

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ Й ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА
ЖУРНАЛІСТИКИ**

**КАФЕДРА УКРАЇНСЬКОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА
ЖУРНАЛІСТИКИ**

**ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКА У СУЧАСНОМУ
ТЕЛЕДИСКУРСІ: СТРУКТУРНО-ЗМІСТОВИЙ ТА
ФУНКЦІЙНИЙ АСПЕКТИ**

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконав: студент 4 курсу, 461 групи, заочної
форми навчання
Спеціальності 061 Журналістика
Фісун Даніїл Євгенович

Науковий керівник - доктор філологічних
наук, професор кафедри української і
слов'янської філології та журналістики
Олексенко Володимир Павлович

Рецензент- кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики, реклами та
зв'язків з громадськістю Вінницького
державного педагогічного університету
Цепкало Тетяна Олександрівна

Херсон - Івано-Франківськ, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЙНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ В ТЕЛЕПРОСТОРІ	7
1.1. Тревел-журналістика у фокусі наукових рефлексій: аналіз досліджень українських та зарубіжних науковців.....	7
1.2. Специфіка телевізійних програм про подорожі: поняттєвий апарат, тематичний та жанровий діапазон	11
РОЗДІЛ 2. ФОРМАЛЬНО-ЗМІСТОВИЙ АНАЛІЗ ТРЕВЕЛ-ШОУ «СВІТ НАВИВОРИТ» (ТЕЛЕКАНАЛ «1+1»).....	14
2.1. Подорожній проєкт як інструмент конструювання ефіру телеканалу «1+1»	14
2.2. Тематична парадигма програми	16
2.3. Тревел-журналістика під час війни.....	19
ВИСНОВКИ	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	26
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Тревел-проекти та тревел-шоу у сучасному українському теледискурсі є доволі молодим та стрімко розвиваючим напрямком. Однак, незважаючи на це, дотепер досить важко знайти ґрунтовні наукові праці щодо сутності, структури, типу, функціональних аспектів та особливостей ведення тревел-шоу.

На сьогоднішній день у науковому дискурсі спостерігається відчутна нестача уніфікованих підходів до інтерпретації ключових понять, пов'язаних із тревел-тематикою, а також чітко сформульованих критеріїв жанрової, типологічної та видової класифікації телевізійних програм про подорожі. Відсутність системної термінологічної бази ускладнює науковий аналіз цього явища, що, своєю чергою, обмежує можливості комплексного осмислення його функціональних, структурних та комунікативних особливостей. У цьому контексті особливої ваги набуває необхідність поглибленого вивчення тревел-жанру як специфічної форми телевізійного мовлення, яка поєднує елементи інформаційного, розважального та просвітницького контенту. Саме тому обрана тема дослідження є вкрай актуальною, вимагає всебічного теоретичного осмислення, уточнення термінологічного апарату та подальшого напрацювання у межах сучасної медіа- і комунікаційної науки.

У сучасному телевізійному медіапросторі зростає питома вага найрізноманітніших за стилем та напрямками тревел-проектів (шоу) та навіть телеканалів, що свідчить про інтерес широкого загалу до туристичного дискурсу і теми мандрів [Додаток А].

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами темами. Дослідження виконано у межах ініціативної науково-дослідної теми кафедри української і слов'янської філології і журналістики Херсонського державного

університету «Сучасний мовно-літературний та масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи» (шифр державної реєстрації – 0123U102953).

Мета роботи — дослідити структурно-функціональні та змістові особливості тревел-журналістики як у теоретичному, так і практичному вимірах, розглядаючи їх крізь призму специфіки тревел-шоу «Світ навиворіт» на телеканалі «1+1».

Для досягнення поставленої мети передбачається виконання таких завдань:

1. провести аналіз наукових досліджень українських і зарубіжних авторів, присвячених тревел-журналістиці;
2. окреслити особливості телевізійних програм про подорожі, сформулювати понятійний апарат, визначити їхній тематичний і жанровий спектр;
3. визначити тематичні напрями програм «Світ навиворіт» на телеканалі «1+1»;
4. проаналізувати функціональні особливості тревел-журналістики в умовах воєнного часу.

Об'єктом дослідження є тревел-шоу «Світ навиворіт» на телеканалі «1+1».

Предметом дослідження є теоретико-методологічні основи функціонування тревел-журналістики у телевізійному просторі, а також особливості їх реалізації на прикладі українського проєкту «Світ навиворіт» (телеканал «1+1»), з акцентом на формально-змістовий та функціонально-рецептивний аспекти тревел-шоу.

Методи дослідження ґрунтуються на органічному поєднанні загальнонаукових, практичних та спеціальних методів. У першому розділі роботи використано **методи аналізу** наукової літератури з журналістикознавства та **аналіз ознак і складових частин** тревел-програм. У другому розділі використано **метод спостереження, порівняльний та структурно-системний**

метод, а також **контент-аналіз** особливостей програми «Світ навиворіт».

Серед вітчизняних науковців, які спеціалізуються на дослідженні тревел-журналістики, варто назвати праці В. Гоян [6], Ю. Зеленюк [10], Ю. Полєжаєва [26], О. Юферева [38] та зарубіжних науковців, Ф. Гануша [44], Б. Кукінга [42], А. Новікова [45], Й. Борна [41] та інших.

Теоретичне значення отриманих результатів полягає у спробі систематизувати поняттєво-термінологічний апарат вивчення тревел-журналістики, та в подальшому їх використання для розробки науково-методичної літератури, проведенні досліджень та розробці нових методів вивчення та аналізу медіаконтенту про подорожі в українському телепросторі.

Практична цінність одержаних результатів. Результати дослідження будуть корисними для студентів-журналістів під час вивчення курсу «Телевиробництво», спецкурсів на дану тематику. Результати роботи можуть слугувати основою для подальшого вивчення теми подорожньої журналістики у наукових роботах більш складного рівня, та використовуватись для розробки рекомендацій з систематизування нових методів роботи у жанрі тревел-журналістики.

Апробація роботи. Матеріали роботи стали предметом виступу та обговорення на III Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих вчених «Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку» (9-10 квітня, м. Тернопіль, Україна, 2025) [Додаток D]. За результатом проведеної роботи отримано сертифікат про участь у конференції [Додаток E].

Також обговорення актуальних аспектів подорожнього проєкту в масмедійному просторі в контексті сучасних викликів стали темою виступів на кафедрі української і слов'янської філології та журналістики.

Публікації.

Фісун Д., Олексенко В. **Подорожній проєкт як інструмент конструювання ефіру телеканалу. «1 + 1».** III Всеукраїнська науково-практична конференція

молодих вчених «Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку» 9-10 квітня, м. Тернопіль, Україна, 2025.

