

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ Й ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА
ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА УКРАЇНСЬКОЇ Й СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА
ЖУРНАЛІСТИКИ

Проект «Міста України: тіні історії»

Бакалаврська робота

Виконала: студентка 461 групи

Спеціальності «Журналістика»

Нетребич Валентина

Науковий керівник: доцент кафедри
української і слов'янської філології та
журналістики, кандидат філологічних наук
Соломахін А.Ф.

Рецензент: кандидатка педагогічних наук,
доцентка, завідувачка кафедри управління
соціальними комунікаціями Харківського
національного економічного університету
ім. С. Кузнеця
Яресько К. В.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
 РОЗДІЛ 1. Журналістські проєкти у сучасному медіапросторі.....	6
1.1. Журналістський проєкт: жанри, функції, тематика	6
1.2. Сучасні журналістські проєкти туристичного спрямування.....	10
 РОЗДІЛ 2. Авторський медіапроєкт «Міста України: тіні історії».....	16
2.1. Задум, концепція та етапи створення	16
2.2. Інструментарій та технічне забезпечення	20
 ВИСНОВОК.....	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	26
ДОДАТКИ.....	29

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена швидким розвитком цифрових медіа та новаторським підходом медійників до жанрів інтернет-журналістики. Цифрові проєкти стають дедалі популярнішими в сучасному медіапросторі, адже відповідають актуальним вимогам суспільного інтересу. Створення спецпроєктів у ЗМІ є ключовою тенденцією розвитку медіа та сприяють залученню значної аудиторії.

Журналістський проєкт може бути втілений у будь-якому жанрі та на будь-яку тематику, це дозволяє застосовувати нові інтерактивні інструменти. Такі ініціативи охоплюють широкий тематичний спектр: політику, економіку, суспільні проблеми, екологію, права людини тощо.

Автори журналістських проєктів не оминають увагою і розважальну царину, отримуючи схвальні відгуки як від споживачів, так і від медіакритиків. Це зумовлено перенавантаженням медіапростору важкими новинами та темами, які стосуються повномасштабного вторгнення росії на територію України.

На сьогодні розвиток цифрової журналістики залишається важливою темою як для вітчизняних, так і для зарубіжних дослідників. Зокрема С. Азєєв [1], О. Куликова [10], А. Житницька [4] та К. Корольова [9], акцентують увагу на відносно новому явищі – сторітелінгу, а також досліджують парадигми інформаційного контенту в сучасному медіапросторі. Царину тревел-журналістики вивчали І. Печеранський, В. Катренко [16], В. Бусел [2], К. Карась [6], О. Хитра [19], Н. Малиш та В. Шевченко [21], зокрема в аспекті тематики та жанрології. Незважаючи на значну кількість наукових розвідок, що присвячені окресленій тематиці, аналіз сучасних українських туристичних спецпроєктів проведено частково. Саме тому ключовим аспектом нашої наукової розвідки є опис актуальних спецпроєктів та створення власного медійного продукту, що й зумовлює актуальність кваліфікаційної роботи.

Метою дослідження є розроблення та публікація авторського проєкту «Міста України: тіні історії».

Для досягнення обраної мети було визначено **низку завдань**:

1. Розглянути жанри, тематику та функції журналістських проєктів у сучасному медіапросторі.
2. Проаналізувати добірку сучасних журналістських проєктів туристичного спрямування.
3. Розробити концепцію авторського проєкту та описати етапи створення.
4. Реалізувати проєкт за допомогою інтерактивних інструментів та технічного забезпечення.

Об'єктом дослідження є сучасні проєкти туристичного спрямування.

Предметом – розроблення та публікація туристичного спецпроєкту «Міста України: тіні історії».

Джерельною базою для спецпроєкту стали розроблені туристичні маршрути, віртуальні та реальні екскурсії, а також унікальний досвід, отриманий під час відвідання туристичних об'єктів.

У процесі роботи використано **такі методи**: аналіз наукової літератури, контент-аналіз, метод порівняння, метод опису та узагальнення, що дозволило розробити унікальний медіапродукт та проаналізувати сучасні українські спецпроєкти.

Теоретичне значення дипломної роботи полягає у дослідженні жанрології та проблематики сучасних журналістських проєктів, зокрема аналізі трьох спецпроєктів царини туристичної журналістики, що дозволить якісно готувати подібний інформаційних продукт.

Практична значущість наукової розвідки полягає у створенні авторського проєкту «Міста України: тіні історії», який втілює у собі сучасні тенденції журналістики у сфері туризму. Результати дослідження та авторський проєкт можуть бути використані викладачами та

здобувачами спеціальності «Журналістика» під час підготовки та проведення круглих столів, семінарів, конференцій, а також при розробці силабусів та методичних рекомендацій з дисциплін «Медіавиробництво: контент», «Медіавиробництво: продукт», «Нові медіа», «Туристична журналістика», «Мистецька журналістика», «Медіавиробництво: промоція» тощо.

