

Міністерство освіти і науки
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Кафедра соціальних комунікацій

На правах рукопису

КОСТЮК АННА КОСТЯНТИНІВНА

РОЗВИТОК СУЧАСНОЇ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ: ГЛОБАЛЬНИЙ ТА
РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТИ

Спеціальність 061 «Журналістика»

Освітньо-професійна програма «Журналістика і соціальні комунікації»

Робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр»

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № засідання кафедри соціальних комунікацій

Від 2024 р.

Завідувач кафедри

Доц. Кошелюк О. В. _____

Науковий керівник:

Кравченко Світлана Іванівна
Доктор наук із соц. ком.,
професор кафедри соціальних комунікацій

Луцьк 2024

ЗМІСТ

Вступ	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ	6
1.1. Термінологічні аспекти та функціональне призначення	6
1.2. Види, формати та жанри туристичної журналістики	10
1.3. Формати туристичної журналістики в українському медіапросторі та тревел-журналістика в умовах війни	13
РОЗДІЛ 2. СТАН ТУРИСТИЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В ЛУЦЬКУ В ЧАС ВІЙНИ	22
2.1 Аналіз змін у функціонуванні туристичної журналістики в Луцьку через вплив війни	22
2.2 Роль туристичної журналістики у підтримці туристичної галузі та збереженні культурної спадщини Луцька	29
РОЗДІЛ 3. АВТОРСЬКИЙ ПРОЄКТ ПРО МАНДРИ «ВУЛИЦЯМИ ЛУЦЬКА»	36
3.1 Розроблення плану та опис формату брошури про Луцьк	36
3.2 Пошук інформації про Луцьк та методи її популяризації	42
Висновки	61
Список використаних джерел.....	63
Додатки.....	66

Вступ

Актуальність теми.

Пошуки суспільством цікавих матеріалів про подорожі дали поштовх для створення такого напряму журналістики, як «тревел-журналістика» або «журналістика подорожей». Головними функціями туристичної журналістики є інформування суспільства про інші країни, комунікування з іншими народами, знайомство з їх культурою та побутом.

Цей різновид засобів масової інформації активно розвивається і стає все більш актуальним, особливо це стало помітним у період пандемії і після початку повномасштабної війни в Україні. В останні роки подорожувати світом стало набагато складніше, обумовлено це обмеженнями і закритими кордонами. На допомогу тоді приходять тревел-журналісти, які мають змогу розповісти і показати, чим відрізняється життя інших народів, які є пам'ятки культури і куди можна буде відправитись відпочити після перемоги України.

Після початку вторгнення Росії в Україну закриті кордони не стали перепоною для відвідування населених пунктів України. Проте вектор висвітлення туристичної теми трохи змінився, і на противагу гарним культурним та історичним цінностям прийшли зруйновані російськими бомбами та ракетами історичні пам'ятки. Важливим моментом у збереженні культурних цінностей України є люди, які всупереч страху і невизначеності ціною своїх життів рятували культурну спадщину України.

Тревел-журналістика – це винятковий стиль у журналістиці, який із кожним роком все ширше розкриває свої можливості – створюються нові програми, друкуються нові журнали, з'являються блоги і кожні з них різняться своїм смисловим та інформаційним наповненням. Важливим елементом тревел-журналістики є поєднання довідкової частини з розважальною. Туристична

журналістика сприяє зближенню міжнародних зав'язків та подоланню стереотипних бар'єрів. Доцент кафедри журналістики, реклами та медіакомунікацій Одеського національного університету імені І. І. Мечникова О.Хобта стверджує: «Журналістика подорожей є елементом міжкультурної комунікації й діалогу культур, адже основою тревел-дискурсу є ознайомлення аудиторії з іншими країнами й культурами» [22].

Таким чином, актуальність теми обумовлена тим, що феномен «тревел-журналістика» до кінця не досліджений, а попит проєктів на цю тематику зростає.

Мета роботи полягає у тому, щоб проаналізувати стан та функціонування тревел-журналістики в українському медіапросторі, розробити та продемонструвати авторський проєкт про подорожі «Вулицями Луцька».

Завдання наукової роботи зумовлені її метою:

- визначити термінологічне поняття журналістики подорожей;
- простежити функціональне призначення тревел-журналістики;
- дослідити види, форми, жанри туристичної журналістики;
- описати формати журналістики про мандри в українському медіапросторі;
- розповісти про луцькі аспекти тревел-журналістики;
- окреслити задум створення брошури «Вулицями Луцька»;
- описати формат, платформу оприлюднення авторського проєкту про мандри;
- обґрунтувати унікальність власного продукту та проаналізувати потенційну аудиторію;
- провести аналіз способів і методів поширення та перспективи розвитку проєкту.

Об'єктом дослідження є тревел-журналістика як вид журналістики.

Предмет дослідження – авторське неперіодичне видання (брошура) з назвою «Вулицями Луцька».

Значення нашої роботи на теоретичному рівні полягає у формулюванні концепцій і правил створення якісного матеріалу про мандри. На практичному – у моделюванні авторського проєкту про мандри.

Дослідження апробоване в збірнику за матеріалами III Міжнародної наукової конференції «Інноваційна наука: пошук відповідей на виклики сучасності» (06.12.2024; м. Могилів-Подільський, Україна).

Магістерська робота чітко структурована: вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел (36 позицій) та додатки, які допомогли проілюструвати найважливіші грані наукового пошуку.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ

1.1. Термінологічні аспекти та функціональне призначення

Бажання подорожувати, досліджувати нові місця світу, знайомитися з життям інших народів супроводжують людину усе її існування, однак відвідування інших держав є доступним нечисельній кількості суспільства. В цьому випадку помічниками стають засоби масової інформації (далі – ЗМІ). Розвиток ЗМІ представляє реципієнту різні напрями інформування. Одним із таких є тревел-журналістика – малодосліджений, сучасний вид журналістики, спрямований на висвітленні інформації про подорожі у контексті географічного, культурного, історичного розмаїття конкретної місцевості.

Тревел-журналістика у своєму складі має широкий обсяг у програмній мережі, попри це вчений Ю. Полежаєв каже: «на сьогодні досить важко знайти ґрунтовні дослідження сутності, типології та особливостей виконання туристичних програм (за винятком наукових праць, де тільки згадується про існування такого типу програм). Також журналістикознавці досі не дали точного визначення «журналістики подорожей» [16].

З англійської «travel» перекладається як «подорожувати», відповідно до цього тлумачення стверджуємо, що тревел-журналістику можна назвати журналістикою про подорожі. Однак англійській мові притаманне поняття не тільки «travel journalism», а також «travel writing» – дослівно означає мистецтво літературного опису подорожей. У свою чергу «travel writer» – людина, що пише про подорожі, варто уточнити, що ця персона не обов’язково споріднена з поняттям письменник, здебільшого – людина, яка пише в будь-якому форматі і в будь-якому обсязі.

Ототожнення суспільством цих понять може привести до проблем диференціації їх цілей. Дослідниця І.Показаньєва визначила розмежованість між цими двома твердженнями. Вона визначила, що «тревел-журналіст» перш за все, займається інформаційною журналістикою, а не літературою, а також він може працювати як на телебаченні, так і у пресі [15]. Не менш важливим є те, що журналіст, який пише про подорожі дотримується журналістських стандартів та користується певними законами, в той час як «тревел-райтер» може у свою модель додавати літературні прийоми та засоби.

Згідно з С. Бельковою, однією з основних цілей журналістських тревел-творів – це розширення культурного світогляду читача і ознайомлення його з новими країнами і континентами, а також перегляд вже знайомих місць з нової перспективи. На сьогодні, коли маємо активні міжнародні зв'язки і розвиток туризму, подорожні нариси стали дуже популярними. Крім того, не можна ігнорувати їхню естетичну функцію: автор передає всю красу та враження від зустрічей з людьми з метою виховати у читача почуття прекрасного і доброго [4, с.38].

Теоретичну базу дослідження феномену подорожньої тематики у журналістиці представили українські та західні фахівці, серед яких: С.Белькова, М.Варич, О.Юферева, Ю.Полежаєв, а також Ф.Гануш, Б.Кукінг та Й.Борн.

Ще п'ятнадцять років тому тревел-журналістика знаходилась на етапі формування і мала невелику розмежованість – подорожні нариси, літературні описи, власні спогади про подорожі та перші спроби зйомки невеликих проєктів. З технологічним прогресом, туристична журналістика активно впроваджує додаткові форми розповідей – тревел-програми та блоги. Перелічені способи подачі інформації про мандри викликають серйозну зацікавленість в аудиторії та мають на меті розширити інтелектуальні особливості людини,

спожити довідкового матеріалу про країну чи місцевість, до якої він прокладає маршрут та просто цікаво провести дозвілля.

Тревел-журналістика має у своєму складі декілька особливостей:

1. Новизна і актуальність висвітленої проблеми. Автор має знайти такі факти і видрукувати їх в матеріалі, аби читачу було цікаво слідувати за тими маршрутами, які описано.
2. Фокусування уваги споживача на естетичному задоволенні від побаченого – важливим є не тільки текстовий матеріал, а й підтвердження його фото-, відео елементами. Такий прийом спонукає людину відправитись у подорож і побачити усе власними очима.
3. Збагачення матеріалу маловідомими даними. Завжди цікаво дізнаватись що нове, а не всесвітньовідоме, саме цим і має керуватись журналіст.

Характерними ознаками вдалого тревел-проекту є видовищність, експресивність, легке сприйняття інформації, не менш важливим є створення присутності реципієнта разом із автором у вояжі.

Робота журналістика-мандрівника містить у собі безліч компонентів. Письменниця-фрілансер Браян Дженсен наголошує, що журналістика подорожей включає дослідження напрямків і ринків, подорожі, писання, фотографування, ведення блогу, самореклама, бути в курсі туристичних тенденцій і публікацій, підвищення кваліфікації та бути готовим до подорожі, якщо приходить поїздка в останню хвилину [28].

Потреба у цьому напрямку ЗМІ зумовлена також розвитком туристичного бізнесу, як внутрішнього так і зовнішнього. Завдяки туризму зростає економічна та культурна система суспільства. Сьогодні простежується інтенсивний процес зросту туризму завдяки поширенню медіа та комунікації. Зростає попит на

туризм – зростає попит на медіа програми про подорожі та їх популяризація. Суспільство звикло довіряти туристичним путівникам або рекламним тревел-повідомленням у ЗМІ, відповідно до цього в журналістських програмах публікуються рейтинги кращих і гірших місць, реклама певного закладу, готелю чи комплексу відпочинку або туристичної програми. Така рекламна комунікація туристичних компаній з громадянами забезпечує відвідування опублікованих місцевостей більшою кількістю людей.

Сьогодні саме цей новий медіа напрямок впливає на національну самосвідомість людей, трансформує інформацію з одного культурного контексту в інший, формує певний імідж різних культур і ментальностей серед споживачів [13].

Завдання журналіста полягає у демонстрації глядачам і читачам не тільки загальних відомостей країни, а також життя «зсередини». Тревел-журналістика з її жанровою своєрідністю, на думку Ш. Аскералієвої, має вплив на процеси глобалізації [1]. Ця глобалізація виявляється у міжнаціональному діалозі, формуванні певної картини світу, зміні стереотипних знань про певні культури. Для того, аби досягти успіху, діяч медіа ставить перед собою вектор опису країни і поширює його в маси. Таким вектором може бути розповідь про країну чи місцевість, їх проблеми, або ж про національні звичаї, кухню того чи іншого народу, або ж трансляція життя емігранта та пристосування його в іноземній країні. Такі цілі цілком виправдані, в результаті їх реалізації можуть з'явитись різні за смисловим та жанровим наповненням тексти.

Тим не менш, журналіст-мандрівник повністю бере на себе відповідальність за той матеріал, який вирішив поширити. Як зазначалось, цей вид журналістики послуговується журналістськими стандартами та вимогами, проте автор може відхилитись від них задля утримання уваги аудиторії саме на його сюжеті.

Можливості сучасної людини мають переваги у створенні контенту про мандри, однак важливими компонентами є якість, неоднорідність та неповторність продукту. Нішові медіа та спеціалізовані журналісти у сфері тревел-журналістики адаптуються до експансивного контенту, створеного споживачами в Інтернеті, однак спостерігається тенденція привласнення Інтернет-користувачами журналістики подорожей, крім того експерт-журналісти в цій сфері стикаються з проблемою конкуренції в мережі. Варто зауважити, що будь-який матеріал, створений не професіонально та не структуровано, буде мати менший попит та незначну кількість переглядів.

Пандемія COVID-19 принесла у 2020-21 рр. серйозні корективи в життя людей та призупинили візити за кордон, в результаті попит на туризм значно знизився. Потреба «подорожувати з дому» значно зросла, тому популяризація програм про мандри стає поштовхом для тих, хто створює такий тревел-продукт. Війна в Україні змусила українців повністю змінити своє ставлення до подорожей. Однак маємо надію, що після усіх складнощів люди знову зможуть вільно подорожувати і бачити усе своїми очима.

1.2. Види, формати та жанри туристичної журналістики

Особливість тревел-журналістики полягає у різноманітності її форм. Жанрове різноманіття дозволяє журналісту самостійно обирати жанр, у якому він хоче працювати, оскільки в журналістиці немає жорстких обмежень у подорожньому напрямі. Однак, журналіст, який працює у цьому напрямі журналістики, деколи може відхилятися від встановлених норм задля зацікавлення аудиторії, має дотримуватись журналістських стандартів і правил та бути коректним у ставленні до культури, яку представляє.

Вчені І. Печеранський, В. Катренко виокремлюють такі жанри тревел-журналістики:

- Найпопулярніший – тревел-репортаж – жанр, який вирізняється тим, що автор передає читачеві відчуття безпосередньої участі в подорожі, створюючи ефект присутності;
- Подорожній нарис – публіцистичний жанр із художніми елементами, у якому описуються події, пригоди чи зустрічі з різними культурами, що сталися під час подорожі. Автор виступає як оповідач, залучаючи аудиторію до співпереживання й дозволяючи відчутти всі нюанси подорожі;
- Рекомендація – аналітичний жанр, що містить корисну інформацію, спрямовану на практичне застосування, подібно до путівника, і допомагає орієнтуватися у виборі маршрутів чи місць для відвідування [13].

У сучасній тревел-журналістиці переважають тревел-програми і тревел-шоу, зумовлені тим, що аудиторія зацікавлена передусім у гарній та вражаючій картинці, а також у розважальному контексті висвітлення пізнавального контенту. Вразити споживачів написаним матеріалом без технічних підтверджень не вдасться. Використання у своїй роботі високоякісних апаратів, відеокамер, мобільних телефонів полегшує збір, обробку та розповсюдження інформації на подорожню тематику.