URL: <https://docs.google.com/document/d/11GcFjWxml1JJAqu4OmxP0ULahMG-WPJskz06Ox68pg0/edit?pli=1&tab=t.0> [Додаток Е].

Фісун Д, Олексенко В. Суспільне мовлення в Україні – особливості жанрів, контент та його функціональність. II Міжнародна науково-практична конференція «Наука та освіта в умовах викликів сьогодення» 25 лютого, м. Чернівці, Україна, 2025. С 205-207 (282 с.)

URL: <https://researcheurope.org/wp-content/uploads/2025/04/re-25.02.2025.pdf> [Додаток F].

Структура роботи: вступ, два розділи (п'ять підрозділів), висновки, список використаних джерел та літератури (46 позицій). Загальний обсяг роботи становить 38 сторінок. Основний зміст викладено на 23 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЙНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ

1.1. Тревел-журналістика у фокусі наукових рефлексій: аналіз досліджень українських та зарубіжних науковців

Поняття тревел-журналістика (від англійського travel journalism) трактується як окремий напрям масмедійної діяльності, що передбачає створення та поширення для широкої аудиторії інформаційного контенту довідкового спрямування про подорожі, мандрівки, цікаві локації та країни. Така інформація, як наголошує науковець [34], подається в контексті поєднання тем, пов'язаних з історичними, географічними, культурними, літературними аспектами й фотомистецтвом.

У шостому томі Словника української мови термін «подорож» розглядається у кількох значеннях. Зокрема, він описується як переміщення — найчастіше пішки — з постійного місця проживання до інших локацій. Також подано тлумачення подорожі як жанру літератури, що містить описи маршрутів, географічних реалій та особистих вражень автора від мандрів, а іноді — і як окремий опис конкретної поїздки [31, т.6, с.754].

Аналіз поданого словникового визначення дає підстави стверджувати, що лексема «подорож» має багатозначне семантичне наповнення: вона вживається як на позначення фізичного переміщення (у формі поїздки або пішої мандрівки), так і як назва літературного жанру, творів, що належать до цього жанру, або ж описів самих мандрів. У такому контексті «подорож» можна розглядати як певний метажанр, що поєднує риси кількох форм висловлення, і водночас — як окремий жанровий тип. Виходячи з цього, варто зауважити, що термін дедалі

частіше вживається не лише для позначення дії, а й як категорія, пов'язана з наративною формою в літературі та медіа.

Окрім лексеми «подорож» вживаються іменники мандрівка, мандри. Говорити про тотожність цих лексем немає жодних підстав. У «Словнику української мови» зазначено: мандрівка – це переміщення за допомогою транспорту або пішки, звичайно далеко за межі постійного місцеперебування; подорож < ... > // Постійна зміна місцеперебування; блукання (у 1 знач.) < ... > [31, т.4, с.618]. У цьому словникові читаємо, що мандрівка [там само, с.617].

Зважаючи на значеннєві відмінки цих лексем, зауважемо, що лексема «мандрівка» не може слугувати жанром літератури порівняно з лексемою «подорож», бо лексема «мандрівка» має конотативне значення сталості.

Що ж стосується лексеми означення «подорожній», то у цьому ж словнику читаємо: 1. Прикметник до подорож

1). [Поїздка або пересування пішки по місцях віддалених від постійного місця проживання]; // Пов'язаний з подорожжю, з дорогою; викликаний подорожжю, дорогою. // Який відбувається, трапляється, зустрічається під час подорожі, в дорозі.

2). Який перебуває в дорозі, який подорожує [31, т.6, с.754].

Прикметник «мандрівний» у цьому самому словнику має таке визначення:

1). Який мандрує. // Який постійно мандрує; бродячий. // Кочовий.

2). Заповнений мандрами [31, т.4, с.618].

Отож, лексема «подорожній» утворена від лексеми «подорож» за допомогою суфікса -н-, є полісемічним, а лексема «мандрівний» походить від іменника «мандри», утворено за допомогою складного суфіксу -івн-; має набагато вужче конотативне значення.

Сьогодні тревел-матеріали є тим цінним джерелом, з якого ми почерпуємо важливу інформацію про подорожі того чи іншого митця, передає у формі власної розповіді те, що він особисто бачив. У тревел-матеріалах можуть переважати або

досить тісно перетинатися кілька видів характерів – інформаційний, пізнавальний, популяризувальний, розважальний, а також рекламний.

Ю. Полєжаєв зазначає, що дослідження тревел-журналістики здійснюється у трьох основних напрямках. Перший з них зосереджений на вивченні її взаємозв'язків з журналістикою стилю життя (лайфстайл-журналістикою), міжкультурною комунікацією, економічними процесами, новинною сферою, а також явищами, пов'язаними з культурою споживання.

Другий науковий підхід акцентує увагу на дослідженні зв'язків тревел-журналістики з ідеологічними чинниками, владними наративами, регіональними особливостями, гендерними питаннями, бізнесовими інтересами та низкою інших соціокультурних проблем.

Третій напрям зосереджений на аналізі зарубіжного досвіду становлення та функціонування тревел-журналістики, зокрема підкреслюючи її тісний взаємозв'язок із сучасними PR-технологіями (див.: Петренко О. Тревел-журналістика у глобальному медіапросторі // *Наукові записки Інституту журналістики*. — 2019. — № 24. — С. 123–127).

Як зазначають І. Печеранський та В. Катренко, актуальність наукових досліджень у цій галузі пояснюється стрімким зростанням обсягів медіаконтенту, посиленням комерційного характеру засобів масової інформації, а також тим, що в умовах технологічного прогресу тревел-журналістика стає одним із важливих джерел інформації для широкої аудиторії (Печеранський І., Катренко В. Тревел-журналістика як специфічний вид медіапродукту // *Український медіапростір*. — 2018. — № 25. — С. 36).

М. Зубарева проаналізувала найбільш жанри та види реклами у тревел-журналістиці [11], а В. Шевченко і Т. Малиш класифікували та проаналізували туристичні теми на інтернет-порталах [37].

Стрімка диджалізація в Україні туристичних медіа доповнює сучасними формами тревел-журналістики. Зокрема не тільки журнали, газети,

телепередачами, радіопередачі, сайти, а і блоги, подкасти, стріми. Друковані видання мають електронну версію чи сайт, телепередачі доповнюються Youtube- та Телеграм каналами.

