associate Professor, PhD, University of Customs and Finance, Dnipro, Ukraine
gen.senkevich@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0528-8210

ТРАНСФОРМАЦІЯ ТРЕВЕЛ-КОНТЕНТУ ВОЄННОГО ПЕРІОДУ
TRANSFORMATION OF WARTIME TRAVEL CONTENT

Анотація. Статтю присвячено дослідженню трансформації парадигми тревел-журналістики в умовах повномасштабної російської агресії проти України. Проаналізовано зміни в українському тревел-контенті з урахуванням нових напрямів розвитку туристичної галузі за умов воєнного стану. Описано тематичну спрямованість популярних в Україні тревел-джерел і блогів, досліджено динаміку зміни їхніх тематичних акцентів та локаційних уподобань. Визначено спільну соціальну роль тревел-журналіста і блогера в умовах воєнного періоду. Автором сфокусовано увагу на необхідності залучення інструментів цифровізації та інформаційних технологій, застосування елементів візуалізації (таких як інфографіка, анімація, 3D-зображення) при створенні сучасного тревел-контенту.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в систематизації тематичних перетворень сучасного травел-контенту з метою визначення злободенних соціальних замовлень для сучасної української індустрії подорожей. Шляхом контент-аналізу відомих тревел-джерел автор зробив спробу узагальнити громадянські ролі та завдання журналістів мережевих видань і блогерів під час війни.

Практична цінність отриманих результатів полягає в тому, що вони можуть бути застосовані для викладання в університетах академічних дисциплін як обов'язкового, так і вибіркового циклу студентам, які навчаються за спеціальністю С7 Журналістика.

Ключові слова: подорож, національна ідентичність, соціальне замовлення, візуалізація контенту.

Abstract. The article is devoted to the study of the transformation of the travel journalism paradigm in the context of full-scale Russian aggression against Ukraine. The changes in the Ukrainian travel space are analysed, taking into account the new directions of development of the tourism industry under martial law. The thematic orientation of

© Автор(и), 2025. Видавець КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025.
CC BY 4.0 (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

popular travel sources and blogs in Ukraine is described, the dynamics of changes in their thematic emphasis and location preferences are studied. The author identifies the common social role of a travel journalist and a blogger in the context of wartime. The author also focuses on the peculiarities of attracting effective elements of digitalisation and information technology, the use of visualisation elements in the creation of modern travel content.

The scientific novelty of the results obtained is the systematisation of the transformational changes in modern travel content and the tasks of the modern Ukrainian travel industry. Through the content analysis of well-known travel sources, the author made an attempt to generalise the civic role of journalists of popular network channels and bloggers in wartime.

The practical value of the results obtained is that they can be used in teaching academic disciplines at universities, both compulsory and elective, for students studying in the speciality '061 Journalism'.

Keywords: travel, national identity, social order, content visualisation.

Постановка проблеми. Сьогодні світова тревел-журналістика перетворилася на гетерогенний медійний феномен, що органічно поєднує значну кількість модальностей, детермінованих культурологічними, ідеологічними, економічними й маркетологічними потребами суспільства. Якщо цю галузь розглядати більш конкретизовано, то в її межах можна виокремлювати науковий туризм, релігійний, молодіжний, гастрономічний, оздоровчий, екстремальний, шопінг-тури тощо. Тревел-індустрія у третьому тисячолітті задовольняє побажання найвибагливішого клієнта, і це зумовлено загальною тенденцією до зміщення фокусу зацікавленості споживачів інформації з серйозних новин («hard news») на інформацію, пов'язану з дозвіллям. Тревел-журналістика також виступає інструментом міжкультурної комунікації, її здатність до формування образу однієї нації в колективній свідомості іншої важко переоцінити, і цей факт сприяє налагодженню сталих відносин між країнами на різних континентах.