Кандидат філологічних наук О.Юферева за допомогою аналізу журналу «Мандри» змогла виокремити найважливіші типи тревел-журналістики в інтернеті:

- Лайфстайл-тревелог;
- Особистісний-тревелог. [24]

Перший тип туристичних матеріалів ґрунтується на «використанні візуально привабливих образів та стандартизованої жанрової структури. Вони фокусуються на регулятивному дискурсі, який передає чіткі рекомендації щодо туристичного регіону, поведінки туриста та способу відпочинку. Також активно використовують рекламу для підтримки іміджу туристичного місця, себто встановлюють чітко виражений маршрут, за яким має слідувати читач. Особистісний тревелог спрямований на подачу неканонічних настанов, йому властиве самовираження журналіста та нестандартний погляд на висвітлення інформації.

Відповідно до того, який жанр обирає журналіст для висвітлення своїх подорожніх історій, виокремлюють також декілька типів тревел-журналістів:

1. Журналіст-фрілансер.

Переважає більшість цього типу журналістів є незалежними. Автори розповідають про власні мандри та поєднують їх зв'язками з різноманітними виданнями. Роботи журналіста можуть публікуватись у періодичних, друкованих виданнях або на веб-сайтах у вигляді статей, оглядів або путівників. Переважно позаштатні журналісти самі оплачують витрати та забезпечують обладнанням.

2. Штатний тревел-журналіст.

У деяких випадках видання наймає журналіста-мандрівника, який буде писати матеріал про подорожі на повний робочий день. Крупні та фінансовані установи заповнюють посади туристичними журналістами з досвідом та репутацією у цій сфері.

3. Журналісти у сфері подорожей.

Фокус інформування зосереджений на індустрії подорожей і туризму, перевага надається другому сектору. Спеціалізовані журнали публікують поради з туризму та комунікації обслуговуючого персоналу з відвідувачами у готелях, круїзних компаніях та інших сферах туристичних послуг.

4. Автор подорожей.

Ще один тип журналістів, які спеціалізуються на темі мандрів, спрямовує свої нариси на написання книги, зокрема путівників міст, регіонів і країн. Серії путівників часто потребують оновлення, що пропонує авторам постійну роботу.

5. Тревел-блогер.

Деякі журналісти-мандрівники зосереджуються у своїй роботі на поглибленій розповіді від першої особи. Такий контент захоплює, проте вимагає від автора прозорості та може стати викликом для медіаринку [9].

1.3. Формати туристичної журналістики в українському медіапросторі та тревел-журналістика в умовах війни

Тревел-контент створювався і поширювався у друкованих виданнях на хвилі зростаючої популярності до подорожей. Газети і журнали-тревелоги базуються на формуванні знань, які знадобляться і будуть цікавими як масовій аудиторії, так і вузькоспеціалізованим колам читачів. О. Кошелюк у своїй роботі «Інформаційний потенціал сучасної туристичної преси» стверджує, що причинами активізації туристичного медіа є стійка зацікавленість туристичною інформацією масовою аудиторією, переорієнтація вітчизняного туризму з зовнішнього на внутрішній, а також зростання ролі зеленого туризму, оздоровчого та івент-туризму [9].

Кожне видання обирає своє тематичне оздоблення і пропонує його реципієнтам. Професійно написаний текст у дуєті з якісними фотографіями формують цілісний проєкт, що популяризує пізнавальний матеріал про мандри. Український тревел-дискурс презентує такі видання: «Українська туристична газета», «Туризм і розваги», «Міжнародний туризм», «MANDRY», «What's On», «Світ туризму» та інші.

Українська туристична газета – інформаційно-ділове видання, анонсоване у 2004 році, головний редактор – Яна Слабінська. Газета націлена на своєчасне повідомлення про тенденції індустрії туризму. Щомісяця тут публікуються новини про туристичні новації України та інших країн, властивості внутрішнього і зовнішнього туристичного бізнесу, а також публікування готельної галузці туризму. Особливістю цієї газети є інформаційно-аналітичний ступінь просвіти матеріалів.

Цікавим журналом для поціновувачів мандрівок українського видавництва є «MANDRY». Видання друкується сім разів на рік та розповсюджується на території України. Журнал має безліч корисної інформації переважно для тих, хто бажає відвідати певну країну. Зокрема на шпальтах розміщується інформація про туристичні фірми, авіакомпанії, готелі, страхові компанії, транспортні засоби. Змістовно-тематичну модель видання журналу «MANDRY» складають рубрики: репортаж (основний жанр), експедиція, хіти сезону, бюджет мандрівка, туристичний бізнес, інтерв'ю.

Динаміка змін національних мас-медіа, що орієнтуються на проблематику і тематичне розмаїття видань про мандри, створює нові формати туристичної журналістики. Окрім відомих тревел-програм і шоу з'являються блоги про туризм на Інтернет-площадках (Instagram, YouTube, Facebook).

Серед відомих тревел-шоу можемо виокремити – «Світ навиворіт з Дмитром Комаровим», «Орел і Решка», «Ле маршрутка», «Вдома краще» та інші.

Основною ідеєю тревел-шоу «Світ навиворіт з Дмитром Комаровим» є розповідь про найвіддаленіші та маловивчені регіони нашої планети. Автор проєкту описує той бік життя країни, який залишається поза увагою туристів. Цікавим моментом є кількість знімальної групи – участь у програмі беруть ведучий Дмитро Комаров, а також оператор Олександр Дмитрієв.

Прем'єра програми про мандри «Орел і Решка» відбулась ще у 2011 році, проте і досі не втрачає своєї актуальності. Телепрограма розповідає про визначні місця різних країн від сходу до заходу. Двоє ведучих підкидають монету і дізнаються, кому випаде «решка» і можливість використати тільки 100 доларів, а кому пощастить витратити значну кількість грошей.

Також телеведучий є автором тревел-програми «Мандруй Україною з Дмитром Комаровим». Це проєкт про подорожі Україною. Він розкриває туристичний потенціал нашої держави. Ведучий мандрує не маловідомими та майже недоступними місцями, а туристичними стежками найкращих локацій України.

Будь-який журналістський матеріал можна характеризувати в системі відносин «журналіст - аудиторія», тому що тільки аудиторія може оцінити його - тобто, «прийняти» або «відкинути» [30]. Відповідно до того, чи буде сприймати аудиторія поданий тревел-матеріал, формується зворотній зв'язок, що також є компонентом комунікації. Зараз аудиторія здатна висловити власну думку на різних Інтернет-платформах, прочитавши які, автор зможе змінити або удосконалити вказані проблеми та зробити свій продукт ще кращим.

Специфіка подачі туристичної інформації характеризують певні форми: «дружні» рекомендації; форма, в поєднанні з термінологією, сленгом тощо; енциклопедична, при якій матеріал носить науково-просвітницький характер [12]. У своїй роботі тревел-журналіст поєднує всі перелічені напрямки, для створення оригінальної цілісної картини.

Дмитро як журналіст надає глядачеві усі потрібні документальні складові, а як ведучий – відчуття присутності, себто повне поглинання в процес подорожі. Манера подачі інформації орієнтована на широку аудиторію, а це означає, що сюжети побудовані на імітації простої «дружньої» розмови. Використовує у спічі зрозумілу мову, термінології пояснює і розшифровує, забезпечуючи легке сприйняття інформації. «Весь час я спілкуюся із глядачем і потрібно, щоб у нього було відчуття, що я спілкуюся власне з ним, тому треба було дивитися чітко в центр лінзи камери», – наголошує в інтерв'ю виданню «Вежа» Дмитро Комаров [31].

Телеведуча Леся Нікітюк придбала та стилізувала маршрутку «Богдан» і разом з водієм мандрують Україною. «Le Маршрутка» – проєкт, що познайомить з історіями українців і прокладе маршрути для подорожей нашою країною.

YouTube-шоу «Вдома краще» Женя Синельников запустив, щоб показати, як Україна виглядає очима туристів і розповісти про популярні і маловідомі місця. Загальну цінову політику автор визначає за індексом борщу – середньою вартістю цієї страви.

Блогосфера також відкриває таланти ведення блогу про подорожі, як у нашій державі, так і в інших куточках світу. Яскравим прикладом блогера такого формату є Антон Птушкін – наш співвітчизник, затятий мандрівник і професійний оператор. Власний тревел-блог Антон почав після зйомок «Орла і

Решки». На You-Tube-каналі блогер ділиться досвідом мандрівника. Його аудиторія сягає майже 6 млн. поціновувачів цього жанру. Доволі цікавим експериментом стала подорож Європою на мініатюрному смарт-автомобілі. Також Птушкін розказує про технічні особливості ведення блогу про подорожі, зокрема показує прилади та дрони для зйомок. Після повномасштабного вторгнення росії в Україну Антон створив ще один канал, в якому розповідає всю правду про війну.

Як ми вже наголошували, велика війна змінила аспекти висвітлення інформації саме про подорожі. Відповідно до умов війни можна говорити, що індустрія туризму, зокрема і туристичної журналістики, адаптується та постійно змінюється. На часі теми про деокуповані від російських військ території, а також про міста, які стримували ворога і відтіснити його далеко і надовго. Ці міста – щит для нашої неньки – Суми, Київ, Чернігів, Харків та інші. Сучасну історію цих міст постійно фільмують і занотовують. Такі види документально-журналістських публікацій викликають у глядача гордість за свою країну і бажання поїхати туди. Ми боремось за своє майбутнє, а без задокументованої на камеру інформації, не можна показати, як важко ми за нього боролись.

Яскравим прикладом такого матеріалу є «Le Маршрутка» Лесі Нікітюк, про яку ми говорили раніше. Вона на своєму вже відремонтованому від падіння ракети «Богдані» їздила на звільнені від «російського міру» міста та показувала усі жахіття, які принесли Україні росіяни. Леся була у багатьох містах як в деокупованих, так і тих, що допомагали переселенцям, приймали допомогу та передавали її в гарячі точки, допомагали з евакуацією людей та були координаційними штабами. Реальність українців сьогодення – зйомки програм під звуки тривоги, але вже ніхто не боїться, бо вірять в нашу перемогу та вільну Україну. Його транслюють на «Новому каналі» та ютуб.

Наразі створити відеоформат у ютуб набагато легше, ніж на телебаченні. Спостерігаючи за телепрограмами, окрім єдиних новин, компанії оновлюють зйомки розважальних проєктів, звісно, торкаючись теми війни, проте туристичні стали на стоп. І всі ті програми, які показують сучасну Україну, вони з'являються на ютуб площадці, і є авторськими, не продюсерськими. Зокрема, «Хащі» – це відеопроект, який дозволяє, навіть змушує поглянути на Україну по-іншому, показуючи закулісся провінційних українців, яких усі цураються, соромляться або просто не помічають. Автори розкривають маловідому історію місцевих героїв, «глухий кут» України, «мертві» села, забутих, самотніх мешканців цих сіл і міст та їхню долю. **«Україна – без косметики та прикрас»** – такий слоган їхньої творчості. Наразі хлопці їздять містами, зруйнованими російською армією. В одному із сюжетів показали місто на Слобожанщині – Ізюм [21].

Ізюм завжди перебував на передовій історичних подій, зазначаючи тяжких часів лихоліть і воєн. У минулому він був оборонною лінією Російської імперії, пізніше перетворилось на фактичну фортецю і військову опору. В історії Великої війни в Україні Ізюм став ключовою перепорою на шляху до Донбасу і повторно перетворився на місто-фортецю, що майже повністю призвело до його руйнування.

«Наш фільм про це багатостраждальне місто, його історію та його майбутнє – українську молодь», – кажуть автори фільму. Цей фільм майже безслівний, проте який голосний.

Ще один значимий для ЗСУ та України відеоформат на українському ютубі – це «Мамо, я ганяю тачки» Володимира Дантеса. Історія має дві функції:

1. Першочергове – допомога ЗСУ. Доставка з Європи чи України авто для військових.

2. Пошук та зйомка людей, бізнесів, волонтерських хабів, які продовжують робити щось корисне для України.

Сам Володимир каже, що його дивує безліч історій людей та їх мотивації робити усе можливе, аби перемога України ставала ближчою.

Наголосив, що кожна історія людей, які допомагають економіці жити і фронту боротися, вражає. Чи це ріелтор Ніна з Хмельницького, яка щодня готує сухі супи для військових, і відправляє їх лише на нуль, бо на нулі проблеми з гарячою їжею, чи волонтери з Харкова, які вивозять людей із сірих зон, чи військові, які не втрачають почуття гумору навіть на передовій, чи чоловік з Вінниці, який плете «кікімори» (спеціальні маскувальні костюми для військових – ред.) [10].

Гостями цієї програми стають і коміки, і співаки, і тревел-журналісти. Поспілкуватись з Дантесом вже мали змогу коміки Микола Зирянов, Вася Байдак, Олексій Дурнев та інші медійні особистості. Щодо саме тревел-журналіста, то в програмі знявся Євгеній Синельников, відомий участю у програмі «Орел і решка» та «Вдома краще».

А щоб насолодитися українською кухнею, тобто показати Україну не тільки зі сторони архітектурних пам'яток, які зберіглися, а відчутти саме смак української культури, допоможе блог відомого українського блогера Міши Кацуріна. У свої нещодавніх відео він їздив українськими містами і показував кухню «зсередини» і сам готував. Випуск «Їжа Львова. Великий гід» він разом із Птушкіним, теж українським тревел-блогером розбиралися із львівським стрітфудом, галицькою кухнею, львівською єврейською кухнею та локальним файн-дайнінгом, та готували у Бачевських, на кухнях у Павла Гудімова та Маріанни Душар [32].

Сам же туризм в Україні кардинально змінився. В'їзного туризму майже немає. Зараз до нашої країни приїжджають волонтери, іноземні журналісти та представники міжнародних організацій.

Як розповіла в інтерв'ю Wprost Ukraine Голова Державного агентства розвитку туризму України Маряна Олесків, зараз невеликий відсоток людей, які приїждять на наші курорти, розташовані у відносно безпечних західних регіонах країни, з метою лікування.

Наголосила, якщо говорити про внутрішній, то наразі можна констатувати, що він відновив свою роботу десь приблизно на 50% в порівнянні з 2021 роком. Щодо виїзного туризму, завантаженість наших туроператорів зберігається на рівні 15% у порівнянні з минулим 2022 роком.

Засновниця та директорка туроператора JS Travel Юлія Кулик у коментарі виданню DW про туристичний бізнес в період Великої війни розповіла, що туристична галузь вмиль розвалилась після повномасштабного вторгнення, хоча були надії на підвищення попиту цієї сфери після ковіду.