О. Юферева називає лайфстайлтревелог та особистісний-тревелог [40]. Як зазначає дослідниця, даний тип медіатревелогу має спільні риси з лайфстайл-журналістикою, зокрема в аспекті акцентування на «духу ціннісних орієнтацій» та пасивному образі мандрівника в текстовій структурі. Натомість, особистісний тревелог, що тяжіє до соціального або етнографічного літературного дослідження, вирізняється зсувом уваги з простого опису на інтерпретацію подій і явищ, що супроводжується посиленням авторської позиції у викладі матеріалу (див.: Глухенька А. Літературний тревелог як жанрова форма // Наукові записки Інституту філології. — 2021. — № 40. — С. 215–220).

Науковці сьогодні значну увагу зосереджують на питаннях жанрової ідентифікації сучасної тревел-журналістики. Контент, присвячений темі подорожей, різниться за форматом подачі, способами представлення матеріалу та специфікою інформаційного наповнення. У зв'язку з цим у друкованих медіа традиційно виокремлюють кілька основних жанрових форм тревел-журналістики: подорожні нариси, нотатки, репортажі, а також рекомендаційні матеріали.

Підсумовуючи вищевикладене, зазначимо, що протягом останніх десятиліть має місце посутнє підвищення наукового інтересу дослідників з України та інших країн до проблем тревел-журналістики. Знайомство з їхнім науковим доробком засвідчило, що аналітика, яка здійснюється у науковому просторі, розгортається за тими самими магістральними напрямками, що і наукові пошуки зарубіжних журналістикознавців.

1.2. Специфіка телевізійних програм про подорожі: поняттєвий апарат,

тематичний та жанровий діапазон

Дослідження подорожньої тематики у теледискурсі, що останнім часом здійснюється журналістикознавцями, актуалізують необхідність спеціального терміну. У зв'язку з цим з'являються різноманітні поняття, що входять у науковий поняттєво-термінологійний апарат і активно вживаються сьогодні, однак таке розгалуження шкодить уніфікації назв телевізійних програм про подорожі як серед науковців, так і з-поміж практиків. Поняттєвий апарат тревел-шоу досі залишається недостатньо усталеним. Здебільшого, дослідники описують їх як жанрово-компаративні форми, що поєднують подорож як сюжетну вісь із різноманітними медійними жанрами — репортажем, інтерв'ю, коментарем, наративом від першої особи тощо. Основна ознака таких програм — це мобільність ведучого або знімальної групи, занурення в локальний контекст і створення ефекту присутності для глядача.

«Подорожній нарис пресової журналістики має схожі риси з тревел-програмами на телебаченні. Перші спроби показати подорож на телеекрані були у формі циклу передач наукового характеру та належали англійському натуралістові Девіду Аттенборо» [9]. Загальновідомим є факт, що документальні фільми початку ХХ сторіччя були підготовлені за матеріалами зйомок подорожей.

Телевізійні програми про подорожі зазвичай отримують назви відповідно до їх тематичного спрямування. Так, український дослідник А. Москаленко пропонує використовувати поняття «географічні програми» [21]. Водночас, на його думку, подібне визначення має певні обмеження: по-перше, такі програми мають бути безпосередньо пов'язані з наукою географією, а їхні знімальні групи, включно з автором, виконувати функції експедицій. По-друге, це визначення не завжди є достатнім для окреслення змісту програм, які, наприклад, зосереджуються на описі характеру чи поведінки певного народу, його кулінарних традицій, подій, що відбуваються під час перебування автора в

конкретній місцевості, або ж на історичних особливостях країни (див.: Москаленко А. Телевізійні подорожі як жанр сучасного медіапростору // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. — 2019. — № 2. — С. 112–117).

Бен Кукінг говорить, що «в XIX та XX століттях подорожня журналістика була способом ідентифікації репрезентативної національної системи, а в комерційному середовищі сучасного телебачення створюється новий напрям з унікальним туристичним досвідом» [42, с. 55].

Науковці поділяють тревелоги на чотири типи:

- 1) масові програми (наприклад, продукція телеканалів «Discovery»);
- 2) спеціалізовані (програми для рибалок, які поєднують улюблене хобі з подорожами, програми про екстремальний спорт, кулінарні програми про подорожі, як-то: «Кулінарні мандри» на каналі «1+1» та «Світ на смак» на каналі «Україна»);
- 3) галузеві спеціалізовані (для робітників туристичної сфери і клієнтів тур-фірм на прикладі програми «Феєрія мандрів» на «Першому національному»);
- 4) бортове відео (так зване inflight-відео авіакомпаній).

За формою подачі тревел-журналістського матеріалу поділяють на:

- 1) «дружні» рекомендації;
- 2) форму відповідної специфічної тематики (термінологія, сленг та ін.);
- 3) енциклопедичну, відповідно до якої матеріал носить науково-пізнавальний характер.

Така класифікація на сьогодні є абсолютно виправданою, адже охоплює усі існуючі типи подорожніх програм. Так, рекомендації можуть використовуватися в туристичних програмах, де глядачу пропонують відвідати певну країну.

Класифікація подорожніх телепрограм:

За внутрішню ієрархію типового порядку: масові програми; спеціалізовані, галузеві.

За цільовим призначенням: науково-популярні, розважальні, туристичні телепрограми; які мають на меті навчити, розважити або прорекламувати відповідно.

За формою подачі: ті, що складаються з самостійних передач про окремі країни; або продовжувані, що складаються з циклів випусків про одну країну.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що тревел-журналістика як специфічний різновид журналістської діяльності перебуває на етапі формування власної теоретико-методологічної бази. Відсутність чітких визначень, жанрової класифікації та методологічних підходів ускладнює її наукове осмислення, що зумовлює актуальність подальших досліджень у цьому напрямі.

РОЗДІЛ 2

ФОРМАЛЬНО-ЗМІСТОВИЙ АНАЛІЗ ТРЕВЕЛ-ШОУ «СВІТ НАВИВОРІТ» (ТЕЛЕКАНАЛ «1+1»)

2.1. Специфіка подорожнього проекту в контексті ефіру телеканалу «1+1»

За підсумками 2021 року, 1+1 media (до складу якого входять 8 телеканалів, а саме «1+1», «1+1 Україна», «2+2», «ТЕТ», «ПлюсПлюс», «Бігуді», «УНІАН ТБ» та «1+1 International»), увійшла до ТОП-2 медіагруп України та сумарно зібрала 18,1% частки за аудиторією 18-54 (50 тис.+) [23] [Додаток В].

Перший сезон проєкту «Мандруй Україною з Дмитром Комаровим», що стартував 2021 року, зібрав частку 17,1%. Це абсолютне лідерство серед усіх тревел-шоу на телебаченні. Крім цього, один із випусків шоу став найпопулярнішою тревел-програмою в історії українського телевимірювання, зібравши частку 24,1% за аудиторією 18-54 (50 тис. +) і рейтинг - 3,2%.