Проте, тревел-журналістика активно здатна до трансформування, бо її парадигми змінюються відповідно до економічних, політичних та соціокультурних реалій, що їх створюють люди як суб'єкти комунікативного процесу. У тому числі це відбувається і в негативному сенсі. За приклад може правити зокрема, теорія етноцентризму, згідно з якою виправдовується психологічна настанова сприймати та оцінювати інші культури та поведінку їх представників крізь призму власної культури, що є, на думку автора, неприпустимим. Подібні настанови доволі

широко застосовуються російськими дослідниками, тож їх нині слід розглядати як частину інформаційної агресії проти України в ході широкомасштабної російсько-української війни.

Відверто упереджене ставлення до представників інших етнічних груп, некоректні чи навіть образливі оцінки людських спільнот за релігійною або національною ознакою не просто спричинюють психологічну напругу у соціумі, а ще й сприяють екстремізму, расизму та іншим проявам агресії. Тому задача протистояння концепції та моделям етноцентризму у будь-яких його проявах зумовлює потребу науково обґрунтувати означений медійний феномен.

Наразі Україна є прикладом перетворення функціональної парадигми тревел-журналістики, оскільки війна наклала свій відбиток на значну частину завдань, що їх мандрівна журналістика традиційно виконувала у суспільстві. Незважаючи на це, потяг українців до подорожей, до пізнання нового не згас: завдяки новітнім комунікаційним технологіям кожен користувач інтернету може отримати будь-яку туристичну інформацію, не виходячи з власної оселі.

Необхідність у дослідженнях окресленої проблематики зумовлено також доцільністю залучення теоретичних напрацювань зарубіжних вчених, учасників тревел-дискурсу, до наукового поля української комунікативістики, що безумовно сприятиме вдосконаленню національних тревел-джерел, розширенню їх жанрово-тематичної палітри та збагаченню професійного арсеналу українських тревел-журналістів з урахуванням найкращого зарубіжного досвіду.

Дослідження впливу війн і збройних конфліктів на туристичну галузь в Україні вивчають науковці А. Парфієнко [13], Ю. Костинець, В. Костинець, О. Шевченко [10], котрі сферою своєї наукової діяльності обрали аналіз найпопулярніших у світі туристичних напрямів. Вони досліджують їх динаміку з 2000-х років, коли відносини між Україною та росією ще не мали стійкої тенденції до загострення. Водночас Ю. Перегуда і М. Кривоберець [14], А. Козлова [8] займаються прогнозуванням післявоєнного відновлення та перспективами розвитку галузі. Н. Аніпко та Н. Андрусяк [1] вивчали довоєнний попит іноземних туристів на відвідини українських маршрутів, схожі питання цікавили дослідників Л. Корчевську [9], Г. Заячковську [3] та інших.

Мета та завдання. Метою статті є дослідження у медіа трансформації тревел-текстів під час повномасштабної російської агресії в Україні та визначення ролі мережевих джерел у цьому процесі.

Методи. Для досягнення мети дослідження застосовано методи: контент-аналізу — для створення чіткого уявлення про об'єкт дослідження; порівняння та моніторингу — для відстеження динаміки змін, що відбуваються; групування розрізнених даних — для систематизації інформації; аналізу, синтезу — для визначення особливостей візуалізації контенту; спостереження, опису та оцінювання; узагальнення — для формування висновків.

Результати дослідження. Останнім часом тревел-журналістика як напрям перетворилася на гетерогенний медійний феномен, який органічно поєднує різні за змістом модальності, детерміновані культурологічними, ідеологічними, економічними й маркетологічними потребами суспільства. У цьому контексті некоректними вважаємо твердження про суто розважальну або рекреаційну функцію тревел-контенту, адже він також може бути інформативним і маркетологічним, оскільки спонукає користувача до активного пошуку інформації про подорожі з метою розширення світогляду за власний кошт.