«Очевидно, що війна зруйнувала всю індустрію туризму. Наприкінці 2021 року було зарезервовано на 2022 рік, ми розраховували на хороший рік та раділи, що показники після розпалу пандемії COVID-19 почали знову зростати. Почалася Велика війна і туризм вмиль знищився. Коли війна закінчиться і війська залишать країну, ця галузь в Україні моментально регенерується. Туристи повертатимуться, коли це стане абсолютно безпечно. З'являться нові вражаючі для туристів місця, бо зацікавленість до таких міст як Буча, Ірпінь, Бородянка та Маріуполь безумовно зросте. Однак для всього цього потрібен час – за найкращими прогнозами – рік», – сказала Юлія [19].

Важливо розуміти, що туроператори та власники готелів від початку війни підтримували воїнів. Вони приймають у себе вимушених переселенців та

допомагають їм пересуватися далі. І це все висвітлюють наші медіа і допомагають більшій кількості людей зрозуміти важливість будь-якої допомоги.

Отже, термінологія «тревел-журналістика» немає чітко окресленого визначення, однак прийнято вважати, що «тревел-журналістика» є журналістикою подорожей. Журналістика подорожей спрямована на просвіту суспільства у культурній, географічній, історичній сфері. Жанрове розмаїття цього напрямку ЗМІ забезпечує спектр можливих платформ для висвітлення подорожньої інформації. У період Великої війни вектор висвітлення тревел-журналісти, як і попит на сам туризм зменшився і змінився. Наразі всі працюють для збільшення популярності цієї сфери після нашої перемоги.

РОЗДІЛ 2. СТАН ТУРИСТИЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В ЛУЦЬКУ В ЧАС ВІЙНИ

2.1 Аналіз змін у функціонуванні туристичної журналістики в Луцьку через вплив війни

На перепонах українського туризму стояло багато: не встиг він оговтатись від COVID-19, як прийшли ще більш темні часи. Повномасштабна війна, що триває вже третій рік, суттєво вплинула на цю галузь навіть у західних регіонах країни, зокрема, на Волині та в її обласному центрі.

Однак, за розвитком стоїть майбутнє. І поки українці живі, вони відроджують своє історичне та будують своє майбутнє. В умовах повномасштабної війни середньостатистичний мешканець України, а тим більше закордонний турист, не планує туристичних поїздок. Це пов'язано переважно з безпекою. Однак знаходяться і ті, хто все ж таки навідується в Україну: волонтери або дипломати – словом ті, хто прагне допомогти нашій країні в ці непрості часи.

Як розповідала координатор фандрейзингової платформи Президента України United24 Ярослава Гресь в інтерв'ю Євгенію Яновічу, світові лідери, всесвітньовідомі зірки, актори та інші діячі вже хочуть відвідувати Україну, і їх абсолютно не лякають ракети, вибухи та тривоги. Незважаючи на всі ці перешкоди, вони таким чином хочуть підтримати Україну та українців. Ця солідарність з нашою країною і нашим болем покаже усьому світові, що Україна вистойть і відбудує сильну, модерну, демократичну державу, про яку буде знати уся цивілізована громада і нас будуть відвідувати не просто як державу з неймовірними пейзажами, смачною кухнею та величними історичними пам'ятками, а як країну, що вижила, згуртувалась та вистояла у війні, яку не знав світ від Другої світової [25].

Оскільки міжнародні туристичні потоки значно знизилися, Луцьк більше орієнтується на внутрішніх туристів з інших регіонів України. Тут організовуються екскурсії для вимушених переселенців та жителів сусідніх областей, що допомагає людям ближче познайомитися з історією та культурою західного регіону. Туризм на Волині в порівнянні з іншими роками суттєво знизився, проте навіть в умовах наявних обмежень, зокрема заборона на відвідування лісів чи прикордонних територій, громадяни продовжують відкривати куточки нашої області. І це абсолютно зрозумілі речі, адже нервова система постійно перебуває у стресі, а організм потребує відновлення. Зокрема на Заході спостерігається тенденція поширення різних турів: активний відпочинок, огляд архітектурних пам'яток, відвідування музеїв, театрів та куштування традиційної кухні.

Зважаючи на те, що туризм є невід'ємною частиною розвитку міста Луцька міська рада має містити чіткі соціально-економічні пріоритети. Виконавчий комітет Луцької міськради координує питання культури та туризму через департамент, що займається культурною спадщиною [35]. До його складу входять кілька підрозділів, серед яких управління культури, відділи, відповідальні за збереження історичних пам'яток, туризм і рекреаційні проєкти.

Центр туристичної інформації та послуг міста Луцьк має дуже зручний та простий у використанні сайт - VisitLutsk.com. Це зручний ресурс для туристів, які планують подорож до Луцька. Сайт пропонує детальну інформацію про пам'ятки, музеї, природні зони та культурні події. Додатково можна знайти рекомендації щодо ресторанів, готелів і хостелів, а також замовити екскурсії. Інтерактивні аудіогіди дозволяють досліджувати місто самостійно.

Сучасний і простий у використанні інтерфейс сайту робить пошук інформації швидким і приємним. Сайт було створено для популяризації Луцька як туристичного напрямку й активно оновлюється для збереження актуальності.

Прикордонне розташування регіону, в якому перебуває Луцьк, дозволяє у місті реалізувати багато європейських програм та стратегій розвитку. Успіху цих планів сприяє налагоджена співпраця з низкою європейських міст, переважно в Польщі та країнах Балтії: Луцьк разом з українськими містами Львовом та Івано-Франківськом і польським Любліном розробив «Стратегію транскордонного співробітництва» і визначив розвиток співпраці у сфері туризму як один з її пріоритетів.

З часу створення управління туризму Луцька у 2012 році місто втілило численні проєкти, які сприяли розвитку туризму. Зокрема, створено систему туристичного ознакування. А це: вказівники, пілони з картами, інформаційні таблиці на пам'ятках історії та архітектури, туристичні знаки на в'їздах в місто та КП «Центр туристичної інформації та послуг», яке у 2023 році було перейменовано в КП «Центр розвитку туризму», що на сьогодні включає в себе Центр туристичної інформації та послуг і новий туристичний об'єкт – Музейний простір «Окольний замок».

Також в межах Луцька втілено проєкт «Луцький кликун», що зосережений на дослідженні професії та образу луцького кликуна, на відновленні цієї професії, створенні скульптур луцьких кликунів, маркуванні їх QR-кодами, а також популяризації цього бренду і введенні образу в систему міських символів.

Правила візуалізації бренду міста (брендбук) тепер широко використовується як виконавчими органами міської ради, комунальними підприємствами, так і громадою.

Активно впроваджується нова міська туристична ідеологія «тут луцько» (особливий настрій, непорівнювані ні з чим відчуття затишку, доброзичливої гостинності, атмосфери спокою і тихої зачасної радості). До слова, неологізм

«тут Луцько» з'явився завдяки українській поетесі, лучанці за походженням – Ользі Ольховій.

Рядки її вірша подарували нам неперевершені емоції що символізує: *«...особливий настрій, непорівнювальні ні з чим відчуття затишку, доброзичливої гостинності, атмосфери спокою та тихої зачасної радості»* – як говорить сама авторка [39].

Здійснюється постійна промоція Луцька як туристичної дестинації в Україні, так і за кордоном шляхом участі у туристичних заходах. У Луцьку проводиться активне просування міста серед жителів різних вікових груп: організуються освітні заходи, лекції та зустрічі з істориками. Друкується туристична література, а також проводиться промоція подій, як-от до Дня міста та історичного З'їзду монархів. Впроваджено школу для гідів, створено музейний простір та підтримуються культурні фестивалі, такі як «Князівський бенкет» і «Місто натхнення».

У місті працює концепція «Луцьк — місто лицарів», підтримуються громадські ініціативи, інклюзивні проекти та співпраця з міжнародними партнерами. Триває промоція Луцька через фестивалі, співпрацю з музеями та видання літератури.

Завдяки програмі збереження пам'яток Луцька оцифровано кілька об'єктів, розвивається співпраця з іноземними партнерами для забезпечення місцевих музеїв генераторами, підтримуються заклади для кращої доступності для туристів. Зокрема, на початку повномасштабного вторгнення рф це стало можливим за підтримки міжнародного фонду Aliph у співпраці з компанією Skeiron і співпраці з польською організацією «Dom Odbudowy Ukrainy», завдяки чому три музеї міста отримали генератори.

Завдяки ініціативі та зусиллям управління було досягнуто порозуміння з найбільшим європейським автобусним перевізником FlixBus, завдяки чому Луцьк включено у мережу його транспортних маршрутів.

Мандрівники, які відвідують місто, витрачають кошти на транспорт, харчування, проживання, розваги, екскурсії до історичних пам'яток і придбання сувенірів. Це сприяє зростанню місцевих доходів, створенню робочих місць, надходженню податків та загальному розвитку економіки регіону. Основні галузі, пов'язані з туризмом, зокрема роздрібна торгівля, впливають на інші сфери, формуючи додатковий економічний ефект.

За словами Катерини Теліпської, керівниці управління туризму та промоції Луцької міської ради, у місті у час війни активно розвиваються нові заклади гостинності, що відкривають перспективи для розширення туристичної інфраструктури. Це підтвердила вона в інтерв'ю виданню Сила правди.

«За ініціативи Луцької міської ради, в межах державно-приватного партнерства, стартував проєкт реставрації та адаптації до готельного використання будинку Прайзлерів, який є пам'яткою місцевого значення. Очікується, що цей об'єкт стане важливим фактором для активізації туристичного життя в історичній частині міста.

Окрім того, в центрі Луцька відкрився унікальний заклад — трапезна «Підземелля». Вона відзначається не лише незвичайним меню, а й ретельно продуманими інтер'єрами та особливим стилем одягу обслуговуючого персоналу», — зауважила Катерина Теліпська [38].

Розвиток кожної сфери стосується і її покращення. Перший пункт у поліпшенні тревел-туризму в Луцьку – транспортна сфера: покращення стану міських доріг, покращення стану рухомого складу громадського транспорту, розвиток велоінфраструктури, що відкриє нові можливості у поглибленому

ознайомленні з містом. Окрім того, популярність та зацікавленість у пізнанні міста, особливо для молоді є збільшення кількості розважальних центрів та інтертеймент пропозиції. Наприклад, аквапарк. Звучить цікаво, а в реалізації дещо складно. Пошук місця та вигідних інвесторів – усе це лягає на владу міста. Хоча така пропозиція має цілком реальні шанси стати реальністю, що принесе бюджету додаткові кошти та приверне увагу багатьох українців. По-перше, нове – завжди має більше охоплення. По-друге, більшість курортних відпочинків наразі закриті або перебувають у зоні небезпеки, а відкриття аквапарку привабить більше туристів.

Створення нових музеїв дасть можливість говорити у журналістських матеріалах про Луцьк з перспективи формування нової історії України. Особливо у період повномасштабного вторгнення. Адже саме зараз ми пишемо свою історію, і про цю безжальну агресію проти України мають казати звідусіль.

Продовжуючи аспект розвитку туристичної сфери у Луцьку, можемо зазначити ще один не менш важливий факт: сприяння реалізації інклюзивних проєктів, що роблять місто та інформацію про нього доступнішими для людей з вадами зору (створено тактильний макет Луцького замку, надруковано ряд видань шрифтом Брайля).

Зважаючи на те, що будь-який турист сплачує місцевий податок за користування послугами тимчасового проживання на території якоїсь громади, маємо використати в повному обсязі поняття та фінансову складову туристичного збору Луцька, адже він підтримує фінансування туристичних ініціатив і є важливим для популяризації нашої місцевості. Він встановлюється органами місцевого самоврядування та використовується для розвитку туристичної інфраструктури, збереження культурних об'єктів і благоустрою територій.

У 2023 році туристичний збір у Луцьку досяг рекордної позначки в 1 606 837 грн, суттєво перевищивши показники попередніх років: 587 600 грн у 2019 році, 513 900 грн у 2020 році, 993 452 грн у 2021 році та 1 123 500 грн у 2022 році. Така динаміка свідчить про відновлення туристичного потоку та зростання привабливості міста як туристичної дестинації [7].

Не можна не згадати одну з найпопулярніших мереж сучасності - «тікток», яка зараз є рушійною силою у подачі інформації. Адже невеликі промо-ролики, які можна створити абсолютно безкоштовно і за невеликий проміжок часу стають чудовою рекламою якогось закладу або місцевого відпочинку, або нової виставки в галереї. А це в свою чергу представляє місто, як розвинену туристичну локацію з можливістю злучати людей з інших міст, а, можливо, й країн. Тікток формує унікальний формат тревел-журналістики через короткі відео, що швидко захоплюють увагу та поширюються серед користувачів. Це створює можливість розказати історію про локацію або подію в доступній і розважальній формі..

Блогери часто висвітлюють маловідомі місця, які можуть стати популярними туристичними напрямками. Наприклад, луцькі тітокери демонструють затоплені кар'єри, історичні пам'ятки та мальовничі куточки Волині, що зацікавлює потенційних туристів і сприяє розвитку місцевого туристичну локацію,

Серед відомих луцьких тік-ток блогерів, яких точно знають на Волині, можемо виокремити: блогерку Олену, яка показує волинянам та гостям області маловідомі локації нашого краю. Здебільшого усі таємні місця розташовані біля Луцька. Зокрема, це Садиба Липинських у селі Затурці, крейдяний кар'єр у с.Дачне та Затоплений кар'єр та історична локація – село Гірка Полонка «Козацька могила».

Друга блогерка як згадаємо – це Stefanifly, відеоролики якої збирають сотні тисяч переглядів. У своєму блозі, вона розповідає про нові гастро-локації Луцька. І зважаючи на дійсно непогані перегляди у геометричній прогресії росте й відвідування нових кафе, ресторанів міста.

І завершимо трійку лідерів тік-ток блогеркою Анастасією, яка розповідає не тільки про нові заклади в областному центрі Волині, а й, до прикладу, зовсім нещодавно у нас відкрилась книгарня Vivat та ще один магазин із солодащами Roshen, відкриття яких знову ж таки кажуть про збільшення економічних можливостей міста та про розвиток бізнесу, що не може не тішити. Окрім того, в об'єктив її камери також попадали Луцький фудфест, відкриття найбільшої картини в світі «Космогонія», площею понад 2000 м². Що важливо, у відео вона радить завітати туди не тільки місцевим, а й гостям міста.

2.2 Роль туристичної журналістики у підтримці туристичної галузі та збереженні культурної спадщини Луцька

Туристична журналістика відіграє важливу роль у розвитку туристичної галузі Луцька та збереженні його культурної спадщини. Вона знайомить широку аудиторію з унікальними пам'ятками міста. А завдяки поширенню інформації у такій сітці, як інтернет – збільшує цю можливість у декілька разів.