Також, за підсумками 2020 року українці із особливою цікавістю дивилися тревел-шоу «Світ навиворіт» із Дмитром Комаровим (частка 15,6%; епізод від 22 квітня 2020 р. продемонстрував найкращий результат серед тревел-шоу на ринку за 2020 рік та побив власний дворічний рекорд: його переглянуло понад 3 млн глядачів!) [23].

Як ми бачимо із аналітичних даних телевізійних вимірювань тревел-шоу Дмитра Комарова займають гідне місце у конструюванні ефіру телеканалу «1+1».

Тревел-шоу «Світ навиворіт» - це документально-пізнавально-розважальна програма подорожей на каналі «1+1», авторський проєкт журналіста Дмитра Комарова. В ефірі програма - з 11 грудня 2010 року [33].

Передача «Світ навиворіт» миттєво завоювала серця глядачів та увійшла в топи рейтингів ефіру телеканалу. В 2015-у році Дмитро Комаров потрапив до

Книги рекордів України в номінації «Найбільша кількість туристичних програм, які відзняті мінімальною знімальною групою». В усі свої експедиції Комаров відправлявся тільки в компанії оператора.

Секрет успіху Дмитра в його наполегливості та плідної праці кожного дня, щирості та безпосередньої участі ведучого в усіх процесах створення передачі. Ведучий програми «Світ навиворіт» один із найвідоміших тревел-журналіст, фотограф України.

На думку Дмитра Комарова, «складне гірське сходження або автомобільні ралі, розмноження зникаючих видів птахів у джунглях або детальні рецепти приготування соусу до рису за племінним рецептом – це, безумовно, цікаво, але тільки для вузького кола людей. Потрібні більш життєві теми, а також ситуації, які би глядач міг приміряти на себе особисто. Біля екрану людина повинна відпочивати, нехай навіть пізнаючи» [5].

Всього відзнято 15 сезонів (258 епізодів): Камбоджа, Індія, Африка, В'єтнам, Індонезія, Латинська Америка, Болівія, Непал, Японія, Бразилія, Кітій, Пакистан, Еквадор, Колумбія, Україна [Додаток С].

«Світ навиворіт» це унікальний український тревел-продукт, який з 2014 по 2022 роки демонструвався в різних країнах світу: в Таїланді – на каналі «The Ying Group», в Ізраїлі – на каналі «Стиль», в Молдові – на каналі «Accent TV», в Німеччині – на каналі «Новий світ», в Литві – на каналі «TV3 Plus Lt», а в Казахстані – на каналі «НТК», в Білорусії – на каналі «Білорусь 2», в Росії – на каналі «П'ятниця!».

В березні 2022 року, в зв'язку зі вторгненням Росії в Україну, Дмитро Комаров заявив, що програма більше не буде транслюватися на російських каналах.

2.2. Тематична парадигма програми

Кожен сезон програми «Світ навиворіт» представляє собою серію програм, присвячених одній окремо взятій країні або одному географічному регіону. Програма присвячена життю, роботі, відпочинку, звичкам, обрядам і національним особливостям народів різних країн. Знімальна група намагається показати глядачеві не туристичний бік даного регіону, а самобутню культуру місцевого населення.

Дмитро Комаров пояснює, чому для зйомок йому вистачає лише одого оператора: «В експедиції ми з оператором їздимо вдвох, і я не готовий цю традицію змінювати. Такий склад команди дає можливість дістатись далі, показати більше. На відміну від великої телевізійної групи, яка в будь - якому випадку привертає увагу місцевого населення, ми непомітні. Як двоє туристів з фотоапаратами. Тому налагодити контакт з людьми значно простіше. Наша поява не викликає ажіотажу. Звичне життя не порушується, а це - наше головне завдання. Так зручніше показувати «виворіт» [15].

10 років на телеекранах це вагомий термін для передачі, яка постійно дивує глядачів. Так наприклад, в індійську експедицію Дмитро Комаров придбав дуже компактні екшн-камери, з великим набором різних кріплень на руки, ноги, голову тощо (частину кріплень Дмитро придумав і зробив сам). І як результат в індійському циклі «Світу навиворіт» глядач побачив абсолютно неочікувані, подеколи божевільні ракурси і перебивки, які урізноманітнили сюжети програми.

Мета програми - це максимальна асиміляція журналіста в іншому світі, щоб показати природну атмосферу і справжнє життя.

Щодо знімального графіка, то у середньому група працює за кордоном від 16 до 18 годин на день. Підйом не пізніше 5 ранку, тому що в спекотних тропічних країнах все життя йде за сонцем. А після 10 години ранку перебувати на ї вулиці вже дуже складно. Наступний знімальний час - після 4 години вечора.

«Це період, коли найкраще знімати пейзажі, красиву й найбільш яскраву картинку», - говорить Дмитро Комаров [16].

Щодо часу на кожну експедицію, то більше двох великих експедицій у рік автори не встигають, оскільки зйомки ідуть від двох до трьох місяців, а після цього – мінімум три місяці монтажів. Цикл передач безперервний.

Щодо погодженості музики й сюжетів у фільмах, то Дмитро Комаров зауважив: «У цьому велика заслуга нашого головного режисера монтажу Віталія Нарішкіна – підбором музики займається в основному він. Звичайно, потім ми переглядаємо разом, якісь треки міняємо, але в загальному музичний стиль задає він».

Щодо музики, на 90% ми використовуємо ліцензійні треки з бази «1+1», а також дуже рідку музику, яку я привожу безпосередньо зі своїх експедицій. Як правило, ці автори не виступають на великій сцені, не випускають пластинки великими тиражами, а просто роблять досить рідку ексклюзивну музику, знайти яку можна тільки там» [16].

Автор називає проект «Світ навиворіт» документально - пізнавально - розважальним. Але хочеться додати, що не дивлячись на розважальний стиль програма має гуманітарну місію та внесла свій вклад в допомогу людям.

Крім того, програма «Світ навиворіт» ініціювала реєстрацію рекордів для унікальних героїв своїх програм. Так у Непалі повернули звання «найменшої мобільної людини» у «Книзі рекордів Гіннесса» 24-річному Хагендрі Тапа Магару, якого називали «Маленьким Буддою».

Цей телепроект став знаковим не лише завдяки яскравій подачі та екзотичному контенту, а й через послідовну реалізацію просвітницької місії, орієнтацію на міжкультурний діалог та візуалізацію світових культур крізь українську призму сприйняття.