Тим не менш, тревел-журналістика має особливу парадигму функціонування, хоч вона зазвичай виконує і більшість загальних завдань журналістики як сфери соціальної діяльності.

Дослідник Ю. О. Зеленюк привертає увагу до виховного потенціалу тревел-медіа й наголошує, що туризм є засобом пізнання та підвищення рівня культури, а тревел-видання виконують виховну, мотивувальну й естетичну функції [5, с. 209].

Зауважмо, що «основний масив літератури про тревел-журналістику вбачає її роль у тому, щоб бути посередником між віддаленими культурами через репрезентацію «іншого», з-від чого Ф. Гануш робить висновок, що головною метою існування тревел-журналістики є репрезентація «інакшості»: «І якщо головне завдання туризму полягає в тому, щоб втекти від буденності, то призначення тревел-журналістики — розповісти людям про багатоманітність способів, як це зробити» [17, с. 72].

Особливою рисою подорожнього жанру, на думку В. Здоровеги, є документальність: «Нарис відтворює дійсні факти життя, незалежно від того, називає автор справжнє прізвище героя чи ні...». Вчений узагальнює питання документальної властивості жанру, називаючи фактологічність органічною складовою частиною нарису [4, с. 244].

Серед інших характерних ознак нарису І. Михайлин виділяв великий спектр застосування елементів художнього мислення, таких як

формування портретів героїв (як зовнішніх, так і психологічних), їхня демонстрація у дії, використання засобів вимислу та домислу, зображення інтер'єрів та екстре'єрів, пейзажів та ілюстрацій [11, с. 383].

Однак воєнні реалії життя вимагають відповідних змін парадигми функціонування журналістики мандрів, а відповідно — і її завдань перед суспільством. Українські тревел-проєкти вже докорінно змінилися на тлі російської агресії. Журналісти, які раніше описували розважальні подорожі, вдягли бронежилети та отримали акредитації у зону бойових дій, перетворившись з мандрівників на воєнних репортерів. Блогери замість нотаток на рекреаційну або розважальну тематику все більше створюють сюжети про важке та небезпечне життя на прифронтових територіях.

Автор телепроєкту «Світ навиворіт» Дмитро Комаров зараз фільмує місця найзапекліших боїв, бере інтерв'ю у командирів підрозділів та розповідає реалістичні історії військовослужбовців, здійснюючи тим функцію журналістської фіксації історичних подій.

YouTube-проект «Хащі», що з'явився як цикл відео-експедицій по маловідомих куточках України, інтригуючи та закликаючи у подорож любителів таємниць та мандрів, наразі зосередив свою увагу на прифронтових регіонах, де висвітлює проблеми постраждалих від війни людей. Прикладом журналістської майстерності цієї команди є документальний фільм «Харків: обстріли, руїна, пусті вулиці. Місто, що першим зустріло ворога». Реалістичні картини прифронтового міста перетинаються з долями його мешканців. Документальні відеосюжети примушують глядача співчувати чужому горю і водночас закликають до спротиву [20].

Проявом журналістської майстерності, на думку автора, можна вважати документальну роботу «Івано-Франківськ під час війни: як живе країна героїв?! Волонтери, переїзд бізнесу та Ко-Хати», яка створена командою УкрЮтюбПроект як тревел-репортаж з елементами реаліті-шоу. Завдяки йому користувачі YouTube побачили реалії сьогодення одного з найцікавіших українських міст у тилу, які спричинила там війна [18]. Заслуговують на увагу також інші роботи УкрЮтюбПроекту — низка документальних фільмів про історію боротьби української нації за свою незалежність із серії «Країна Героїв».

Сучасний менеджмент туристичного бізнесу в Україні теж зазнав вимушеної трансформації, бо, окрім просування послуг, він зосереджений на виконанні обов'язкових умов воєнного часу: на туристичному

маршруті мають бути передбачені бомбосховища чи укриття; маршрути довкола важливих державних і військових об'єктів повинні бути максимально скороченими, адже можуть стати мішенями ракетно-бомбових ударів російського агресора; пляжні та пішохідні тури неможливі через триваючі військові дії й наявність мінних полів, розмінування яких, за прогнозами, триватиме кілька років після закінчення війни [13, с. 339].