Апробація полягає у розробці, створенні та публікації власного медіаресурсу на туристичну тематику. Сайт, розроблений спеціально для проєкту, доступний до перегляду за активним покликанням: <https://valentinanetrebych.wixsite.com/mista-ukrayini>

Структурно робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел, додатків.

РОЗДІЛ 1. ЖУРНАЛІСТСЬКІ ПРОЄКТИ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

1.1. Журналістський проєкт: жанри, функції, тематика

Сучасна журналістика реагує на технічний прогрес та швидко трансформується. Масмедіа все частіше звертаються до цифрових технологій, щоб залучити якомога більше споживачів інформації. Головним рушієм змін та адаптацій є аудиторія, яка в умовах перенавантаженого медійного простору не може чи не хоче сприймати інформацію в застарілих та неактуальних форматах. Тому медіа змушені змінювати підходи до передачі інформації, досліджувати нові форми контенту, зокрема інтерактивного [1].

Традиційні медіа поступово втрачають свою актуальність, адже *«поява нових форм взаємодії ЗМІ веде до переоцінки ролі, функцій, потенційних можливостей традиційних медіа»* [3]. За визначенням дослідниці Житницької А., *«інформація служить змістом комунікації, який зв'язує в єдиний ланцюг комунікатора й аудиторію»* [4]. Тому розвиток цифрових ЗМІ такий необхідний, адже дозволяє створити міст комунікації між журналістом та реципієнтом. Це відкриває перед аудиторією можливості впливати на контент та формати подачі інформації через зворотній зв'язок у вигляді коментарів.

Науковиця Житницька А. вважає, що текст є головним носієм інформації у медіасередовищі, адже завдяки ньому здійснюється комунікація між усіма користувачами [4]. Однак сучасні виклики вимагають від дигітальної журналістики зміну подачі текстового формату на більш інтерактивний та лаконічний. Такий перехід потребує залучення складніших технологічних інновацій та передового програмного забезпечення.

Куликова О. виокремила такі риси сучасних медіа:

- візуальність;

- наративізм;
- інтерактивна комунікація;
- ігровий початок;
- технологічність [10].

Ці характеристики формують ключові функції дигітальної мультимедійної журналістики.

Журналістські проєкти створюють унікальний медіаландшафт, оскільки виконують специфічні функції та охоплюють широкий тематичний та жанровий діапазони. Особливостями таких проєктів є мультимедійність, віральність та конвергентність. Тематика спецпроєктів може варіюватись відповідно до суспільної значущості та актуальності. Найбільш розповсюдженими темами є військова, соціальна, економічна, мистецька, історична, освітня та туристична.

Шевченко В. та Малиш Н., досліджуючи видання туристичного характеру, наголошують, що найбільш частотними є *«такі теми: країнознавство, поради, маркетинг і тренди, стиль життя, мистецтво, природа та екологія, знакові постаті, туристична інфраструктура, розвиток туризму»* [21].

Туристична журналістика має низку тематичних векторів, зокрема культурного, екологічного, психологічного, фінансового та соціального спрямування. *«Медіа можуть бути як загальної тематики (цікаві об'єкти в країні чи місті, ресторани і готелі, туристичні маршрути, історичні дані тощо), так і присвячені конкретній сфері захоплень людей (альпінізм, рибалка, яхтинг, національна кухня, давні пам'ятки, величні постаті тощо)»* [21]. Багатогранність туризму робить його привабливою сферою для ЗМІ, спонукаючи висвітлювати актуальні подорожі та шукати нові ідеї для залучення аудиторії.

Тревел-журналістика, що представлена різноманіттям медійного продукту, відображає багатство культурного та історичного дискурсів [6]. На думку Печеранського І. та Катренко В.: *«Тревел-журналістика*

відрізняється синтетичним характером: вона поєднує в собі не тільки розвагу аудиторії, а й просвітництво, донесення до читача нових знань і фактів про світ» [16]. Туристична журналістика має на меті спонукати людей подорожувати та досліджувати світ, вивчати історію, архітектуру, етнографію, культурні, політичні та економічні зв'язки [6].

Туристичні спецпроекти виконують низку функцій: інформативну, освітню, промоційну, розважальну, економічну, культурологічну, естетичну та пізнавальну.

Жанрова палітра тревел-журналістики перегукується з традиційною класифікацією, однак має певні технологічні та синергетичні особливості. Тендіт В. вважає, що *«форми вираження авторської позиції пов'язані з організацією художнього простору твору» [17]. З цієї тези випливає, що для кожної теми можна вибрати відповідну жанрову форму, яка відповідатиме потребам сучасних користувачів.*

У дослідженні Безуглого І., Рябова І., Бусела В. М. розглянуто основні жанри туристичної журналістики на телебаченні: репортаж, рекомендацію та подорожній нарис [2].