Тревел-шоу «Світ навиворіт» був неодноразово нагороджений у номінаціях як найкраща програма (премія «Фаворит телепреси» у 2012 та 2013 роках), у

номінації «Кращий ведучий розважальної програми» (премія «Телетріумф» у 2016 році) та у номінації «Просвітницька програма» (премія «ТЕФІ» у 2019 році) [22].

2.3. Тревел-журналістика під час війни

Російсько-українська війна викликала суттєві зміни в українському медійному просторі. Стало досить помітним збільшення обсягу програм, у яких висвітлюється патріотизм та формування свідомості українських громадян, особливо молоді. Ці програми мають інформаційну та пізнавальну спрямованість. Автори акцентують на репрезентації побутових тем, на сприйнятті, усвідомленні українськості, знаннях історії українського народу, його культури, звичаїв, і традицій у різних куточках України, піднімають важливі для суспільства теми, спровоковані війною.

2023 рік був роком відновлення українського телебачення, а 2024 рік демонстрував сталий тренд зростання.

Медіакомпанії запустили нові розважальні канали, підготували різноманітний контент з новими патріотичними серіалами, культовими комедіями і ситкомами власного виробництва, форматними й оригінальними реаліті- та тревел-шоу, гумористичними передачами.

У 2022 року на каналах «1+1 Україна» та «ТЕТ» було розпочато повторні покази програми «Світ навиворіт» з повним українським дубляжем, записаним у студії «1+1 Media». Дмитра Комарова дублює актор Денис Жупник. Після російського вторгнення перекваліфікувався у військового кореспондента, відвідує гарячі точки та документує хроніку війни, паралельно займаючись волонтерською діяльністю.

Комаров першим із військових кореспондентів відвідав деокуповану Бучу та фільмував обстановку у місті. Далі були Чернігів, Балаклія, Куп'янськ. Дмитро зняв на камеру численні пропагандистські білборди, російські продукти у магазинах і пофарбовані у триколоні речі, що свідчили про наміри встановити цілковитий окупаційний режим. Назавжди не вийшло, і вже у листопаді Комаров прямує до деокупованого Херсона. У котрий раз журналіст демонструє небезпеку

свої професії: через дві години після прес-конференції президента він потрапив під ворожий обстріл і був змушений шукати укриття.

Дмитро чудово розумів, що війна не закінчиться за декілька місяців. «І я вирішив, що мій обов'язок – не тільки фільмувати події військового часу, а ще й зробити все від мене залежне, щоб подарувати українцям хоча б трохи позитиву та цікавостей в цей найскладніший час». Так журналіст із командою «Світу навиворіт» знову стає до роботи та готує до випуску колумбійський сезон програми, який подіє на українців наче заспокійливе та підбадьорив їх у тяжкі часи.

До роковин повномасштабного вторгнення Дмитро Комаров підготував телепроект «Рік», який являє собою авторський погляд на війну з тих ракурсів, які не показують у новинах. Головні герої його програми – як прості українці, так і високопосадові особи, чийми руками та розумом твориться майбутня перемога. Журналістові дозволили показати помешкання Президента, засекречений Центр бойового управління, склади боєприпасів, отриманих від західних партнерів, та щемливі відео обміну військовополоненими. У його доробку унікальні, ексклюзивні інтерв'ю з Президентом країни Володимиром Зеленським, головою розвідки Кирилом Будановим, міністром оборони Олексієм Резніковим і головнокомандувачем ЗСУ Валерієм Залужним.

Фільм розбитий на дві частини та перекладений чотирма мовами (англійською, іспанською, португальською і французькою) задля ширшого охоплення аудиторії. «Не секрет, що люди, які живуть в інших країнах та не бачать війну щодня, вже не відчують того, що було у лютому 2022. «Передивившись проєкт «РІК» глядач за короткий час зможе знову повернути ці відчуття. Побачити правду та відчутти те, що відбувається в Україні. Що це жорстока війна без правил з боку РФ», – коментує Комаров. Річницям деокупації Харківської області та Херсону присвячені проєкти «РІК.Харківщина», «РІК.Херсон».

«Le Маршрутка» з телеведучою Лесею Нікітюк це ще один тревел-проект про міста воєнної України. На відміну від проекту Комарова, тут не побачимо представників влади й зустрічей у кабінетах – лише прості українці і їхні історії. Проект присвячено тиловим містам, а також регіонам, звільненим від окупації: Київщині й Києву, Дніпропетровщині, Хмельниччині, Львівщині, Черкащині, Сіверщині, Волині, Харкову, Миколаєва і Херсону.

В минулому році онлайн-видання «Слух» презентувало вихід нового документального проекту про українську культуру «Запал». Це цілковито відмінний від попередніх формат тревел-проекту, який фокусує увагу саме на українській культурі під час війни. За фабулою проекту, троє українських митців - співачка Онука, шеф-кухар Євген Клопотенко та стилістка Леся Патока вирушили в експедицію Україною, щоб дізнатися більше про українську музику, кухню і стиль.

Протезований військовий Олександр Будько з позивним «Терен» створив перше інклюзивне тревел-шоу «Відвал ніг, або All інклюзив», в якому досліджуватиме безбар'єрність українських міст. Ведучий та гості відвідуватимуть найвідоміші туристичні маршрути, пам'ятки та музеї.

Український тревел-блогер, мандрівник Антон Птушкін зняв свій дебютний повнометражний фільм «Ми, наші улюбленці та війна». Цей документальний фільм про людей і тварин, які однаково страждають через війну. В одному з епізодів засновниця гостомельського притулку Ася Серпинська каже: «Рятувати тварин, щоб залишатися людиною». На думку творців картини, у цій фразі втілено основний сенс, який вони хотіли донести до глядачів. У стрічці задіяно багато іноземців, для яких героїзм українців під час порятунку тварин став справжнім відкриттям».

Отже, тревел-шоу «Світ навиворіт» є унікальним прикладом української тревел-журналістики, яка поєднує пізнавальність, розвагу та глибоку гуманітарну місію. Програма демонструє високу якість виробництва, інноваційні

підходи до зйомок і щиро участь ведучого у кожному сюжеті. Її успіх підтверджується стабільно високими рейтингами, міжнародним визнанням і численними нагородами. Дмитро Комаров і його команда створили продукт, який не лише розважає, а й формує у глядачів інтерес до культурного розмаїття світу.

На сучасному етапі розвитку суспільства тревел-журналістика посідає особливе місце серед медійних жанрів такого зразка. Це ґрунтовано на формуванні і передаванні своєрідної інформації, довідки про подорожування, мандрівки, своєрідні місця, регіони, країни, континенти з метою зіставлення і порівняння матеріалів історичних, географічних, культурних, лінгвістичних, етнографічних, літературних та ін. Медійна інформація такого зразка презентує матеріал, що стосується туристично-краєзнавчої, подорожньої тематики.