Тревел-блогінг, як і офіційні джерела, також став тепер ефективним інструментом для популяризації сюжетів патріотичної спрямованості, формування та зміцнення національної ідентичності. Тревел-блогери надають інформацію про безпечні туристичні маршрути, коментують стан доріг та готелів, рекомендують зручні зони для відпочинку.

Сніжана та Євген Кришталі на своєму блозі weekend.vn.tour діляться з підписниками інформацією не тільки про маловідомі широкому загалу цікаві куточки нашої країни, а ще й геолокацією потенційно небезпечних для відвідування об'єктів, особливо якщо йдеться про території, яких торкнулася війна (Херсонщина, Харківщина). Євген як головний координатор поїздок особисто складає більшість маршрутів, бронює готелі, займається технічним забезпеченням у дорозі. Він є волонтером, режисером та пілотом власного дрону, має вражаючий досвід мандрівника і добре знається на всіх ризиках та небезпеках воєнного періоду.

Український протезований військовослужбовець Олександр Будько створив перше власне тревел-шоу, яке можна назвати ексклюзивним проєктом. Його мета полягає в дослідженні доступності українських міст для людей з особливими потребами. У програмі він разом з колегами на колісних кріслах відвідає туристичні маршрути, довівши, що подорожі можуть здійснювати люди, які втратили кінцівки. Крім військового, у проєкті взяли участь Маша Єфросиніна, Вася Байдак, Володимир Дантес, Саша Заріцька та блогер «Однією Правою» Влад Хільченко. Перший цикл передач шоу «Відвал ніг або All inclusive» було анонсовано на численних мережевих тревел-майданчиках, його прем'єра відбулася в лютому 2025 року. Автор проєкту доведе собі й оточенню, що доступність міст для осіб з інвалідністю передбачає не тільки наявність засобів пересування, а ще й засобів безпеки, перш за все — обладнаних укриттів [19].

Завдяки співпраці українських блогерів з фіксерами велика кількість іноземних репортерів отримала можливість на власні очі побачити

лінію зіткнення, поспілкуватися з українськими захисниками, підготувати матеріали для своїх видань та зняти відповідні сюжети. На сайті організації Інтерньюз Україна у добірці «8 воєнних репортажів, які слід прочитати всім» зібрано найбільш резонансні матеріали зарубіжних журналістів про події на лінії фронту, демонструючи стійкість українців у боротьбі з російськими агресорами. Серед них — матеріал The Face Of War американської журналістки Марти Ґеллгорн, збірка репортажів On the Front Line: The Collected Journalism of Marie Colvin Марі Колвін, однієї з найвідоміших воєнних журналісток 21-го століття тощо [16].

Слід зазначити, що однією з базових тем української тревел-журналістики стала тема післявоєнного відродження країни. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні визначені, зокрема, у праці А. А. Моци, С. М. Шевчука, Н. М. Середи, які вважають, що перспективними напрямками повоєнного відновлення сфери туризму в Україні є:

1) розвиток ділового, освітнього, спортивного, медичного, зеленого та воєнного туризму;

2) розробка та реалізація програм (як державних, так і міжнародних) підтримки суб'єктів туристичної діяльності;

3) забезпечення тісної співпраці між країнами у напрямку взаємопідтримки туристичної діяльності;

4) підвищення інтересу іноземних туристів до пам'ятних маршрутів та повоєнних символічних місць;

5) пошук нових методів та способів реалізації туристичних послуг тощо [12].