Найбільш розповсюдженим жанром, що використовується в тревел-журналістиці, є репортаж. Дефініція та характеристики цього поняття стали предметом обговорення багатьох вітчизняних комунікативістів. Наприклад, Шутняк Л. подає таке визначення: *«Репортаж – це своєрідний звіт про події, учасником яких є журналіст. Водночас жанр вимагає від працівника мас-медіа не лише точної фіксації фактів, але й живавого, емоційного осмислення подій, щоб створити в читачів свого матеріалу т.зв. ефект присутності» [22].*

Холод О. наголошує, що *«репортаж – це поетапна фіксація автором результатів свого спостереження. Журналіст, щоб написати репортаж, повинен стежити за тим, як розвивалася подія, визначати ключові моменти фіксувати поведінку людей, учасників або очевидців події» [20]. Дослідники Безуглий І., Рябов І., Бусел В.М. акцентують увагу*

на тому, що *«тревел-репортажі відрізняються активною авторською позицією та створюються на основі чітко поставленого завдання»* [2]. У такому жанрі на телебаченні був представлений унікальний журналістський спецпроект *«Мандруй Україною»* [13] з ведучим Дмитром Комаровим. Програма знайомить з надзвичайними, але маловідомими місцями України у форматі шоу на каналі 1+1.

Іншою формою репортажу – є художній репортаж, або нон-фікшн. Науковиця Корольова К. С. наголошує що, *«до жанру нон-фікшн відносять мемуари, бібліографію, публіцистику, документальну літературу (журналістські розслідування, історії з практики медиків), науково-популярну літературу, про подорожі, про мистецтво, а також підручники та словники, різноманітні самовчителі, книги про саморозвиток, психологію, бізнес тощо»* [9]. Художній репортаж вирізняється багатофункціональністю та естетичним потенціалом, що зумовлює зростання його популярності в професійному журналістському середовищі.

Технологічно модерним жанром є подкаст, що постає як трансформована форма теле- та радіожурналістики, яка сформувалася під впливом технічного прогресу та розвитку цифрових медіа. Його перевага у зручності, доступності та ненав'язливій формі подачі повідомлення. За визначенням дослідниць Мудрої І. та Майхровської Ю., *«аудіоподкаст – аудіофайл, який являє собою запис за допомогою звичайного мікрофона – ідей, думок, лекцій, новин, презентацій, які становлять інтерес і користь для цільової аудиторії»* [14]. Цей жанр притаманний мультимедійним проектам туристичного спрямування, зокрема *«Україна Фантастична»* [18] та *«Львів відкритий до світу»* [12].

Трансформація жанрів журналістики спровокувала виникнення нового способу викладу матеріалу – сторітелінгу. *«Сторітелінг є сучасним комунікаційним трендом в журналістиці й активно використовується для привернення уваги до журналістських матеріалів*

в комунікації з аудиторією», – вважає Куликова О. [10]. Цей формат вирізняється емпатією та присутністю журналіста чи героя. Сторітелінг став невід’ємною частиною цифрової журналістики та соціальних медіа, відіграючи ключову роль у сучасній публіцистиці.

У журналістських спецпроєктах використовується віртуальна / доповнена реальність, штучний інтелект, що допомагає візуалізовувати контент, робити його мультимедійним.

Журналістські проєкти – це інноваційний та цікавий формат подачі інформації. Завдяки мультимедійності, простоті, доступності та зрозумілості, спецпроєкти, зокрема туристичні, є популярними у користувачів. Їх основна функція – інформативна, однак вони виконують й інші: освітню, промоційну, розважальну, економічну, культурологічну, естетичну, пізнавальну.

Журналістські проєкти охоплюють такі теми: військову, соціальну, економічну, мистецьку, історичну, освітню та туристичну. Ресурси, що висвітлюють подорожі, можуть зосереджуватися як на загальних питаннях туризму, так і на спеціалізованих напрямках, розглядаючи окремі аспекти цієї сфери. В епоху дигіталізації жанри спецпроєктів трансформуються, що зумовлено виникненням нових можливостей передачі інформації. Подкаст, репортаж, сторітелінг та віртуальна реальність – це сучасні формати, жанри та інструменти, які хочуть бачити користувачі. Журналістські проєкти – це нова царина цифрової журналістики, яка масштабується в умовах технічного прогресу.