Досить поширеним подорожнім жанром є есе опис, нарис, репортаж. Надто широке висвітлення матеріалів тревел-журналістики знаходять своє втілення в матеріалах радіо- і телепередач, лекціях, документальних і художніх фільмах. Журналістські матеріали подорожньої тематики є досить важливим аргументом споживацької активності громадян у сфері туризму, що так чи так суттєво впливають на розширення туризму. Знайомство з такими матеріалами допомагає прийняти правильні рішення щодо подорожі. Крім того, подорожня журналістика сприяє розвитку галузі.

На сучасному етапі розвитку суспільства тревел-журналістика як новий жанр у журналістиці є надто актуальним і досить популярним. Головна мета подорожньої журналістики – прищепити громадянам любов до подорожей, постійно дізнаватися щось нове, раніше невідоме, вивчати і простежувати різноманітні культурні, політичні, етнографічні зв'язки між народами, а також цей вплив на формування свідомості громадян. Тому тревел-журналістику можна назвати багатофункційною галуззю. Адже, завдяки тревел-журналістиці спостерігаємо поєднання багатьох культур, звичаїв і традицій різних народів.

Демонструючи багатоманіття культурних надбань різних регіонів світу

подорожня журналістика дає змогу глибше ознайомитися з надбаннями світової цивілізації, поважати інші етноси, їх звичаї, традиції, правила й обряди.

Саме це й дає змогу формувати цивілізоване суспільство, в якому кожен громадянин зможе почувати себе окремою категорією, розвинутою особистістю. Цей світогляд через тревел-журналістику дає змогу кожному індивідууму познайомитися з культурним надбанням інших народів країн, континентів.

Через демонстрацію побуту, вірувань, мистецтва, національної кухні та мовної культури тревел-журналістика сприяє розвитку міжкультурної комунікації, толерантності та усвідомленню важливості культурного розмаїття в глобалізованому світі.

ВИСНОВКИ

Тревел-журналістика у сучасному телевізійному просторі весь час удосконалюється, з'являються нові форми, види, матеріали. Маємо всі підстави сподіватися, що й надалі тревел матеріали набуватимуть більшої ваги, актуальності, цінності, зацікавлення. Подорожі, удосконалення телебачення і других медіа, інші погляди громадян, виникнення передових і прогресивних технік і технологій, слугували удосконаленню подорожньої журналістики, тоді коли подорожі є з кожним днем доступними для широкого кола громадян, і як наслідок – готуються програми, присвячені подорожам. Можемо з упевненістю констатувати, що тревел-журналістика у телевізійному просторі України є найбільш популярним жанром. Завдяки чому глядачі таких телепрограм мають змогу мандрувати, мати уявлення про нові, раніше невідомі культури, знайомитися з невідомими місцями і мати змогу сформувати незабутні враження після цього.

Сьогодні тревел-журналістика у телепросторі розквітає, формується, зазнає становлення. Збільшується кількість програм, їх якісне наповнення, що і є свідченням, що популярність цього жанру і інтерес до нього. Чимало українських програм такого зразка висвітлюють подорожі Україною, знайомства з визначними місцями з метою популяризування культури, звичаїв, традицій. Головні аспекти становлення тревел-журналістики на телебаченні невіддільні від географії, історії, культури, тематичного різноманіття, різних форм з помітним обов'язковим впливом сучасних технологій. Попри різні виклики (недостатнє фінансування, конкуренти інших тревел-шоу, обмежена кількість часу для показу програми), тревел-журналістика має суттєвий арсенал засобів для розвитку формування і становлення. З огляду на це вона має всі підстави бути досить важливим інструментом для розвитку туристичної галузі, популяризування української етнокультури, а також (і що надто важливо) формування позитивного іміджу України.

Завдяки тревел-журналістиці у сучасному телепросторі здійснюється вплив на знання і свідомість глядачів.

Тревел-журналістика має здатність заохочувати до подорожей, допомагає вибрати маршрут подорожі і формувати відомості про туризм. Зауважимо, що тревел-журналістика може по-різному впливати на глядачів. Дехто сприймає інформацію телешоу у буквальному сенсі, інші послуговуються нею як джерелом планування своєї майбутньої подорожі. Отже, тревел-журналістика – один з великої кількості чинників, що мають вплив на туризм. Інші чинники тісно пов'язані з економічними, політичними, суспільними та іншими умовами. Тревел-журналістика є суттєвим інструментом, що має змогу стимулювати туризм в Україні. Зазначимо також, що тревел-журналістика має змогу пропонувати рекламу про туристичні місця, поглиблювати знання про туризм, стимулювати економіку і зміцнювати культурно-мистецькі зв'язки. Фахівці тревел-журналістики готують такий матеріал, який досить детально поєднує в собі низку функцій сучасної журналістської галузі – формують смаки широкого кола читачів, глядачів. Тревел-журналісти акумулюють у собі відомості про визначні країни, регіони, континенти.

Подорожня журналістика сьогодні є досить важливим складником розвитку туристичної галузі. На нашу думку, важливим завданням тревел-журналіста має бути не тільки фахова репрезентація та творче спрямування на представлення відомостей про туристичні заклади й установи, а й якомога ширше заохочення людей до активної туристичної діяльності, відчувати і знайомитись з невідомим.

REFERENCE

1. Безотосна Ю. В. Інформаційно-зображальна система сервісних медіа в контексті семіотики / Ю.В. Безотосна // Критерії діагностики та методики розрахунку впливу медіа: Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова]. К.: Інститут журналістики, 2014. С. 100-102.
2. Безуглий І.В., Рябов І.Б., Бусел В.М. Фактор тревел-журналістики в розвитку туризму, Серія: Інфраструктура ринку. 2021. Вип. 59. С. 10-16. – Режим доступу :<https://ir.stu.cn.ua/handle/123456789/27773;jsessionid=9E28F1C649B9BB679EE7BC6B66708EC2>
3. Белькова С. В. Тенденції розвитку жанру подорожнього нарису в регіональній пресі (на прикладі друкованих ЗМІ м. Запоріжжя) / С.В. Белькова // Держава та регіони: наук.-виробн. журн. Запоріжжя, 2011. - С.37 -40.
4. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен; пер. з нім. П. Демешко та К. Макеев; за заг. ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк. - К. : Центр Вільної Преси : Академія Української Преси, 2011. - 529 с. Режим доступу :<https://www.aup.com.ua/book-review/book020/>
5. Веремчук Т. Тревел-шоу: на краю світу, на межі жанрів / [Електронний ресурс] Режим доступу : http://www.telekritika.ua/telebachennya/2011-05-30/63200?theme_page=30&
6. Гоян В. В. Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми. Київ, 2001. 65 с. Режим доступу : <https://www.academia.edu/> (<https://u.to/QYU3Ig>)
7. Гоян В. В. Інформаційна телевізійна програма: типологічна характеристика, параметри діяльності журналіста : автореф. дис. . канд. філол. наук : 10.01.08. Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. Київ, 1999. Режим доступу :