Під час просування туристичного продукту України в світ актуальним є залучення ефективних елементів цифровізації та інформаційних технологій [15, с. 130]. Одним з них безперечно є інфографіка, яка вже давно перетворилася з ілюстрації на повноцінну частину контенту. У воєнний період використання інформаційної графіки та інших способів візуалізації інформації є бажаним складником будь-якого сюжету або повідомлення.

Узагальнюючи думки науковців стосовно досліджуваного поняття, можна констатувати, що інфографіка — це не суто окремий знак або ілюстрація, це сукупність багатьох факторів, які мають смислове навантаження, інформаційне, пояснювальне тощо. Інфографіка у сучасному інформаційному світі — одна з форм комунікацій, яка відіграє

важливу роль у передачі даних, фактів, подій [2, с. 20]. Інфографіка як складник інформаційного жанру:

- дозволяє легко пояснити «як це влаштовано»;
- допомагає показати переваги;
- сприяє швидше запам'ятати історичні факти і події;
- зміцнює зв'язок з матеріалом у користувачів;
- задовольняє когнітивні потреби людини і розповідає про нові цікаві факти [6, с. 4].

Дослідниця Елеонора Кривка підкреслює з цього приводу, що «... комунікативні інтенції сучасних тревел-медіатекстів представлені гетерогенними елементами, зокрема, вербальним текстом, зображеннями, інфографікою, картами, знаками інших кодових систем одного смислового поля» [7].

Російська агресія не тільки створила суттєві перешкоди відновленню туристичної галузі, занепалої після ковід-пандемії, а й спонукає наших і зарубіжних мандрівців розглядати альтернативні туристичні напрямки до інших країн. Великою проблемою в цій ситуації також стало те, що всі міжнародні логістичні маршрути, які проходять через територію України, зараз не функціонують [12, с. 53]. Саме тому важливості набула візуалізація тревел-контенту, адже вона спрощує засвоєння складної інформації, особливо коли та подається з застосуванням іноземної термінології.

Значна частина українських тревел-ресурсів вже давно почала використовувати новітні інфографічні продукти — анімацію, 3D-зображення тощо. Анімовані візуальні ефекти були і ще довгий час залишатимуться в тренді. А вже звичні для нас візуальні продукти, такі як GIF-файли та відео, здатні повністю трансформувати будь-яку текстуру. Все це безумовно поліпшує якість інформаційного продукту для мандрівців, підвищує його привабливість і відповідає вимогам часу.

Висновки. Російська військова агресія проти України докорінно змінила парадигму функціонування вітчизняної тревел-журналістики, вона значною мірою вплинула на світову та європейську індустрії подорожей. Велику кількість проєктів, пов'язаних з туризмом та розвагами, було згорнуто, їхнє місце зайняли репортажі з фронту, фіксування воєнних злочинів, історії підрозділів, окремих військовослужбовців та їхнього оточення.

Тревел-контент трансформувався від (переважно) інформаційно-розважального у бік національно-патріотичного, і ця тенденція нині триває. Висвітлення культурних традицій українського народу, культивування

його національної ідентичності, запобігання негативним проявам етноцентризму стали тепер провідними завданнями виробників тревел-матеріалів у медіа.

У тревел-напрямі вітчизняної журналістики лишається запотребованим інтерес до подорожей, однак змінився його фокус: під час повномасштабної агресії він зосередився на демонстрації побуту та особливостей життя українців під час війни; в центрі уваги здебільшого — порушення тем безпеки та захисту людей; воєнні злочини окупантів; історії пересічних громадян, які постраждали від обстрілів, долі внутрішньо переміщених осіб тощо.

Зазнала певної трансформації вітчизняна блогосфера. Українські тревел-блогери особливу увагу приділяють вибору безпечних маршрутів для подорожей, надають поради мандрівникам, як уникнути ризиків та зробити мандрівку не тільки комфортною, а й безпечною.

Соціальна тематика журналістів офіційних тревел-видань, мережевих медіа та блогерів за умов воєнного стану є спільною й відповідною до потреб уже не окремих соціальних груп, а більшості громадянського суспільства.