Відповідно до принципів сталого розвитку регіонів, використання пам'яток у туристичній сфері розглядається як особливий вид діяльності, спрямований на їхнє збереження для майбутніх поколінь [6]. Залучення історичних і культурних пам'яток до розвитку туризму також дозволяє отримати фінансування для їхнього утримання, реставрації та ремонту, що, своєю чергою, сприяє втіленню принципів сталого розвитку регіонів.

Американський вчений Д. Ріпкем стверджує, що відновлені об'єкти культурної спадщини залучають значно більшу кількість туристів і сприяють загальному зростанню цін на нерухомість у населених пунктах — туристичних дестинаціях [17].

«Чому ж саме Луцьк?», – питає хтось. «Є ж й інші не менш цікаві міста». Беззаперечно. Захід України повен історії та пам'яті. Але де, як не у Луцьку, є Луцький замок, Лютеранська кірха, Петро-Павлівський костел, Будинок Голованя... І, загалом, Луцьк приваблює мандрівників своєю затишною атмосферою. Лучани і гості міста приїжджають сюди, щоб тихим вечором у компанії випити кави, послухати вуличних музикантів та насолоджуватись краєвидами. Це не місто вечірок, драйву та розваг – це місто спокою, рівноваги та роздумів.

У Луцьку нараховується понад сто пам'яток архітектури та історії, серед яких близько двадцяти п'яти мають статус національного значення. Більша частина цих об'єктів зосереджена на території Державного історико-культурного заповідника. Це найдавніші та найважливіші споруди, що становлять значну історичну та архітектурну цінність. Колись вони відігравали ключову роль у житті місцевої громади, будучи центральними об'єктами Луцька. Серед них здебільшого виділяються культові й оборонні будівлі, найстаріші кам'яні споруди міста.

Інша частина пам'яток мають місцеве значення. Переважно вони репрезентують життя і розвиток міста впродовж ХІХ-ХХ століть. Це пам'ятки архітектури в часи перебування Луцька у складі різних держав. Тому масив цих пам'яток дуже розмаїтий.

У 2023 році свій шлях для туристів і місцевих відкрив музейний простір «Окольний замок», як результат проєкту «Нове життя старого міста».

Якщо зануритися до цієї теми глибше для визначення мети функціоналу музейного простору – стає зрозуміло, що його було створено для збереження історичної спадщини та популяризації культурного надбання міста. Він виник завдяки масштабним реставраційним роботам, що охоплювали пам'ятки національного значення, зокрема Вежу князів Чорторийських, фрагменти оборонного муру і підземелля Монастиря єзуїтів. Цей проєкт реалізували у рамках українсько-польського транскордонного співробітництва за підтримки грантового фінансування Європейського Союзу [4].

Музей виконує кілька ключових функцій. Зокрема, він став місцем для проведення екскурсій, що знайомлять із підземними спорудами XVII століття, які були розчищені й відновлені. Тут також організують виставки, освітні заходи та культурні події, спрямовані на залучення широкої аудиторії. Простір покликаний інтегрувати Луцьк у міжнародну туристичну спільноту, привертаючи увагу до унікальних пам'яток Волині.

Роботи тривали з 2014-го по 2021 роки, окрім реставрації архітектури, впорядкували навколишній простір, проте офіційне відкриття переносили через повномасштабну атаку російської федерації в Україну.

У травні 2020 року, під час археологічних досліджень в історико-культурному заповіднику «Старий Луцьк», були знайдені раніше невідомі кімнати, заховані під землею. Один із приміщень можна було побачити лише через невеликий отвір [14].

Уже у вересні того ж року археологи завдяки розкопкам відкрили 25 метрів підземних ходів, виявлених раніше. Науковці висунули гіпотезу, що ці підземелля могли бути сполучені із Луцьким замком.

У квітні 2021 року було оголошено про об'єднання підземель вежі князів Чорторийських і Колегіуму єзуїтів в єдиний комплекс. Вважається, що ці

підземні ходи, датовані серединою XVII століття, є частиною епохи раннього модерну.

До серпня 2021 року завершили реставрацію й забудову, які зробили комплекс доступним для відвідування. Відкрити підземелля для туристів планували у травні 2022 року, проте через повномасштабне вторгнення реалізацію проекту довелося відкласти. Лише 14 липня 2023 року музейний простір офіційно розпочав роботу [20].

Завдяки багаторічним реставраційним зусиллям вдалося відновити понад 3000 м² історичних споруд, частково реконструювати втрачену ділянку оборонного муру та облаштувати прилеглу територію. Цей музейний комплекс став важливим туристичним об'єктом, що сприяє культурному розвитку Луцька та економічному зростанню регіону. А журналістика активно висвітлює ці оновлення, що підвищує інтерес до Луцька як до туристичного центру.

З моменту відкриття музейного простору 14 липня завдяки активній промоції міста та популяризації локації його відвідали 15 702 особи. Було реалізовано 9 517 квитків, а 2 547 людей, серед яких діти, члени сімей військовослужбовців, діти з особливими потребами та вихованці громадських організацій, відвідали музей безкоштовно. Крім того, 3 640 школярів взяли участь у спеціальних екскурсіях для навчальних закладів.

Однією з наймасштабніших культурних подій у Луцьку є створення художником Петром Антипом найбільшого полотна у світі під назвою «Космогонія». Цей проєкт є унікальним не лише своїми розмірами: вона складається з понад 500 частин та 9 фрагментів, площа якої сягає понад 2 тисячі квадратних метрів, а й глибокою ідеєю, що охоплює теми єдності людини з природою та Всесвітом. У цій роботі переплітаються сучасні філософські погляди та українська символіка, що створює міцний зв'язок із культурними

традиціями нашого народу. Як повідомляли на фейсбук-сторінці музею, для «Космогонії» у музеї виділили нову залу площею 5 тисяч квадратних метрів. Під час творчої роботи одночасно у її стінах відбувався виробничий процес, який став частиною артпроєкту.

Твір створювався протягом двох років художником Петром Антипом, уродженцем Горлівки Донецької області. Для роботи він використав більше двох тонн фарби.

Картина інтегрує різноманітні сучасні художні напрями й досліджує взаємодію між світлом і темрявою, добром і злом, розкриваючи цю тему через філософський, релігійний і міфологічний погляди. Концепцію картини Віктор Корсак виклав у своїй книзі «Космогонія добра та зла, або Про що не знав Заратустра». У ній автор розмірковує про духовне становлення людини, архетипи, протистояння цивілізації та хаосу, а також роль мистецтва у гармонізації безладу.

Корсак підкреслює, що хаос зростає без додаткових зусиль, тоді як боротьба за його подолання і є проявом добра. Мистецька робота ілюструє ці ідеї, простежуючи шлях від створення світу до його ймовірного майбутнього. У ній поєднані міфи та релігійні мотиви різних культур, що дозволяють розмірковувати про цілі існування людства й напрямки його руху.

Під час відкриття проєкту «Космогонія» було зафіксовано рекорд України в категорії «Найбільша площа картини». Твір став не лише мистецьким досягненням, але й символом пошуків балансу між хаосом і порядком у людському житті.

Картина має величезне культурне значення, адже, по-перше, картина демонструє оригінальне мистецьке бачення, яке поєднує традиції та сучасність. Через символіку й кольорову палітру художник передає глибокий сенс єдності

всіх елементів світобудови, наголошуючи на значенні культурних кодів, які передаються від покоління до покоління.

По-друге, цей твір став важливою складовою культурної ідентичності Луцька. Картина слугує своєрідним символом творчого потенціалу регіону, який навіть у складні часи зберігає та примножує культурне надбання.

«Космогонія» — це не лише мистецький твір, а й нагадування про значення збереження культурної спадщини. У наші дні, коли Україна стикається з викликами війни, такі проєкти мають величезне значення. Вони доводять, що культура є джерелом сили, яке дозволяє зберігати національну ідентичність і передавати її наступним поколінням.

Цей твір також вчить нас, що спадщина — це не лише пам'ятки минулого, а й те, що ми створюємо сьогодні. Вона формує наше майбутнє і демонструє світові нашу унікальність. А тревел-журналістика дозволила залучити більше відвідувачів у музеї та представила її навіть за межами України. Окрім того, розповіді про художника Петра Антипа, його натхнення та технічні аспекти роботи стали важливим елементом залучення аудиторії. Особистий контекст, пов'язаний із походженням автора з Горлівки, додав глибини і зробив історію ближчою до людей [29].

Публікації в туристичних виданнях, блогах і тревел-шоу сприяли тому, що «Космогонія» стала відомою навіть за межами України. Завдяки тревел-журналістиці об'єкт потрапив у фокус туристів, які цікавляться культурними пам'ятками.

Тревел-матеріали змогли перетворити «Космогонію» на туристичну атракцію, стимулюючи людей відвідати музей, де вона знаходиться. Це позитивно впливає на розвиток локального туризму та економіки регіону.

Такі ініціативи є прикладом того, як мистецтво може стати інструментом збереження та популяризації національної культури, сприяючи її розвитку в глобальному контексті.

Луцьк активно розвивається як туристична дестинація, зберігаючи культурну спадщину навіть у складних умовах війни. Завдяки ініціативам місцевої влади та підтримці міжнародних партнерів створено нові туристичні об'єкти, як-от музейний простір «Окольний замок» і картина «Космогонія». Тревел-журналістика відіграє ключову роль у популяризації цих місць, залучаючи аудиторію до вивчення історії та культури. Туризм сприяє не лише економічному зростанню регіону, але й формуванню національної ідентичності, демонструючи світу силу та єдність України.

РОЗДІЛ 3. АВТОРСЬКИЙ ПРОЄКТ ПРО МАНДРИ «ВУЛИЦЯМИ ЛУЦЬКА»

3.1 Розроблення плану та опис формату брошури про Луцьк

Основною ідеєю створення проєкту «Вулицями Луцька» є заохочення людей після Перемоги і зараз відвідати наше маленьке затишне місто. Мотивація подорожувати Україною має стояти у пріоритеті наших співвітчизників, основною причиною є підвищення економіки нашої держави. Також розвиток туристичного бізнесу, що в свою чергу підніме економіку нашої держави та попит на вивчення і пізнання української культури в іноземців. Також це чудова можливість отримати корисний контент. Насправді надана інформація в брошурі має бути не лише цікавою, але й корисною. Так як це тревел-канал, то звичайно читач прагне знайти для себе корисну інформацію, яку збереже та в подальшому використає для реальної подорожі.

Після Перемоги Україна стане популярною локацією. Здебільшого у туристів буде бажання відвідати різні інсталяції зі знищеною ворожою технікою, боєприпасами і тим жахіттям, яке принесла росія, на звільнених від окупанта землях та містах, які кожную хвилину російської агресії боронили нашу країну.

Кожне місто має свою неповторну візитівку, яку можна використати в туристичній сфері. У Луцьку – це Луцький замок, або як його ще називають Замок Любарта. Особлива атмосфера у цьому місці, звісно, ввечері, коли промені вуличного світла направлені на замок, і це діє, наче гіпноз. На будівлю з історією можна дивитись безкінечно. Саме бажання розказати про Луцьк, зокрема й про його визначні місця, наштовхнули на думку створення цього проєкту. Розробка та планування зйомки, залучення помічників та оформлення контенту зайняло чимало часу, однак для опису краси міста – це не проблема.

Брошура – це невелике, але надзвичайно змістовне видання, створене для того, щоб у зручному та доступному форматі передати найважливішу інформацію. Її популярність у сфері представлення міст, таких як Луцьк, пояснюється одразу кількома вагомими перевагами. Завдяки компактному розміру та продуманому дизайну, брошура стає ідеальним інструментом, що об'єднує в собі яскравість візуального оформлення та насиченість тексту [37].

Обираючи брошуру для презентації міста, автори мають можливість створити цілісну картину, яка допоможе людині не лише дізнатися про визначні пам'ятки, а й відчувати атмосферу Луцька. Вона зручна для мандрівників, адже її можна легко взяти із собою – у кишеню чи сумку. Зазвичай у таких виданнях представлено найважливіші туристичні об'єкти, маршрути, карту, корисні поради та навіть короткі історичні нариси. Це дозволяє туристу швидко зорієнтуватися на місцевості, не витрачаючи час на пошук інформації в інтернеті чи запитування перехожих.

У випадку Луцька брошура стане справжнім провідником – вона покаже дорогу до замку Любарта, підкаже, де знайти найкращі та затишні кав'ярні, розповість про події, які роблять це місто особливим. Водночас, її художнє оформлення – фотографії старого міста, стильний дизайн – здатне надихнути і залишити приємне враження навіть після завершення подорожі.

Брошура – це не просто носій інформації, а місток між мандрівником і новими враженнями, спосіб відкрити для себе унікальність Луцька без зайвих зусиль.

Розробка тревел-брошури складається з декількох складових, які обов'язково варто вивчити та виконати, якщо розвиток проєкту стоїть як головна ціль. До цих пунктів можна віднести:

- визначення мети

- цільова аудиторія
- тема
- конкуренти
- унікальність

Створення брошури – це цікавий і творчий процес, який потребує як теоретичних знань, так і практичного досвіду. Глибоке розуміння принципів, концепцій і методів роботи є важливою складовою, що забезпечує ефективність усіх етапів. Практичні навички дозволяють не лише якісно виконувати завдання, а й оперативно розв'язувати можливі проблеми. Основна мета полягає в пошуку образного підходу до реалізації ідей під час створення контенту. Особливу роль у цьому відіграє підготовчий етап, на якому збирається весь вихідний матеріал для подальшої роботи над брошурою.

1. Визначення мети брошури. Розуміння цілі проєкту є ключовим етапом її створення, оскільки це впливає на всі подальші елементи проєкту. Саме нашим завданням було залучити туристів, розповісти про історію міста та привернути увагу до культурних заходів.

2. Вивчення цільової аудиторії. Аналіз можливого читача брошури: його інтереси, очікування та запити.

3. Дослідження Луцька. Збір інформації про головні пам'ятки, такі як Замок Любарта, старе місто, культові споруди, парки.

4. Збір матеріалу. Пошук якісних фотографій, які підкреслюють атмосферу Луцька. Підготовка інформативних текстів, які є легкими для читання та цікавими.

5. Розбір структури. Складання плану брошури: вступ, опис історичних місць, цікаві факти, туристичні маршрути. Розташування інформації для логічного та зручного читання.

6. Розробка дизайну. Вирішення зовнішнього вигляду брошури: які кольори, шрифти та стиль використовувати. Вибір елементів, які нагадують про Луцьк, наприклад, панораму Замку Любарта чи вулиці старого міста.