<https://uacademic.info/ua/document/0499U003236>

8. Деремедведь О.М. Жанрові особливості англійської жіночої літератури мандрів кінця XVIII - першої половини XIX століття (на матеріалі творів про Крим) [Текст] : автореф. канд. філол. наук : 10.01.04 - література зарубіжних країн / О. М. Деремедведь. - Сімферополь : Таврійський нац. ун-т ім. В.І. Вернадського, 2008. - 24 с.

9. Девід Аттенборо : біографія. / Д. Аттенборо - [Електронний ресурс]. Режим доступу https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%B2%D1%96%D0%B4_%D0%90%D1%82%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BE

10. Зеленюк Ю.О. Журнали-травелог на українському медійному ринку / Ю.О. Зеленюк // Держава та регіони. Сер. : Соціальні комунікації : наук. – вироб. журн. / Класич. приват. ун-т. - Запоріжжя, 2012. - № 1. - С. 52-54.

11. Зубарева М.А. Особливості реклами та ПР в туризмі. Грані. 2015. № 7 (123). С. 15-20. Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_7_5.

12. Интернет-издание «Телекритика» / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://telekritika.ua/>

13. Ковальова Т. В. Подорожній нарис: із історії жанру / Т.В. Ковальова // Журналістська освіта на Сумщині: набутки й проблеми : збірн. наук. праць. - Суми : Вид-во СумДУ, 2010. - С. 85-88.

14. Коваленко І. Тележурналістика як специфічний вид соціальної діяльності: структурно-функціональний аспект [Електронний ресурс] // Вісник ХДАК: [Веб-сайт] Режим доступу : https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/nauk_vid/rio_old_2017/vh/v42/40.pdf#page=167

15. Комаров Д. Про те, що потрібно знати тим, хто збирається в Африку. Сайт телеканала 1+1 / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://1plus1.ua/svit->

navivorit

16. Комаров Д.: З моменту появи «Світу навиворіт» у мене не було такого поняття, як відпустка [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://detector.media/production/article/77687/2012-12-22-dmytryy-komarov-s-momenta-poyavlenyya-myra-nayznanku-u-menya-ne-bylo-takogo-ponyatyua-kak-otpusk/>

17. Комаров Д: «В Африці пригоди з розряду екстриму будуть самі вас знаходити» - інтерв'ю. Сайт телеканала «1+1» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://travel.1plus1.ua/smi_o_nas/dmitriy-komarov-v-afrike-priklyucheniya-iz-razryada-ekstrima-budut-sami-vas-nahodit-intervyu.html).

18. Комаров Д: «Нагороди та премії» - Вікіпедія/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

19. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація : навч. посібник / В.М. Манакін. - К. : ВЦ «Академія», 2012. - 288 с. Режим доступу: <https://u.to/CY43Ig>

20. Майга А.А. Літературний тревелог специфіка жанра / А. А. Майга // Філологія і Культура. - 2014. - № 3 (37). - С. 254-259. Режим доступу : <https://u.to/z4g3Ig>

21. Москаленко А. Засоби масової інформації: поняттєвий апарат. Київ: Либідь, 1997. 320 с. Режим доступу : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=894>

22. Особливості становлення телепрограм про подорожі: вітчизняний та світовий досвід // Новітні технології телерадіомовлення: світовий досвід (матеріали наукового колоквиуму, Київ, 16 листопада 2011 р. / за заг. ред. В.В. Різуна ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка ; Інститут журналістики; Телерадіоклуб / Передмова та упорядкування В В. Гоян. - К., 2012. - С.129-134. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу :

https://duikt.edu.ua/uploads/l_793_13178255.pdf

23. Официальный сайт телеканала «1+1» / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.1plus1.ua.; рейтинги за 2020 рік

https://media.1plus1.ua/news/hrupa_11_media_pidbyvaie_pidsumky_2020_roku_; рейтинги за 2021 рік <https://1plus1.ua/ru/novyny/grupa-11-media-pidsumuvala-2021-rik-u-rozrizi-teledivlenna>

24. Официальный сайт Детектор медіа / [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://detector.media/>

25. Печеранський І., Катренко В. Характеристика жанрів тревел-журналістики. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2019. № 2 (1). С. 33-41. Режим доступу : <http://audiovisual-art.knukim.edu.ua/article/view/170861>

26. Полежаєв Ю. Тревел-журналістика у фокусі наукових досліджень: аналітичний огляд російського досвіду / Ю. Г. Полежаєв // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. - 2014. - № 3 (38). - С. 110-114. Режим доступу : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>

27. Полежаєв Ю. Тревел-журналістика у контексті розвитку індустрії туризму. Держава і регіони. Серія: Гуманітарні науки. 2013. № 1 (32). С. 96-99. Режим доступу : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>

28. Полежаєв Ю. Г. Тревел-журнали в Україні: структурно-функціональні та жанрово-тематичні особливості: автореф. дис. канд. наук із соц. Режим доступу : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>

29. Полежаєв Ю. Г. До витоків тревел-журналістики в Україні: література мандрів // Держава та регіони. Сер. Соц. комунікації. - 2012. - Вип. комунікацій: 27.00.04. — Запоріжжя, 2017 Режим доступу : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>

30. Полежаєв Ю. Тревел-журналістика як об'єкт наукового осмислення: сфери

інтересу та дискусійні проблеми (на матеріалах зарубіжного досвіду). Поліграфічна і видавнича справа. 2015. № 1. С. 131-140. Режим доступу : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>

31. Словник української мови: в 11 т. / під. ред. А.В. Лагутіної, К. В. Ленець. - К.: Наукова думка. -1975. - Т. 6. - С. 754.

32. Словник української мови: словник: в 11 т. / під ред. А.А. Бурячок та ін. - К.: Наукова думка. - 1979. - Т. 10. - С. 326.

33. Тревел-шоу «Світ навиворіт» / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

34. Трэвел-журналистика. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>

35. Українські глядачі визнали Д.Комарова тележурналистом року. Сайт телеканала «1+1» / [Електронний ресурс].-Режим доступу: http://travel.1plus1.ua/smi_o_nas/ukrayinski-glyadachi-viznali-dmitra-komarova-kraschim-telezhurnalistom-roku-1.html).