Залучення ефективних інструментів цифровізації та інформаційних технологій у роботу тревел-журналіста та блогера (інфографіка, анімація, 3D-зображення) є важливим елементом створення якісного інформаційного продукту та запорукою його розуміння споживачем туристичної інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аніпко Н., Андрусяк Н. Зацікавленність іноземних туристів Україною: особливості післявоєнного туризму. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект» (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.). Чернівці : Технодрук, 2022. С. 323–326. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/anipko2.htm (дата звернення: 20.12.2024).
2. Головко, О. А. (2016). Роль засобів візуальної комунікації на прикладі інфографіки для дітей. Обрії друкарства, (1), 18–25. URL: https://doi.org/10.20535/2522-1078.2016.1.95058 (дата звернення: 20.12.2024).
3. Заячковська Г. А., Сікула А. О. Військовий туризм як один з перспективних напрямків післявоєнного розвитку туризму в Україні. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні напрями

розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення» (м. Львів, 1–2 червня 2022 р.). Львів : Видавництво ЛТЕУ, 2022. С. 267–269. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/zayachkovska6.htm (дата звернення: 20.12.2024).

4. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. 2-е вид. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
5. Зеленюк Ю. О. Туристичні медіа як чинники духовно-морального виховання молоді. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Психологія і педагогіка. Острог, 2012. Вип. 21. С. 207–214. URL: https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/2493/1/29.pdf (дата звернення: 20.12.2024).
6. Інфографіка як один зі сучасних засобів цифрового контенту. Метод. Рекомендації. Упоряд.: І. Лешнівська, С. Дмитрів; ЛОУНБ. Львів, 2024. 24 с. URL: http://www.lounb.org.ua/Files/infografica.pdf (дата звернення: 20.12.2024).
7. Кривка Е. Т. Сучасний тревел-медіатекст в українському інфопросторі: тематика, формат, контент. Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 061 «Журналістика». Сумський державний університет. Суми, 2022. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/90334/1/dis_ep_Kryvka.pdf (дата звернення: 20.12.2024).
8. Козлова А. Туризм в умовах війни: що відбувається з галуззю й які перспективи на цьогорічний сезон. Інтернет-видання «Comments.ua». URL: https://money.comments.ua/ua/news/economy/turizm-v-umovah-viyni-scho-vidbuvaetsya-z-galuzzyu-y-yaki-perspektivi-na-cogorichniy-sezon-699311.html (дата звернення: 20.12.2024).
9. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 337–341. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/korchevska.htm (дата звернення: 20.12.2024).
10. Костинець Ю., Костинець В., Шевченко О. Розвиток туризму України в умовах війни. Актуальні проблеми економіки. 3 (261), 2023. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2023/03/3.23._topic_-Iuliia-V.-Kostynets-Valeriia-V.-Kostynets-Oleh-O.-Shevchenko-51-57.pdf (дата звернення: 20.12.2024).

11. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підручник. 5-те вид. перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
12. Моца А. А., Шевчук С. М., Середа Н. М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. Вип. 41. 2022. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1560 (дата звернення: 20.12.2024 р.).
13. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2015. Вип. 126. Ч. 1. С. 12–23. URL: http://apir.iir.edu.ua/index.php/apmv/article/view/2686 (дата звернення: 20.12.2024 р.).
14. Перегуда Ю., Кривоберець М. Державна підтримка підприємств туристичної галузі в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення. Підприємництво та інновації. 2022. № 23. С. 16–20. URL: http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/488 (дата звернення: 20.12.2024 р.).
15. Петренко С. М. Роль інформаційних технологій в практиці управління підприємств в сфері туризму. Економічний простір. 2023. № 188. С. 128–136. URL: https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1362 (дата звернення: 20.12.2024 р.).
16. Сайт Інтерньюз Україна. URL: https://internews.ua/opportunity/Media-lifehack-war-reports (дата звернення: 20.12.2024 р.).
17. Hanusch F. The Dimensions of Travel Journalism: Exploring New Fields for Journalism Research beyond the News. Journalism Studies. 2010. Vol. 11(1). P. 68–82. URL: https://eprints.qut.edu.au/217676/1/2010_-_Hanusch_-_JS_-_The_Dimensions_of_Travel_Journalism.pdf (дата звернення: 20.12.2024 р.).
18. УкрЮтюбПроект. Івано-Франківськ під час війни: як живе країна героїв?! Волонтери, переїзд бізнесу та Ко-Хати. URL: https://www.youtube.com/watch?v=PcuVKOsZkao (дата звернення: 20.12.2024).
19. Український військовий запустив інклюзивне тревел-шоу. URL: https://shotam.info/ukrainskyy-viyskovyy-zapustyv-inkliuzyvne-trevel-shou/ (дата звернення: 20.12.2024 р.).
20. Харків: обстріли, руїна, пусті вулиці. Місто, що першим зустріло ворога. URL: https://megogo.net/ru/view/21761696-khashchi-sezon-1-kharkiv-obstrili-ruina-pusti-vulitsi-misto-shcho-pershim-zustrilo-voroga.html (дата звернення: 20.12.2024 р.).

REFERENCES

1. Anipko, N., & Andrusyak, N. (2022). Interest of Foreign Tourists in Ukraine: Features of Post-War Tourism. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference „Management of the Hospitality Industry Development: Regional Aspect" (in Chernivtsi, May 5, 2022). Chernivtsi: Tekhnodruk. pp. 323–326. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/anipko2.htm. Accessed: 20.12.2024.
2. Holovko, O. A. (2016). The Role of Visual Communication Tools: The Case of Infographics for Children. Obrii drukarstva, (1), 18–25. Available at: https://doi.org/10.20535/2522-1078.2016.1.95058. Accessed: 20.12.2024.
3. Zayachkovska, H. A., & Sikula, A. O. (2022). Military Tourism as a Promising Direction of Post-War Tourism Development in Ukraine. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference „Modern Directions of Economic, Entrepreneurial and Technological Development and Their Legal Support" (in Lviv, June 1–2, 2022). Lviv: Publishing House of LUTE. pp. 267–269. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/zayachkovska6.htm. Accessed: 20.12.2024.
4. Zdoroveha, V. (2004). Teoriia i metodyka zhurnalistskoi tvorchosti [Theory and methodology of journalistic creativity] (2nd ed.). Lviv: PAIS.
5. Zeleniuk, Yu. O. (2012). Turystychni media yak chynnyky dukhovno-moralnoho vykhovannia molodi [Tourism media as factors of spiritual and moral education of youth]. Scientific Notes of the National University „Ostroh Academy". Series: Psychology and Pedagogy, 21, 207–214. URL: https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/2493/1/29.pdf.
6. Infografika yak odyn zi suchasnykh zasobiv tsyfrovoho kontentu [Infographics as a modern digital content tool]. (2024). Methodical recommendations. Compiled by: I. Leshnivska, S. Dmytriv; LOUNB. Lviv. URL: http://www.lounb.org.ua/Files/infografica.pdf.
7. Kryvka, E. T. (2022). Suchasnyi trevel-mediatekst v ukrainskomu infoprostori: tematyka, format, kontent [Modern travel media text in the Ukrainian info space: topics, formats, content] (PhD dissertation in Journalism). Sumy State University. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/90334/1/dis_ep_Kryvka.pdf.
8. Kozlova, A. (2023). Turyzm v umovakh viiny: shcho vidbuvaietsia z haluzziu y yaki perspektyvy na tsohorichnyi sezon [Tourism during the war: what's happening with the industry and what are the prospects for this season]. Comments.ua. URL: https://money.comments.ua/ua/news/