10. Перевірка пробного варіанту. Створення тестової версії брошури і демонстрація її знайомим чи фокус-групі, щоб отримати відгуки.

11. Фінальна робота на матеріалом. Перевірка тексту, дизайну і фотографії, щоб усе було без помилок і виглядало професійно.

В основу плану подорожі Луцьком ми проклали маршрут, що включає у себе відвідування Луцького замку, центрального парку, зоопарку, кав'ярень, будинку Голованя, вулиці Лесі Українки, Лютеранської кірхи, музейного простору «Окольний замок» та показ інших визначних цікавих місць обласного центру Волині. Як ми зазначали, люди зараз подорожують мало, і меседжем нашого тревелу є подорож за добу. Ми перевірили, чи реально пройти усі вищевказані місця за добу. Не менш важливим компонентом нашого проєкту є загальна вартість прогулянки Луцьком, себто скільки потрібно витратити коштів аби відвідати усі вказані об'єкти міста. Особливо, це стане корисним для тих, хто не хоче зупинятись на одному місті і продовжує свій маршрут до інших міст, зокрема Заходу України.

У воєнний час туризм все ще можливий, але слід пам'ятати про заборони. Для отримання актуальної інформації радимо поспілкуватися з місцевими жителями, зв'язатися з військовою адміністрацією району, який ви плануєте відвідати, або зателефонувати в поліцію. Це допоможе вам добре спланувати свою відпустку і залишитися в безпеці.

Основні поради наразі такі:

- У всіх регіонах заборонені прогулянки та екскурсії біля критичної інфраструктури, військових та стратегічних об'єктів;
- якщо ми говоримо про подорожі Волиню – не плануйте відвідування туристичних точок, що знаходяться близько до кордону з Білоруссю;
- перед відправленням перевірте обмеження, які стосуються відвідування гірських маршрутів, водойм і лісів;
- будьте готові реагувати на сигнали повітряної тривоги та швидко знаходити укриття поблизу вашої зони відпочинку;
- перевіряйте таймінг комендантської години в області.

У Луцьку комендантська година діє з 00:00 до 05:00. Це варто запам'ятати, зокрема через те, що за відмову виконувати законне розпорядження або вимогу патруля передбачені наступні санкції: штраф, громадські або виправні роботи, або адміністративний арешт тривалістю до 15 діб. У разі, якщо порушник вчиняє опір, йому загрожує штраф у розмірі від 17 000 до 34 000 гривень або позбавлення волі до 5 років [33].

Форматом проєкту ми вибрали саме брошуру. Адже вона є гарною можливістю зацікавити глядача переглядом та збором інформації про Луцьк для своєї майбутньої подорожі, так як візуалізація є найбільш ефективною. Понад 90% інформації людина сприймає зором і слухом. Коротко викладена інформація в брошурі дає можливість швидко і легко передавати повідомлення та ідеї, а також допомагає втримати увагу глядачів. Погоджуємось, що інформація в брошурі викликає менше емоцій, ніж відео. Насамперед, брошура є компактною та зручною у використанні. Її можна завжди мати під рукою: покласти в сумку, рюкзак чи навіть кишеню, щоб скористатися у потрібний момент. На відміну від відео, для якого потрібен пристрій і доступ до інтернету

чи заряджена батарея, друкований матеріал залишається доступним у будь-яких умовах.

Окрім того, брошура дозволяє подати інформацію структуровано. Читач може відразу знайти потрібну частину тексту чи конкретний розділ, наприклад, про історичні пам'ятки, маршрути чи графік роботи музеїв. У відео ж доводиться переглядати весь матеріал або шукати потрібний момент, що може займати більше часу.

Ще однією перевагою є те, що брошура слугує цінною пам'яткою. Її можна використовувати неодноразово, зберігати як сувенір чи джерело інформації навіть після закінчення подорожі. Читач також має можливість ознайомлюватися з матеріалом у власному темпі, перечитувати його, виділяти важливі моменти, робити позначки чи записи, що у випадку відео неможливо.

Брошура дозволяє зосередитися на деталях. Тут можна подати точну інформацію: адреси, маршрути, контакти, розклади роботи закладів, які залишаються у доступі під час подорожі. У відео такі дані часто висвітлюються недостатньо чітко або залишаються непоміченими через загальний динамічний темп подачі.

Друкований формат має перевагу і в тому, що легко адаптується до різних категорій туристів. Люди старшого віку, які надають перевагу паперовим матеріалам, часто обирають брошури, а не відеоконтент. Крім того, такі матеріали легко перекладати іншими мовами, надаючи доступ до інформації ширшій аудиторії.

Брошура також є потужним інструментом для розповсюдження: її можна роздавати у туристичних центрах, готелях, на виставках чи фестивалях. Вона ефективно працює у ситуаціях, коли людина має обмежений час і хоче швидко ознайомитися з основними аспектами міста.

Зрештою, друкована брошура не лише інформує, а й виконує роль сувеніру. Вона має фізичну форму, яку можна зберегти як пам'ять про подорож. Усе це робить її незамінним доповненням або навіть альтернативою відео, залежно від цільової аудиторії та ситуації використання.

У контенті, представленому у брошурі, кожен зможе знайти для себе щось нове і корисне. Показ локацій міста та розваг Луцька дасть змогу пересічному глядачеві більше дізнатись про місто. Можливість побачити культуру західної частини України розширить інтелектуальні знання про нашу державу.

Як ми вже наголошували, основною ідеєю створення брошури є заохочення мандрівників відвідати Луцьк, а також збагатити інформацією про обласний центр Волині користувачів проєкту. Луцьк має багату історію, яка відображається у визначних архітектурних спорудах, пам'ятниках та історичних місцях.

Місто пропонує багатий вибір традиційних українських страв. В брошурі також буде представлено ресторани та кафе, де можна насолодитися смаками Луцька. Обласний центр Волині також розвивається як сучасне місто, що привертає увагу до інноваційних проєктів, стартапів та культурного розвитку.

3.2 Пошук інформації про Луцьк та методи її популяризації

Створення власної творчої роботи безпосередньо починається з пошуку та опрацювання основної інформації, яка висвітлена. Основними пошуковими каналами під час написання роботи стали електронні ресурси, які забезпечили основу для подальших досліджень. Зокрема, це Інтернет-джерела – необмежена кількість інформації допомогла вибудувати чітке розуміння визначних місць

нашого міста, також у збиранні потрібних даних допомогли друковані джерела, а також сайт Луцької міської ради, що уточнив вже відомі факти.

Починати збирати необхідну інформацію про місто потрібно з розуміння, що в концепції є головне. Головним героєм нашого проєкту став Луцьк, тому варто не тільки поширити глядачеві «суху» зрозумілу інформацію, а й надати місту характеру. Емоційність викладу інформації заохотить споживача прочитати інформацію у брошурі і визначити місцевості, в яких він ще не бував.

Луцьк є одним із найдавніших міст України. Перша письмова згадка про нього датується 1085 роком і міститься в Іпатіївському літописі, де описуються події братовбивчої боротьби між нащадками Ярослава Мудрого. Однак археологічні знахідки свідчать, що поселення виникло приблизно у 1000 році.

Поєднання сучасного та старовинного в місті пропонує щось цікаве для кожного. Ті, хто любить вдумливо прогулятися та насолодитися атмосферою Старого міста та центральних вулиць, можуть провести години, насолоджуючись їх краєвидами. Пошанувачі історії та архітектури зможуть оцінити багато старовинних пам'яток, а любителі мистецтва будуть захоплені луцькими картинними галереями, численними концертами та фестивалями. Нинішній вигляд міста збагачений тисячолітньою історією, культурою різних етносів, володарів та мешканців Луцька. Місто завжди притягувало творчих людей. Тут працювали Леся Українка та Олена Пчілка. Зокрема, Олена Пчілка в уривку поезії «Волинські спогади» (1883) писала:

Ти, Луцьк стародавній, що досі слід явний

Ховаєш старої давнини,

Й тебе я спізнала, й тебе пильнувала, -

Були то хорошії днини!

Старезний твій замок, дідизни останок,

Навік в моїй думці зостався.

І повідь весняна, широка, - і давня

Та церковця, в котрій прощався

Мій дух із тобою!.. Не жалем-журбою

Хотіла б тебе спом'янути,

Волинський куточок, де мов в сповиточку

Години ті сплять незабуті! [23]

Луцьк – місто, де модерн тісно переплітається з багатою історією, а факти з легендами та міськими переказами. Його умовно поділяють на Нове і Старе, а умовним місточком, що поєднує ці два поняття, є вулиця Лесі Українки. В останні десятиліття місто активно розбудовується та розвивається. Тут з'являється багато сучасного житла та розважальних комплексів.

Свою подорож обласним центром Волині починаємо з Луцького замку. Луцький замок – окраса Волинського краю, що є монументальним оборонним будівництвом. Замок почали зводити у XIV столітті. Дерев'яні укріплення поступово змінювали мурованими. Загалом пішло майже п'ять мільйонів цеглин.

Замок Луцька, відомий також як Луцький Верхній Замок, був заснований у 1340 році після наказу Любарта, сина Литовського князя, звести кам'яні стіни замість дерев'яних. Замок був будовою з цегли і мав стратегічне значення, оскільки захищав місто від ворожих нападів. Він був відомий своєю надійністю і став місцем проведення важливих подій, включаючи з'їзд монархів у 1429 році. Цей з'їзд монархів часто порівнюють до зустрічі G8

(групи великих промислово розвинених країн). На ньому зібралося близько 15 тисяч людей, включаючи монархів, представників аристократії та інших ділових осіб. Метою зустрічі було обговорення найгостріших політичних та економічних питань того часу. Він відображав важливість та престиж Луцького Замку, який був центром політичного та культурного життя у той період.

Протягом своєї історії Луцький Замок зазнав численних нападів та облог. Внаслідок фінансових проблем і занедбання з боку чиновників фортеця поступово втратила свою оборонну функцію. У 1595 році військо Северина Наливайка захопило місто-фортецю. Під час захоплення міста Северин Наливайко змушував місцеве населення платити велику контрибуцію, що було способом збирання грошей на потреби повстанців. Проте, вона продовжувала служити як резиденція князівства та місце розташування адміністративних та судових установ.

За головною легендою замку, князь Любарт мав намір зробити його подарунком своїй коханій дружині Агрипині. Він розпочав будівництво фортеці у Луцьку, але на жаль, Агрипина не дожила до закінчення робіт. Галицько-Волинський правитель сумував через її смерть, але вирішив не припиняти зведення веж і стін замку.

Ця легенда додає романтичності до історії замку Луцька. Вона показує, що будівництво фортеці було пов'язане з особистими почуттями князя Любарта і бажанням зробити вражаючий подарунок своїй коханій дружині. Незважаючи на трагедію, пов'язану з Агрипиною, будівництво замку продовжувалося, і він став визначним об'єктом архітектури. Замок трьох князів – ще одна назва твердині. Це пов'язано з тим, що будівництво Верхнього Замку розпочалося за часів князя Любарта, після його смерті будівництво було

продовжене за наказом князя Вітовта, а закінчене при правлінні князя Свидригайла. Ця назва підкреслює історичне значення замку та різноманітність стилів і архітектурних елементів, які можна спостерігати в різних частинах замку, побудованих у різний час.

Комплекс архітектури Луцький Верхній замок включає в себе В'їзду, Владичу та Стирову башти, сполучені мурами.

Музей книги, що розташований у приміщенні повітової скарбниці, присвячений книгам та письменництву. Він представляє колекцію рідкісних книг, рукописів, стародруків та інших літературних артефактів, які розкривають історію писемності та книгодруку.

У В'їздній вежі ви зможете побачити експозиції, присвячені кераміці, виробам із металу та меблям. Це дає можливість вивчати ремесла та роботу майстрів минулих часів.

Музей дзвонів, що закарбувався у Владичій вежі, є єдиним в Україні, присвяченим дзвонам. Він демонструє різноманітні дзвони різних розмірів, форм та епох, а також розповідає про їх історію та значення.

Також обов'язково треба зазирнути до підвального поверху Стирової башти, що використовувався, як в'язниця. Ця частина замку відображає давні умови утримання.

Сьогодні у баштах замку розміщено музейні експозиції, що знайомлять відвідувачів із різновидами старовинних дзвонів, зброєю та будівельною керамікою минулих віків.

Замок Луцька має велике культурне значення для України і був визнаний одним з «7 Чудес України» в акції, проведеній у 2011 році.

Замок Любарта також слугує арсеналом та місцем для проведення різних фудфестів, музичний фестивалів та фестивалів середньовічної культури. Зокрема 17-18 вересня 2024 року у Замку Любарта проходила фестивальна традиція Луцька, незважаючи на складні умови – Lutskfoodfest. У програмі фестивалю: 40 учасників фудкорт, зони крафту та дитячого простору. У період повномасштабного вторгнення вони заохочують лучан та гостей міста показати, які ми незламні та сильні. В оголошенні до їх дійства організатори вказали, що шеф-кухар воює і їх меню дещо змінилось. Від вхідних квитків команда донатить (пересилає – ред.) 50% на ЗСУ. А головним музичними гостями були переможці Євробачення, Kalush Orchestra. Вони запалили сцену своїм неповторним стилем і створили незабутню атмосферу для всіх гостей фестивалю. І саме такі заходи, які популяризуються в соцмережах, заохочують приїжджати до Луцька якомога більше українців.

Луцький FoodFest – це чудова подія для міста, яка приносить багато користі. Він сприяє розвитку місцевої економіки, адже підприємці мають змогу представити свою продукцію, а туристи залишають гроші в кафе, готелях і магазинах. Фестиваль також популяризує Луцьк, формуючи позитивний імідж через яскраві враження гостей. Це платформа для креативності, підтримки молодих підприємців та зміцнення громади, адже містяни об'єднуються заради спільного відпочинку.

Також він позитивно впливає на розвиток туристичної журналістики, адже така подія стає цікавим інформаційним приводом для медіа. Журналісти отримують можливість висвітлювати фестиваль у різних форматах – від репортажів і інтерв'ю з учасниками до аналітичних матеріалів про розвиток гастрономічного туризму. Це створює додаткову увагу до Луцька як туристичного напрямку.

Туристична журналістика завдяки фестивалю популяризує не лише сам захід, а й місто в цілому. Матеріали про FoodFest можуть включати розповіді про місцеві пам'ятки, історію та культуру. Це розширює аудиторію, адже читачі або глядачі, зацікавившись фестивалем, захочуть дізнатися більше про Луцьк.

Крім того, такі події стимулюють конкуренцію серед журналістів і блогерів, які прагнуть створити якісний і оригінальний контент. Це сприяє підвищенню рівня туристичної журналістики, використанню нових форматів подачі інформації, наприклад, відеоблогів, фоторепортажів чи інтерв'ю з організаторами.