36. Шаповал Ю. Т. Телевізійна публіцистика / Ю. Т. Шаповал. - Львів: ЛНУ, 2002. - 233 с.

37. Шевченко В., Малиш Н. Тематична спрямованість туристичних медіа. Образ. 2020. Вип. 1 (63). С. 6-20. Режим доступу : <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c44cb556-a651-4992-bc96-06c84dbc7477/content>

38. Юферева О.В. Принципи медіа-ритуалізації в українських тревел-журналах / О. В. Юферева // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. - 2013. - № 1. - С. 121-124.

39. Юферева О.В. Криза тревел-журналістики та шляхи її подолання / О. В. Юферева // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. - 2011. - Вип. 3. - С.

144-147.

40. Юферева О. В. Наративні тенденції сучасної української тревел-журналістики в соціо-культурній перспективі (на матеріалі журналу «Мандри») / О.В. Юферева. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://journ.besaba.com/uncategorized/>

41. Borm J. Defining Travel: On the Travel Book, Travel Writing and Terminology / J. Borm // Perspectives on Travel Writing [G. Hooper, T. Youngs]. - Aldershot: Ashgate. - 2004. - P. 17. Режим доступу : <https://ru.scribd.com/document/318181899/Borm-2004-Defining-travel-pdf>

42. Cocking B. Travel Journalism / B. Cocking // Journalism Studies. - №10. - 2009. - P. 55. Режим доступу : <https://dokumen.pub/travel-journalism-and-travel-media-identities-places-and-imaginings-1st-ed-9781137599070-9781137599087.html>

43. Encyclopedia of Journalism / general editor, Christopher H. Sterling. SAGE Publications, Inc, 2009 - P. 2343. Режим доступу : https://en.wikipedia.org/wiki/Christopher_H._Sterling

44. Hanusch F. A Profile of Australian Travel Journalists' professional views and ethical standards / F. Hanush // Journalism. - 2012. - № 13 (5). - P. 671. Режим доступу : <https://www.researchgate.net/profile/Folker-Hanusch>

45. Novikova A. Attractions on a TV screen / A. Novikova // Observatory of Culture - № 5. - 2007. - P. 32. Режим доступу : https://ifapcom.ru/files/Monitoring/novikova_attraktions_tv.pdf

46. Jansson A. Spatial Phantasmagoria: The Mediatization of Tourism Experience / A. Jansson // European Journal of Communication. - 2002. - Vol. 17. - No 4. - P. 429 - 443. Режим доступу : <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=f58dabf1ce41d2035d4f842925e080422adc1221>

ДОДАТКИ

Додаток А

Українські тревел-передачі

Передача	Канал	Опис
«Світ навиворіт»	1+1	Програма присвячена життю, роботі, відпочинку, звичкам, обрядам і національним особливостям народів різних країн.
«Орел чи решка»	Інтер	Тревел-шоу, де кожен випуск розповідає про одну країну або місто з точки зору двох мандрівників: необмеженого матеріально та ощадливого.
«Ле-Маршрутка»	Новий канал	Популяризація відпочинку в Україні.
«Страва честі»	СТБ	Головні ролі виконують звичайні люди зі всіх регіонів України.
«Заробітчани»	Новий канал	Інформативне телешоу, яке розкриває процес пошуку роботи в чужій країні та особливості пристосування до незвичайних умов праці.
«Світами за скарбами»	СТБ	Учасники мають пройти квест у різних країнах світу.
«Україна вражає»	Інтер	Передача знайомить з маловідомими пам'ятниками України.
«Особливості національної роботи»	ICTV	Розповідь про екзотичні, найбільш складні, легкі та незвичайні професії.
«Навколо М з Лесею Никитюк»	Інтер	Ведуча розвідує взаємовідносини між чоловіками та жінками в різних країнах світу.
«Родичі в турне»	Україна	Телепроект, який об'єднує сімейне реаліті та тревел-шоу. Герої програми відвідують регіони України, де знайомляться із соціальними інноваціями та успішними стартапами.

«Запал».	YouTube-каналі	Проект фокусує увагу саме на українській культурі під час війни.
«Відвал ніг, або All інклюзив»	YouTube	Тревел-шоу, в якому досліджуватиме безбар'єрність українських міст
«TRAVEL»	РБК-Україна	Будуть публікувати статті, інтерв'ю та новини про туризм в Україні та за кордоном
«Камон!»	K1	Родине тревел-шоу в Україні
«Dare to Ukraine»		Проект познайомить іноземців з українськими містами та їхніми жителями
«Пізнай світ з Бедняковим»	K1	Подорожі різними куточками планети, дізнаються про цікаві туристичні маршрути й особливості життя в різних країнах світу
«Хижі до їжі з Андрієм Бедняковим»	K1	Гастрономічне тревел-шоу
«Тревел нашого часу» з Денисом Христовим	Дім	Матеріали з евакуацією жителів прифронтових територій
«Ревізори на порозі»	Новий канал	Подорожі Україною, перевірки конкурентів
Світами та скарбами	СТБ	Пригодницьке тревел-шоу, в якому учасники боротимуться за великий грошовий приз

Підсумки за 2021 рік холдинга 1+1 media у розрізі телеперегляду



<https://1plus1.ua/ru/novyny/grupa-11-media-pidsumovala-2021-rik-u-rozrizi-teledivlenna>

Додаток С

Таблиця 2.1

**Кількість сезонів і серій телепроекту «Світ навиворіт»
за 2010 - 2024 рр.**

Сезон	Країна	Кількістьсерій
1	Камбоджа	7
2	Індія	16
3	Африка	15
4	В'єтнам	19
5	Індонезія	22
6	Латинська Америка: Мексика, Куба	12
7	Болівія	9
8	Непал	15
9	Японія	15
10	Бразилія	37
11	Китай	30
12	Пакистан	24
13	Еквадор	13
14	Колумбія	12
15	Україна	12

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
Наукова академія україністики, зарубіжної філології
та соціальних комунікацій ТНПУ ім. В. Гнатюка
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Львівський національний університет імені Івана Франка
Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Запорізький національний університет
Всеукраїнська незалежна громадсько-політична
газета «Вільне життя плюс»
ГО «Освітній центр комунікацій» (м. Київ)

ПРОГРАМА
III ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
МОЛОДИХ ВЧЕНИХ
«СУЧАСНИЙ МАСМЕДІЙНИЙ ПРОСТІР: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ»



Тернопіль – 2025

Додаток Е



Додаток F