economy/turizm-v-umovah-viyni-scho-vidbuvaetsya-z-galuzzyu-y-yaki-perspektivi-na-cogorichniy-sezon-699311.html.
9. Korchevska, L. (2022). Stan, osoblyvosti ta perspektyvy turyzmu u voiennyi ta postvoiennyi period [The state, features, and prospects of tourism during and after the war]. In Proceedings of the International Scientific-Practical Conference „Hospitality Industry Development Management: Regional Aspect" (Chernivtsi, May 5, 2022), pp. 337–341. Chernivtsi: Tekhnodruk. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/korchevska.htm.
10. Kostynets, Yu., Kostynets, V., & Shevchenko, O. (2023). Rozvytok turyzmu Ukrainy v umovakh viiny [Tourism development in Ukraine during the war]. Actual Problems of Economics, 3(261). URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2023/03/3.23._topic_-Iuliia-V.-Kostynets-Valeriia-V.-Kostynets-Oleh-O.-Shevchenko-51-57.pdf.
11. Mykhailyn, I. L. (2011). Osnovy zhurnalistyky [Fundamentals of journalism] (5th revised ed.). Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury.
12. Motsa, A. A., Shevchuk, S. M., & Sereda, N. M. (2022). Perspektyvy pisliavoiennoho vidnovlennia sfery turyzmu v Ukraini [Post-war recovery prospects of the tourism sector in Ukraine]. Economy and Society, 41. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1560.
13. Parfinenko, A. Yu. (2015). Mizhnarodnyi turyzm v Ukraini: heopolitychni aspekty hlobalnoho yavyshcha [International tourism in Ukraine: geopolitical aspects of a global phenomenon]. Current Problems of International Relations, 126(1), 12–23. URL: http://apir.iir.edu.ua/index.php/apmv/article/view/2686.
14. Perehuda, Yu., & Kryvoberets, M. (2022). Derzhavna pidtrymka pidpryiemstv turyzmu v umovakh voiennoho stanu ta pisliavoiennoho vidnovlennia [State support for tourism enterprises during martial law and post-war recovery]. Entrepreneurship and Innovation, 23, 16–20. URL: http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/488.
15. Petrenko, S. M. (2023). Rol informatsiinykh tekhnolohii v praktytsi upravlinnia pidpryiemstv v sferi turyzmu [The role of information technologies in tourism business management]. Economic Space, 188, 128–136. URL: https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1362.
16. Internews Ukraine website. Media lifehack: war reports. URL: https://internews.ua/opportunity/Media-lifehack-war-reports.

17. Hanusch, F. (2010). The dimensions of travel journalism: Exploring new fields for journalism research beyond the news. Journalism Studies, 11(1), 68–82. URL: https://eprints.qut.edu.au/217676/1/2010_-_Hanusch_-_JS_-_The_Dimensions_of_Travel_Journalism.pdf.
18. UkrYouTubeProject. (n.d.). Ivano-Frankivsk pid chas viiny: yak zhyve kraina heroiv?! Volontery, pereizd biznesu ta Ko-Khaty [Ivano-Frankivsk during the war: how the country of heroes lives! Volunteers, business relocation, and Co-Houses]. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=PcuVKOsZkao.
19. Ukrainian soldier launched an inclusive travel show. (n.d.). Shotam. URL: https://shotam.info/ukrainskyy-viyskovyy-zapustyv-inkliuzyvne-trevel-shou/.
20. Kharkiv: obstrily, ruina, pusti vulytsi. Misto, shcho pershe zustrilo voroha [Kharkiv: shelling, ruins, empty streets. The city that first met the enemy]. (n.d.). Megogo. URL: https://megogo.net/ru/view/21761696-khashchi-sezon-1-kharkiv-obstrili-ruina-pusti-vulitsi-misto-shcho-pershim-zustrilo-voroga.html.