Ще одним захопливим заходом у Луцькому замку є фестиваль середньовічної культури «Меч Луцького замку», який став невід'ємною традицією для жителів і гостей міста. Під час цього дійства проходять командні змагання, учасники танцюють середньовічні танці та проводять лицарські поєдинки. У період 2007–2012 років на фестивалі у стінах замку тематику середньовіччя представляли колективи «Tryzna» з Польщі, «Львівські менестрелі» та «Kings & Beggars» з України. Атмосферу доповнювали виступи таких відомих гуртів, як «Океан Ельзи», «Гайдамаки» та інших.

Кожного разу, перебуваючи за стінами замку, нас охоплює відчуття захищеності та спокою. Опиняючись за кріпосними стінами, ти відчуваєш, що український народ такий же незламний та сильний, як ці стіни.

Луцький замок працює з 10:00 до 17:00 год. Вартість вхідного квитка для дорослого складає 60 гривень, дитячий та студентський – 50 гривень. Екскурсії проводяться щоденно без вихідних у такі години: 10:00, 12:00, 14:00, 16:00.

Однак і такі величні стіни можуть сипатись. Нещодавно лучани помітили, що випадає цегла з балкончика праворуч від В'їздної вежі. Доволі великі шматки цегли можна побачити вздовж валів замку. Директор історико-

культурного заповідника «Старий Луцьк» **Павло Рудецький** каже, часом ця цегла може викришуватися, але вони за цим слідкують. Стіна сама по собі кришиться після зими, і щоб цього всього позбутися – треба провести повну реставрацію замку. Додає, що є такі природні умови, коли перепад температур – і цегла просто стріляє, і сама по собі вилітає. Аварійної ситуації, при якій треба було би обгородити щось, немає [34].

Рухаючись далі, ми потрапляємо до Собору Петра і Павла. Велична будівля щоразу привертає увагу гостей міста, а місцеві фотографуються на фоні високих стін. До речі, цікаво, що саме цю локацію молодята обирають для створення весільних фотографій. І це не дивно, бо ця архітектура ідеально вписується у формат весільної фотозони. Початковим архітектором костелу вважається Мартін Гінтц, але остаточний проєкт був доповнений італійським архітектором Джакомо Бріано у XVII столітті. Завершення будівництва костелу відбулося під керівництвом єзуїтського ченця Матвія Маїка у 1627 році.

Костел Петра та Павла неодноразово перебудовувався протягом своєї історії через пожежі та бомбардування, зокрема й під час Другої світової війни. Підземелля храму використовувалися як склади, а монастирські приміщення адаптувалися під офіси, майстерні та житло.

Пожежі були поширені в місті, і стіни костелу були укріплені після масштабної пожежі 1724 року. У XVIII столітті інтер'єр храму був відновлений у стилі класицизм.

Незважаючи на закриття багатьох костелів у Луцьку російською владою в XIX столітті, костел Петра та Павла залишався діючим. Під час археологічних розкопок були знайдені залишки давнього оздоблення нижнього костелу, включаючи плитки з єзуїтською символікою.

Усередині храму збереглися давні італійські полотна та настінні розписи. Шість скульптур XVIII століття розміщені у нішах стін. Крім того, у підземеллі костелу збереглися найстаріші залізні ґрати на Волині.

Далі тримаємо курс до будинку Голованя. Його вже давно прозвали Будинок з химерами, проте скульптору Миколі Голованю така назва не подобалась, бо ці творіння ніяк не нагадували химери, вони різні, усі зі своєю історією та загадковістю, але точно не химерні.

Будівництво почалося у 80-х рр. XX століття. Проект будинку розробив волинський архітектор Р. Метельницький. Будинок-майстерня був побудований на березі річки Стир і прикрашений безліччю кам'яних скульптур у різних стилях, що створює враження повної еkleктики. Сам майстер любив, коли його будинок називали мистецьким вернісажем. Подвір'я, стіни, дах будівлі прикрашають кам'яні скульптури – апостолів, історичних осіб, міфологічних істот, тварин та інше. Загалом їх тут понад 500. Чільне місце займають релігійні сюжети, тематика анімалізму та історичних осіб, пов'язаних із Луцьком.

Над виходом розміщений родинний вензель – Н.М.Г. Серед розмаїття скульптур головного фасаду виділяється горельєф із зображенням родини скульптора, вагою півтори тони. Він виготовлений із зеленого пісковика. Голова родини, як Атлант, підтримує небо над своєю сім'єю. На подвір'ї біля будинку облаштовані окремі мистецькі дворики: «італійський» і пам'яті сина, розташовані брили різних каменів й безліч великих і малих скульптур, які ще не знайшли свого місця у загальній композиції.

Будинок має незвичайне оформлення не тільки зовні, а й всередині. Зокрема, в серці будинку розташована інкрустована каменем і деревиною кухня з вишуканим каменем [11].

За вагомий внесок у розвиток естетичного і високохудожнього середовища в місті Луцьку скульптору Миколі Голованю рішенням Луцької

міської ради від 27 липня 2016 присвоєно звання «Почесний громадянин міста Луцька» [3].

1 лютого 2022 року не стало легендарного луцького скульптора Миколи Голованя. Митець помер у лікарні від хвороби серця. За своє життя він вимостив не тільки мистецьку родзинку Луцька – будинок Голованя, а ще створив скульптури на пішохідній вулиці Лесі Українки та в центральному парку. Творчість Миколи Голованя – невід’ємна частина історії і розквіту Луцька, він житиме вічно у своїх роботах. «Якби Гауді ожив – він потиснув би мені руку», – Микола Головань [40].

У травні 2023 року у Луцьку стартувала реконструкція будинку відомого скульптора Миколи Голованя. Ремонт роблять за кошти, зібрані на благодійному заході 8 жовтня. Кажуть, що уже закуплені стелажі/полочки для якісного зберігання творчих доробків Миколи Микитовича, а також усі необхідні будівельні матеріали на певний відрізок роботи. Наразі шпаклюється та оздоблюється передня частина будинку, яка з роками почала обвалюватися. Тому вхід на територію будинку поки заборонений, проте зовсім скоро пошанувачі мистецтва Голованя з новою силою зможуть насолоджуватись його витворами.

Зручне розташування цих визначних місць дає змогу оглянути їх за дві години. Та на цьому ми не зупиняємося.

У 1985 році завдяки унікальним історичним, археологічним та архітектурним пам’яткам було прийнято урядове рішення про створення державного історико-культурного заповідника «Старий Луцьк» на території Старого міста. Це стало поштовхом для продовження робіт із відновлення давньої частини Луцька [5].

Оглянувши територію історико-культурного заповідника «Старий Луцьк», необхідно прогулятись центральним парком, бо саме тут із природною тишею під спів пташок та смачним морозивом можна насолодитись

прогулянкою. Робити це краще з кавою та у приємній компанії. Він став улюбленим місцем проведення часу з родиною. У парку можна не тільки погуляти та подихати свіжим повітрям, а послухати живу музику, сюди часто приходять вуличні музиканти аби показати свою творчість людям. Доглянутий ряд алей, десятки атракціонів, альтанки і лавиці в тіні високих дерев, а також численні кафе та розважальні центри – таким побачать парк гості міста. Це також чудове місце для романтичних прогулянок.

У 2020 році з нагоди 935-ої річниці обласного центру Волині відкрили Алею скульптур Миколи Голованя – почесного громадянина міста Луцьк. Алея створює комфортний простір для споглядання унікального мистецтва. Кожна скульптура має індивідуальну підсвітку, що по-особливому підкреслює її форми.

Також обов'язковою зупинкою у нашій мандрівці буде Музейний простір «Окольний замок», про який ми вже детально повідомляли попередньо.

Зауважимо, що Луцьк без мистецтва – не Луцьк. Тому відправляємося до Музею сучасного українського мистецтва Корсаків – місце, яке варто відвідати кожному туристу, адже воно пропонує унікальний досвід знайомства з сучасною культурою України. Тут зібрані роботи провідних українських митців, які відображають актуальні теми сьогодення через живопис, скульптуру, інсталяції та мультимедійні проекти.

Особливість музею — його інноваційний підхід до презентації мистецтва. Експозиції не тільки вражають змістом, а й створюють атмосферу повного занурення завдяки інтерактивним елементам та сучасному дизайну виставкових залів. Це місце, де мистецтво можна не лише побачити, а й відчути.

Він є особливим об'єктом для туристичної журналістики, оскільки створює безліч можливостей для цікавих матеріалів та глибокого аналізу. Його

унікальність полягає у тому, що він поєднує сучасне мистецтво, культурну ідентичність і туристичну привабливість, що робить його ідеальним об'єктом для висвітлення у медіа.

Формат музею дозволяє створювати візуально насичений контент: фото та відео інсталяцій, яскравих експонатів та дизайну простору. Це важливо для сучасної туристичної журналістики, орієнтованої на цифрову аудиторію. Крім того, музей Корсаків є унікальним явищем для регіону. Він поєднує локальне і глобальне — роботи українських митців у ньому часто інтерпретують теми, що цікавлять людей у всьому світі. Для журналістів це шанс висвітлити Луцьк як культурний центр, здатний зацікавити навіть найвибагливіших мандрівників [36].

Ще однією особливістю є багатогранність подій у музеї: від виставок і перформансів до майстер-класів і лекцій. Для туристичної журналістики це ідеальний ґрунт для створення матеріалів про подієвий туризм, який стає дедалі популярнішим. До прикладу, з останньої події, на яку запрошують – це відкриття виставки «Космос Емми Андіївської» в межах проекту «Космогонія». А про проєкт ми також раніше детальніше розповідали. Окрім того там часто проходять екскурсії. На момент написання цієї роботи крайня відбулась 22 листопада 2024 року. Вона охоплювала виставку «Важливі речі: дерево, папір, камінь, бронза» від Романа Романишина.

У цей же день також відбулась презентація книги Ореста Голубця «Лабіринти творчості». Автор – професор Львівської Національної академії мистецтв, доктор мовознавства. «Лабіринти творчості» – це збірка есе, що висвітлюють важливі аспекти сучасного мистецтва:

- теорія і практика,
- мистецька освіта,

- український авангард,
- творчі експерименти,
- художники-нонконформісти, і багато іншого.

Автор поділився власними роздумами про виклики й перспективи сучасного мистецтва.

Завершувати нашу подорож звісно потрібно з гастрономом. Гастрономічний туризм – це нове явище, яке розвивається як новий туристичний продукт, особливо завдяки тому, що, згідно зі спеціальною літературою, на їжу припадає більше третини туристичних витрат. Тому кухня місця подорожі є одним із дуже важливих факторів, що визначають якість відпочинку [26].

Ми обрали 5 кафе та ресторанів у Луцьку, що кожного дня збирає не один десяток відвідувачів.

Перше – це, звісно, ресторація «Корона Вітовта», яка ще з 1429 року частує королів під мурами середньовічного замку. Тут подають і класичну європейську кухню, і старосвітську. До речі, найстаріший рецепт у меню ресторану – мисливська поташа на перепелів з кабаном і квасолею – походить із кулінарної книги 1682 року «Compendium ferculorum».

Далі рухаємося до нового, ще небаченого в Луцьку простору - [misto.cafe](#). Воно є унікальним простором, який об'єднує функції сучасного кафе та платформи для реалізації соціальних ініціатив. Цей проєкт створено за моделлю Urban Space 100 з Івано-Франківська, яка передбачає використання більшої частини прибутків для підтримки громадських ідей. У випадку [misto.cafe](#) це 80% чистого доходу, які спрямовуються на реалізацію соціально значущих проєктів для розвитку Луцька.

Кафе виникло завдяки зусиллям 100 співзасновників — місцевих мешканців, активістів і представників творчих професій. Вони активно беруть участь у розподілі фінансів через регулярні збори, де обговорюють пріоритети й визначають, які ініціативи потребують підтримки. Це можуть бути проекти з освіти, культури чи міської інфраструктури.

Заклад розташований на вулиці Богдана Хмельницького і приваблює своїм затишним сучасним інтер'єром із локальними елементами декору. Меню пропонує авторські страви, серед яких кримськотатарський лагман, боули, чібереки, а також креативні напої. Окрім того, у кафе працює сувенірна крамниця, яка пропонує продукцію місцевих виробників і мерч, пов'язаний із Луцьком.

Крім гастрономії, *misto.cafe* стало місцем для проведення освітніх і культурних заходів: лекцій, майстер-класів, творчих зустрічей. Заклад сприяє залученню мешканців до активного життя громади та створює платформу для взаємодії й обміну ідеями.

Луцьк приваблює людей не тільки традиційною українською кухнею, а навіть грузинською. І для її представлення чудово підходить ресторан *Gobi*. Він розташований за адресою проспект Соборності, 22Б, і пропонує своїм гостям справжню атмосферу грузинської гостинності. Заклад знайомить відвідувачів із традиціями грузинської кулінарії, пропонуючи страви, які поєднують автентичні рецепти й сучасну подачу [27].

Меню ресторану вирізняється різноманітністю та включає всі знакові страви грузинської кухні. Тут можна скуштувати хінкалі, як традиційні, так і смажені, хачапурі по-аджарськи, по-мегрельськи, чкмерулі, шашлики зі свинини чи індички, супи та легкі салати. Усі страви готуються з дотриманням традиційних технік, що забезпечує їхній автентичний смак.

Заклад створює затишну атмосферу завдяки стильному інтер'єру, який передає дух грузинської культури. Гості можуть насолодитися не лише смачною їжею, а й особливим гостинним сервісом, що є невід'ємною частиною грузинської традиції.

Окрім смачної кухні, Gobi виконує важливу соціальну роль для міста. Він популяризує грузинську культуру серед місцевих жителів і туристів, сприяючи розвитку культурного обміну та гастрономічного туризму в Луцьку. Цей ресторан чудово ілюструє, як гастрономія може стати інструментом міжкультурного діалогу та привабити туристів до міста.

І ще про одне кафе хочемо розказати. Воно вже стало визітівкою нашого міста. Заклад «Легенда» зі своєю культовою піцею. Тут кажуть, що ця піца – улюблена співака Дмитра Монатіка, який теж родом із Луцька. Сам заклад працює з 1988 року, але під назвою «Легенда» він відомий з 2019 року.

І якщо казати про висвітлення гастрономічно-туристичної частини нашої Волині, то з цим допомогли відомі українські блогери – Антон Птушкін та Міша Кацурін, які в своєму спільному проєкті «Їжа Волині. Великий гід» показали усі принади кухні Волині. У цьому відео вони запрошують глядачів у гастрономічну подорож регіоном, який дивує різноманітністю страв і кулінарних традицій. Волинь постає не лише історичним, а й гастрономічним центром, багатим на цікаві смаки та локальні особливості.

Автори відео демонструють широкий вибір страв: від простих вуличних перекусів, таких як хот-доги й піца, до унікальних традиційних делікатесів. Вони знайомлять із регіональними особливостями, наприклад, ягідними супами, копченими вуграми, варениками з коропом і тушкованою в печі капустою. У сільській місцевості вони відкривають навіть екзотичні страви, як-от м'ясо бобрів чи їжаків, що є невід'ємною частиною кулінарної спадщини регіону.

Волинські ринки, ресторани й домашні господарства створюють атмосферу, яка підкреслює унікальність місцевої культури. У відео акцентується на гармонійному поєднанні природної краси регіону, його кулінарії та історико-культурних цінностей.

Цей випуск «Їжа Волині. Великий гід» є прикладом якісної тревел-журналістики, яка популяризує Волинь, заохочуючи українців і гостей країни відкрити для себе її гастрономічні скарби [8].

Для підготовки нашого проєкту ми створили фотопідбірку визначних місць Луцька, які були опубліковані на сайті інформаційного агентства «Конкурент». Зокрема, це огляд Луцького замку, центрального парку та Луцького зоопарку. Опубліковані протягом трьох тижнів роботи вже мають попит серед читачів та позитивні реакції.

Просувати проєкт про мандри не складно, проте все, що дає позитивний результат, вимагає грамотного зосередженого підходу. Для успішної роботи потрібно використовувати різні методи поширення.

Щоб ефективно поширювати брошури про Луцьк, важливо не тільки створити інформативний та цікаво оформлений матеріал, але й правильно організувати процес його розповсюдження. Перш за все, варто звернути увагу на місця, де перебувають туристи або люди, зацікавлені в культурному відпочинку.

Один із найбільш ефективних способів — є співпраця з готелями, хостелами та іншими місцями, де зупиняються туристи. Вигідно розмішувати брошури на рецепціях, у номерах або навіть у спеціальних стендах у холах. Крім того, кафе, ресторани та заклади харчування, що розташовані в туристичних зонах, — чудове місце для брошур. Вони часто відвідуються як місцевими жителями, так і гостями міста, тому можуть стати потужним каналом

для поширення інформації. Для максимального ефекту доцільно домовлятися з популярними туристично-інформаційними центрами, де можна залишити брошури для відвідувачів.

Громадські місця також не менш важливі для розповсюдження. Станції метро, автостанції та вокзали, особливо ті, що мають туристичне значення, — це перші точки, де люди часто шукають інформацію про місто та його визначні місця. Інформаційні стенди в торгових центрах та на великих площах — ще один ефективний спосіб охопити більшу аудиторію. Вони повинні бути помітні, привертати увагу та бути доступними для кожного.

Крім того, важливо не забувати про можливість поширювати брошури під час різноманітних культурних та масових заходів. Луцьк славиться своїми фестивалями та ярмарками, де завжди збираються люди, зацікавлені в культурному житті міста. Роздача брошур на таких подіях дозволить зацікавити гостей у вивченні міста і його історії. Також варто співпрацювати з організаторами культурних подій, таких як виставки чи концерти, де люди шукають нові враження.

Не менш важливим є партнерство з місцевими бізнесами. Це можуть бути сувенірні магазини, екскурсійні бюро чи навіть таксисти, які можуть долучитися до розповсюдження матеріалів серед своїх клієнтів. Якщо мета — привернути туристів з інших міст, варто подумати над поширенням брошур у їхніх туристичних точках, на вокзалах або автостанціях.

Сьогодні важливо поєднувати традиційне розповсюдження матеріалів з цифровими інструментами. Наприклад, можна додати на брошури QR-коди, які ведуть на сайт міського туристичного порталу або на сторінки в соціальних мережах, де можна знайти більше інформації про події, маршрути або цікаві

місця Луцька. Також можна використовувати соцмережі для поширення інформації про брошури та місця їх отримання.

Варто також подумати про креативні підходи до розповсюдження. Наприклад, можна використовувати брошури як підкладки під чашки у кафе або організувати розіграш серед відвідувачів, які зроблять фото з брошурою на фоні знакових місць міста, таким чином залучаючи більше людей через соціальні мережі.

Останнім часом популярним став формат прямого розподілу брошур через волонтерів або промоутерів. Це може бути особливо ефективно в центральних частинах міста або біля туристичних об'єктів, де завжди є потік людей, готових дізнатися більше про Луцьк.

Таким чином, поширення брошур про Луцьк потребує комплексного підходу. Комбінація традиційних і цифрових методів дозволяє досягти максимального охоплення та залучити різноманітну аудиторію.

Нові медіа, такі як соцмережі, месенджери, блоги та інтернет-ЗМІ також доступні для реципієнта, тому поширювати проєкт там не менш важливо. Популярність соціальних мереж дає змогу охопити все більшу аудиторію як локальну, так і з інших міст.

Перевагою опублікування матеріалу в соціальній мережі Facebook є автоматичне «піднімання» постів для більшого охоплення публікації, себто зацікавлені подорожжю Луцьком, зможуть побачити нашу програму. Не менш важливим фактом у публікуванні є його реклама, спрямована також на популяризацію опублікованого матеріалу. Зручний інтерфейс дозволить безпроблемно його прорекламувати.

Поширення, лайк або коментар до медіа-повідомлення в соціальних мережах показує, що воно дійсно впливає на споживачів. Як зазначає О.

Таланчук, «соціальна мережа – це структура, заснована на взаємодії або спільних інтересах між людьми. Це платформа, яка дозволяє людям спілкуватися один із одним і групувати їх за конкретними інтересами» [18]. Шанувальники тревел-журналістики, переглянувши нашу роботу, зможуть обмінятися думками та далі поширювати викладену інформацію про Луцьк.

Як ми вже зазначали, наша робота покликана не тільки до створення іміджу Луцька і демонстрації його візитної картки міста – замку Любарта, а й до інформування про безліч цікавих місць, в яких має побувати кожен. Основною перспективою є поширення такої брошури й в інших містах. Популяризація українських міст та українізація населення – одне з пріоритетних завдань, що в перспективі сформує в українців відчуття цілісності і незламності, зараз це потрібно як ніколи. Безперечно, наша робота буде сприяти розвитку туризму на Волині і підніме економіку нашого краю.

Отже, туристична журналістика в Україні в умовах війни безумовно сповільнилась, однак пошанувачі подорожей та прогулянок шукають безпечні місця для відпочинку. Таким спокійним та привітним місцем став Луцьк. Незважаючи на труднощі, у Луцьку з новою силою відкриваються кав'ярні, пам'ятки культурної спадщини Волині продовжують запрошувати гостей, а затишний парк прикрашає своєю зеленню настрій містян та подорожуючих.

Висновки

Підбиваючи підсумки проведеної роботи, можна наголосити на тому, що масив журналістики відповідно до його розмаїття виокремлює один із малодосліджених жанрів – тревел-журналістику. Цей вид журналістики спрямований на висвітленні інформації про подорожі у контексті географічного, культурного, історичного розмаїття конкретної місцевості. Термінологія поняття «тревел-журналістика» не має чітко окресленого визначення, однак прийнято вважати, що «тревел-журналістика» є журналістикою подорожей. Англійській мові притаманне поняття «тревел-журналістики» і «тревел-райтінг», які відрізняються схемою написання і подачі інформації. Тревел-журналістика діє переважно за стандартами журналістики, в той час як тревел-райтінг може окреслювати подорож, використовуючи літературні засоби та інші способи вираження думки.

Основними функціями журналістики подорожей є культурно-просвітницьке збагачення читачів з використанням елементів розважальної подачі матеріалу задля охоплення більшої аудиторії. Організація тревел-проектів у симбіозі з вказаними функціями допомагає людині провести цікаво дозвілля і отримати корисну інформацію про країну.

Науковці виокремлюють деякі жанри тревел-журналістики, зокрема: тревел-репортаж, подорожній нарис та рекомендація. Важливим моментом вивчення журналістики про мандри є не тільки визначення її жанроутворюючих форм, а й типологічне окреслення тревел-журналіста: журналіст-фрілансер, штатний тревел-журналіст, журналіст у сфері подорожей, автор подорожей та тревел-блогер.

Сегмент української тревел-журналістики з кожним днем поповнюється і розширюється, загалом це залежить від технологічного процесу – з'являються різні способи зйомки матеріалу, більш зручні, компактні, з якісною картинкою і

звук. Популяризація Інтернет-платформ також стимулює журналіста на створення різних сайтів про подорожі, проте не варто забувати, що фундаментом для журналістики вояжів є подорожні газети і журнали. Звісно, зараз люди часто звертаються до електронних видань, проте друковані видання не залишаються поза увагою. Новітніми ж формами тревел-продуктів є телевізійні програми, шоу про подорожі, а також блоги.

Авторський проєкт про подорожі «Вулицями Луцька» створений у вигляді брошури про пішохідну екскурсію Луцьком, який продемонстрував туристам маршрут по адміністративному центру Волині. Інформативний ряд продукту збагатить інтелектуальні можливості споживача, а сама екскурсія нашим маршрутом дозволить проинятися естетикою міста Волині. Ми проклали свій маршрут від історико-культурного заповідника «Старий Луцьк», зокрема огляду культурного осередку та найстарішої споруди Луцька – Луцького замку, також відвідали Собор Петра і Павла, Музейний простір «Околний замок», будинок Голованя, музей сучасного мистецтва Корсаків та спробували на смак луцьку кухню. І звісно, не забували брати із собою каву та різні смаколики під мінітур.

Окрім показу архітектурних пам'яток Луцька, ми відчули атмосферу спокійного міста. Зазвичай люди кажуть, що всі десь черпають сили у певних місцях, вважаємо, що саме Луцьк – є тим поштовхом для збагачення та енергетичного наповнення. Місто є своєрідним симбіозом старого і новітнього, проте вони гармонійно доповнюють один одного.

Звісно, Луцьк можна оглянути за один день, проте кожного разу потрібно до нього повертатись, тому що все неможливо осягнути за 24 години. Навіть лучани з кожним виходом у місто пізнають його з нового боку.

Список використаних джерел

1. Аскералієва Ш. С. Вплив travel-журналістики на формування картини світу. Санкт-Петербург, 2016. С. 13-54.
2. Белькова С. В. Тенденції розвитку жанру подорожнього нарису в регіональній пресі (на прикладі друкованих ЗМІ м. Запоріжжя). Держава та регіони: наук.-виробн. журнал, 2011. № 4. С. 37–40
3. Відділ інформаційної роботи міської ради. Почесний громадянин міста Луцька Микола Головань. 2016 <https://www.lutskrada.gov.ua>
4. В Луцьку запрацював новий музейний простір <https://www.tourism.gov.ua/blog/v-lucku-zapracuyuvav-noviy-muzeyniy-prostir>
5. Денисюк В. Т. Волинь : історико-краєзнавчий нарис. Луцьк : Надстир'я, 2000.
6. Зінко Ю.А., Рутинський М.Й., Кудла Н.Є. Збереження і сталий розвиток Карпат ... Навчальний посібник зі сталого туризму. К., 2009. 60 с.
7. Звіт про роботу виконавчого органу <https://www.lutskrada.gov.ua/documents/zvit-pro-robotu-upravlinnia-turyzmu-ta-promotsii-mista-za-2023-rik>
8. Їжа Волині. Великий гід https://www.youtube.com/watch?v=54wWH_qIMV8
9. Кошелюк О. Інформаційний потенціал сучасної туристичної преси: монографія. Луцьк: РВВ Луц. НТУ, 2015. С. 294–300
10. Мамо, я ганяю тачки.
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pgnAk9OTuWw>
11. Містичні секрети будинку луцького скульптора Миколи Голованя. 2019. <https://volyn.tabloyid.com>

12. Муленко Ю. Розважальні програми на українському телебаченні. Журнал Science and Education aNew Dimension: [URL:http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/mulenko_yu._v.pdf](http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/mulenko_yu._v.pdf)
13. Печеранський І. та Катренко В. Характеристика жанрів тревел-журналістики. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв, 2019. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво, 2 (1). С.33-41.
14. Під вежею Луцького замку знайшли таємні кімнати. <https://suspilne.media/lutsk/35867-pid-vezeu-luckogo-zamku-znajslitaemni-kimnati-tam-moze-buti-zbroa-kazut-arheologi/>
15. Показаньева И. Проблемное поле тревел-журналистики как явление современного медиапространства. Медиаскоп, 2013. Вып. 3. С.17
16. Полежаев Ю. Розвиток просвітницької тревел-журналістики в Україні Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки, 2012. № 4 (31). С.106-110.
17. Ріпкем Д. Економіка історичної спадщини: Практ. посібник. Пров. з англ.: Білдінг Медіа Груп, 2016.
18. Таланчук О.Б. Образ бібліотеки у соціальних мережах. Імідж книгозбірні та бібліотечного працівника в сучасному суспільстві. URL: http://lib.khnu.km.ua/about_library/metodob/Buleten15/buleten15.htm#tal
19. Туризм в умовах війни. [URL:https://www.wprostukraine.eu/ua/kultura/10715638/tyrizm-v-ymovah-vijini-peretvoruvati-miscya-jivoyi-tragediyi-na-variant-rozvagi-nepripystimo.html](https://www.wprostukraine.eu/ua/kultura/10715638/tyrizm-v-ymovah-vijini-peretvoruvati-miscya-jivoyi-tragediyi-na-variant-rozvagi-nepripystimo.html)
20. У Луцьку відкрили новий музейний простір «Окольний замок» <https://www.lutskrada.gov.ua/publications/u-lutsku-vidkryvsia-novyi-muzeinyi-prostir-okolnyi-zamok>
21. Хащі. ІЗЮМ – ключ до українського Донбасу.

- URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Ic6LwjQVHts>
22. Хобта О. Концепти «свій», «чужий», «інший» як основа представлення «іншого» у тревел-медіатексті: теоретичні положення. Діалог Медіастудії, 2020. Вип. 26. С.179-188.
 23. Хроніки Любарта. URL: <https://www.hroniky.com/articles/view/196-5-modernykh-ukrainskykh-poetiv-pro-zamok-liubarta>
 24. Юферева. О. Наративні тенденції сучасної української тревел-журналістики в соціокультурній перспективі (на матеріалі журналу «Мандри»). Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 53. С. 51–55.
 25. Ярослава Гресь про United24 та амбасадорів | 20:23. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=laH0qJrzVuI>
 26. Global Report on Food Tourism. World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. 2012. p. 63.
 27. Gobi <https://basilic.ua/cafe-gobi>
 28. Lindy A. What no one ever tells you about being a travel writer. URL: <https://thefreelancersyear.com/blog/travel-journalism-life-of-travel-writer/>
 29. LB.ua. У Луцьку в Музеї Корсаків презентували найбільшу картину у світі https://lb.ua/culture/2024/09/30/637455_lutsku_muzei_korsakiv.html
 30. URL: http://4ua.co.ua/journalism/rb2bc68a5d43b89421316c27_0.html
 31. URL: <https://www.vezha.org/dmytro-komarov-ya-duzhe-vtomyvsvya-vid-tsyvilizatsiyi/>
 32. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pX8CMh21Vz4&t=3076s>
 33. URL: https://jurliga.ligazakon.net/ru/news/209890_komendantska-godina-viznachennya-ta-vidpovdalnst-za-porushennya
 34. URL: <https://konkurent.ua/publication/113850/u-lutsku-ruynuetsya-zamok-liubarta-u-chomu-rich-foto/>

35. URL: <https://www.lutskrada.gov.ua/documents/zvit-pro-robotu-upravlinnia-turyzmu-ta-promotsii-mista-za-2023-rik>
36. Msumk. <https://msumk.com/>
37. URL: <https://ukraina-print.com/uk/blog/v-chem-raznica-mezhdu-bukletom-i-broshyuroj>
38. URL:<https://sylapravdy.com/yakym-ye-turyzm-v-chasy-vijny-u-luczku-intervyu-z-katerynoyu-telipskoyu/>
- 39.URL:<https://konkurent.ua/publication/124963/hto-bridumav-slavnozvisnu-frazutut-lutsko-foto/>
- 40.URL:<https://www.volynnews.com/news/all/maystruyte-dali-tilky-vzhe-na-nebi-volyniany-proshchaiutsia-z-mykoloiu-ho/>
- 41.URL:<https://konkurent.ua/publication/116712/kogo-mozhna-zustriti-u-lutskomu-zooparku-u-vihidni-dni-foto/>
- 42.URL:<https://konkurent.ua/publication/115899/spokiyno-i-zatishno-yaka-vesna-u-lutskomu-zamku-foto/>
- 43.URL:<https://konkurent.ua/publication/115469/tepliy-vechir-u-lutsku-yak-navesni-zustrichae-vidviduvachiv-tsentralniy-park-foto/>
- 44.URL:<https://konkurent.ua/publication/116329/sontse-i-kotiki-vesna-u-budinku-golovanya-foto/>

Додатки



**ВУЛ
ИЦЯ
МИ**
Луцька

2024

Де ходити?



Луцький Замок

📍 Адреса: вул. Кафедральна, 1а

Луцький замок — Верхній замок міста, один з двох частково збережених замків (другий — Окольний). Це пам'ятка архітектури та історії національного значення, одне зі Семи Чудес України, головний об'єкт історико-культурного заповідника "Старий Луцьк".

Зведений останнім великим князем Галицько-Волинського князівства Любартом у 1340–1383 рр. замок був його резиденцією. З часом фортифікація стала улюбленим місцем великого князя Литви Вітовта. Саме тут взимку 1429р. Вітовт приймав на з'їзді дипломатичні посольства і монархів країн Центральної та Східної Європи.

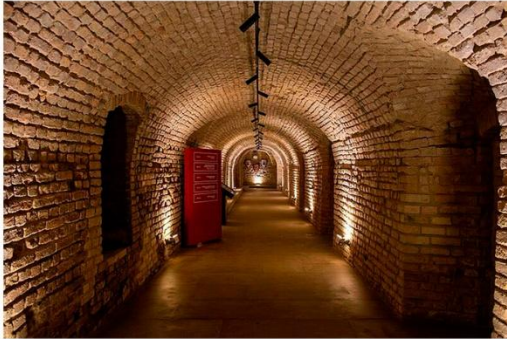
Архітектурний комплекс Верхнього замку включає:

- В'їзну, Владичу та Стирову вежі, що сполучені мурами;
- Будинок шляхетських судів (XVIII ст.);
- Повітову скарбницю (поч. XIX ст.);
- Руїни соборної церкви Іоана Богослова (XII ст.);
- Залишки князівського палацу (XIV–XVI ст.).

Також там є цікаві експозиції:

- музей книги;
- художній музей;
- експозиції кераміки, виробів з металу, меблів;
- арсенал і єдиний в Україні Музей дзвонів.

Де ходити?



Музейний простір «Окоľний замок»

📍 Адреса: вул. Кафедральна, 6

Музейний простір «Окоľний замок» – новий туристичний об'єкт, створений на основі відреставрованих пам'яток архітектури національного значення: Вежі князів Чорторийських з частиною оборонного муру та Монастиря єзуїтів із підземеллями.

Вежа Чорторийських – одна із чотирьох мурованих, і єдина збережена до сьогодні вежа великого замкового комплексу в Луцьку.

Це збережений фрагмент Окоľної частини замкового комплексу, який своїми розмірами в кілька разів перевищував звичний і знайомий нам Верхній замок.

Родзинка музейного простору – луцькі підземелля. Це креативний музейний простір, що складається з 18 розчищених кімнат і 4 коридорів.

У них розміщені Галерея рицарства, експозиція навчального процесу у Єзуїтському колегіумі, мультимедійна система з інтерактивним смарт-табло, шоломами віртуальної реальності, силіконова фігура монаха-єзуїта, голограма привида.

Де ходити?

Костел святих Петра і Павла

📍 Адреса: вул. Кафедральна, 6

Костел святих Петра і Павла в Луцьку — це католицька церква, збудована в стилі бароко в 17 столітті. Він відомий своєю архітектурною красою, розкішними інтер'єрами та історичним значенням. Костел є частиною архітектурного комплексу, який включає монастир і школу. Сьогодні це важливий центр релігійного життя та культури в регіоні.



Де ходити?

Будинок скульптора Голованя

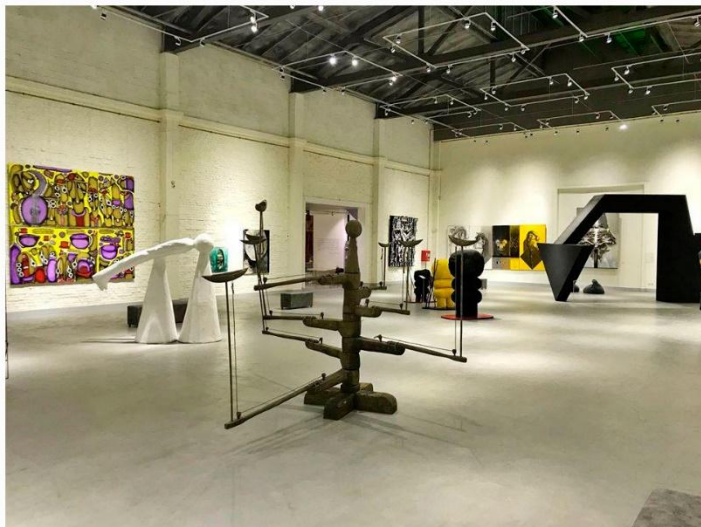
📍 Адреса: вул. Лютеранська, 9

Дивовижна споруда розташована на території Історико-культурного заповідника «Старий Луцьк» на березі річки Стир. Насправді це будинок-майстерня місцевого скульптора Миколи Голованя, який він оздоблював понад 40 років. Хижі звірі, птахи, міфічні істоти – тут можна знайти все.

У мистецьких роботах скульптора переплітаються найрізноманітніші стилі: готика, ренесанс, модерн. Це, в свою чергу, робить будинок скульптора цікавим й принадливим для аудиторії туристів, яких там, побувало чимало.



Де ходити?



Музей сучасного мистецтва Корсаків

📍 Адреса: вул. Карбишева, 1

У музеї представлено роботи понад 100 видатних митців (більш як 800 арт-об'єктів). Живопис, графіка, скульптура, інсталяція, відео-арт – тут зібрана колекція творів мистецтва найкращих українських авторів XX– XXI століть.


І саме тут знаходиться найбільша картина у світі – Космогонія, площа якої становить 2086,5 метра квадратного.

Де поїсти?



Ресторація «Корона Вітовта»

 Щодня з 12:00 - 22:00

 Адреса: вул. Плитниця, 1


Тут частують королів з 1429 року під мурами середньовічного замку. В поєднанні – класична європейська і старосвітська кухня.

До слова, найдревніший рецепт з меню ресторану – мисливський поташ на перепілці з м'ясом вепра та квасолею – походить з кухарської книги 1682 року «Compendium ferculorum».

Де поїсти?



misto.cafe – кафе суспільного впливу в Луцьку

 Щодня з 09:00 - 22:00

 Адреса: вул. Богдана Хмельницького, 26

80% чистого прибутку закладу спрямовуються на підтримку громадських проєктів.

У кафе цілих 100 співзасновників, які зробили однаковий разовий безповоротний внесок у старт проєкту.

Тут представлені страви волинської, кримськотатарської та сучасної європейської кухонь.

В меню:

- трушні кримські м'ясні та сирні чібереки;
- волинський теремнівський паштет із соусом та цибулевим мармеладом;
- салати та паста;
- авторські алкогольні та безалкогольні коктейлі та багато іншого.

Де поїсти?

Gobi

 Щодня з 11:00 - 23:00

 Адреса: вул. Соборності, 22Б

Ресторан грузинської кухні, де при вході вас вітають традиційним «Гамарджоба, генецвале».

У меню є закуски, салати, супи, хінкалі, страви з дров'яної печі, гарячі страви та багато іншого.



Де поїсти?



Легенда

Щодня з 09:00 - 21:00

Адреса: вул. Лесі Українки, 28

У центрі Луцька на вулиці Лесі Українки знаходиться піцерія, яка працює з 1988 року. З 2019 року вона відома містянам під назвою «Легенда». Чимало лучан і досі приходять сюди посмакувати фірмовою маленькою піцою.

Вартість піци – 60 грн.

Також в піцерії хизуються тим, що це улюблена піца співака Дмитра Монатіка.

Де поїсти?



Легенда

Щодня з 09:00 - 21:00

Адреса: вул. Лесі Українки, 28

У центрі Луцька на вулиці Лесі Українки знаходиться піцерія, яка працює з 1988 року. З 2019 року вона відома містянам під назвою «Легенда». Чимало лучан і досі приходять сюди посмакувати фірмовою маленькою піцою.

Вартість піци – 60 грн.

Також в піцерії хизуються тим, що це улюблена піца співака Дмитра Монатіка.



Мапа Центральної та Старої частини міста

Студентка 6 курсу
факультету філології
та журналістики
Анна Костюк



Поділитись:



Спокійно і затишно: яка весна у Луцькому замку (фото)

Автори: Вікторія Слободян, Анна Костюк | Неділя, 30 квітня 2023, 20:30 | 659 | 1 | 1



Любим ми вже цю весну у Луцьку. Період, коли в гарній компанії можна гуляти містом. Обов'язково, попиваючи смачну каву.

Сьогодні завітаємо у Луцький замок і побачимо, як він зустрічає квітучий період.

Серйозний та величний замок Любарта зустрічає гостей тишею та спокоєм. Людям небагато, однак він завжди чекає відвідувачів. Кремезні стіни, ніби, оберігають кожного візитера та дають відчуття себе у безпеці.

СХОЖІ НОВИНИ

- 14 травня 2023
- 16:51 Кого можна зустріти у Луцькому зоопарку у вихідні дні (фото)
- 04 травня 2023
- 11:11 Ліфтолук: модний блогер засвітився у кофтині з Луцьким замком (фото)
- 08:28 Луцькі замальовки: показали фото квітучого міста
- 01 травня 2023
- 12:32 Синьо, зелено і тихо: весна на Теремнівських ставках (фото)
- 25 квітня 2023
- 10:20 Сонце, квіти і котик: Луцьк

ПОПУЛЯРНІ НОВИНИ

- 1 На Волині стоїть церква, якій 800 років (фото)

Чинювники «дотисли»: луцькі

Вартість вхідного квитка для дорослого складає 50 гривень, дитячий та студентський – 30 гривень.

Екскурсії проводяться щоденно без вихідних у такі години: 10:00, 12:00, 14:00, 16:00.



Кого можна зустріти у Луцькому зоопарку у вихідні дні (фото)

Автор: Анна Косцюк | Неділя, 14 травня 2023, 16:51

873 0 1



Луцький зоопарк у неділю, 14 травня, зустрічає гостей теплим сонцем, квітучим парком та пухнастими тваринками. Відвідувачів багацько, вже біля каси вишиковуються охочі прогулятися звіринцем.

Звірята вже перейшли до своїх літніх майданчиків та ставків. Хтось ховається в тіні від сонячних променів. Температура на вулиці сягає понад 20 °С, тому це найкращий час, аби навідатись у зоопарк.

- працює щодня з 10:00 до 19:00 (каса – до 18:00);
- квитки – 50 грн дитячий, 120 грн дорослий, 80 грн пільговий, 300 грн сімейний (2+2).







СОНЦЕ І КОТИКИ: ВЕСНА У БУДИНКУ ГОЛОВАНЯ (ФОТО)

Автори: Вікторія Слободян Анна Костюк | Неділя, 07 травня 2023, 19:08 485 1 0

03 травня 2023

08:00 У Луцьку розпочали реконструкцію будинку скульптора Голованя (фото)

01 травня 2023

12:32 Синьо, зелено і тихо: весна на Теремнівських ставках (фото)

23 квітня 2023

20:36 Теплий вечір у Луцьку: як навесні зустрічає відвідувачів центральний парк (фото)

21 березня 2023

20:01 «Не було дозволу»: родина скульптора Миколи Голованя обурена новим муралом на його честь (відео)



У неділю, 7 травня, погода не дуже радує лучан – холод та дощ у вихідний день «залишили» людей по домівках.



Поділитись:

0
 0

Теплий вечір у Луцьку: як навесні зустрічає відвідувачів центральний парк (фото)

Автори: Вікторія Слободян Анна Костюк | Неділя, 23 квітня 2023, 20:36 1031 3 0



Цьогорічне весняне тепло прийшло до нас із запізненням. І от вже можна скинути свої зимові куртки та насолоджуватися теплими вечорами у Луцьку.

СХОЖІ НОВИНИ

08:00 **Перейшов поза переходом: у Луцьку вночі в чоловіка знайшли канабіс**

19 травня 2023

21:43 **Продав три авто, які мав віддати ЗСУ: у Луцьку судили жителя Дніпра (відео)**

19:05 **Гарчать і кусають: у Луцьку в одному з дворів собаки не дають спокою місцевим мешканцям (відео)**

17:03 **У Луцьку сквер назвуть на честь польського генерала (фото)**

16:05 **Луцька зірка MONATIK «відремонтував» свою пісню**

12:33 **Нові відтинки смороду у Луцьку: місцеві скаржаться на пивзавод (відео)**