1.2. Сучасні журналістські проєкти туристичного спрямування

Проєкти, є відносно новим явищем, однак широко використовуються в тревел-журналістиці. Такі ініціативи спрямовані на всебічне висвітлення світу, враховуючи можливості та обмеження інтернет-формату. З часом журналістські проєкти туристичного спрямування зможуть використовувати ефект повного занурення в продукований

журналістами матеріал завдяки технологіям віртуальної реальності та штучного інтелекту.

Уже сьогодні існують якісно нові інструменти дигітальної журналістики, що дозволяють випробовувати технологічні ресурси мережі Інтернет. Кросмедіа та трансмедіа – це нові явища, які позначають способи поширення контенту через різні медіаплатформи. Завдяки явищу кросмедіа, журналісти мають можливість здійснювати професійну діяльність більш ніж на одній платформі. А завдяки трансмедіа, – ньюзмейкери можуть розповсюджувати контент у вигляді франшизи матеріалу. Ці поняття переплітаються між собою, формуючи безпосередньо нові медіа [4].

Головним елементом журналістської діяльності у площині віртуального ринку є інформація. Вдале використання її у межах цифрових ринкових відносин сприяє економічному процвітання [15]. Вплив інформації на економіку відчутний у царині тревел-журналістики. Окрім економічного розвитку, туристична журналістика націлена на культурне піднесення як нації, так і окремої людини [21].

Завдяки незвичайній концепції та сильному особистому бренду ведучого, одним із найбільш упізнаваних проєктів є «Світ навиворіт». Однак ця програма виявилась не актуальною в контексті України, оскільки зосереджена на подорожах за кордон і ніяк не розвиває вітчизняний туризм. Саме тому у 2021 році Дмитро Комаров, ведучий каналу 1+1, засновує спіноф популярної програми під назвою «Мандруй Україною» [13]. Окреслений журналістський проєкт можна назвати прес-туром – це інформаційна поїздка, під час якої працівник медіа емоційно і з позитивного ракурсу описує країну, її особливості та здобутки [5]. Саме емоції ведучого та жвавий опис зробили цей проєкт успішним.

Концепція шоу «Мандруй Україною» з Дмитром Комаровим полягає у дослідженні маловідомих туристичних локацій з метою розширення туристичних горизонтів та популяризації унікальних місць. У першому

сезоні першого епізоду Дмитро Комаров наголошує, що *«ці зйомки допоможуть придумати відпустку мрії в Україні»* [13]. Тим самим ведучий формує функцію туристичного проєкту «Мандруй Україною» – показати, що відпочинок в Україні нічим не гірший за закордонний, оскільки формує зацікавленість у економічному розвитку краю.

З технологічного погляду журналістський проєкт є кросмедійним, оскільки контент поширюється через телевізійний канал 1+1, цифрову платформу 1+1 video, а також YouTube. Концепція шоу «Мандруй Україною» ґрунтується на особистісному сприйнятті ведучого, який ділиться власними враженнями та емоціями, формуючи уявлення про туристичні локації. Кожен епізод зосереджений на певній місцевості, розкриваючи її унікальність. Туристичний проєкт складається з трьох сезонів і загалом налічує 21 серію [13].

Шоу «Мандруй Україною» охоплює глядачів різної вікової категорії, що цікавляться подорожами і хочуть дізнатись більше про рідну країну. Стиль викладу має розважальний характер і включає елементи гумору, а також особисту оцінку подій з боку ведучого. Візуальний аспект формується через подачу мальовничих пейзажів, а також професійний монтаж матеріалу. Оператор проводить зйомку використовуючи макро- і мікроелементи, зосереджуючись на цікавих деталях.

Журналістський проєкт «Мандруй Україною» побудований у формі відеорепортажу. Дмитро Комаров постійно коментує все, що бачить, відчуває, чує: *«Я намагаюсь продивлятись дно, щоб не втратити в якусь велику яму (...) Ось такий у нас тандем. Саня знімає та дивиться камені, а я їду. Ось іще одна маленька перемога на шляху до білого золота»* [13]. Ведучий також застосовує метод інтерв'ювання з героями: ставить уточнювальні запитання, щоб якнайповніше передати атмосферу кадру.

Мова епізодів – українська, на голос ведучого накладається голос закадрового коментатора, оскільки Дмитро Комаров веде шоу російською. Стиль Дмитра Комарова побудований на влучних жартах та

використанні простонародної лексики і жаргонізмів: *«Італійці нервово курять з-боку зі своїм сиром»* [13].

«Мандруй Україною» – найуспішніший журналістський проєкт про подорожі. Завдяки подібним шоу внутрішній туризм України процвітає, навіть в умовах повномасштабного вторгнення.

Ще однією не менш цікавою журналістською ініціативою є серія аудіоподкастів *«Україна фантастична»*. Аудіоподкасти мають свою беззаперечну перевагу з-поміж інших форматів чи жанрів, оскільки не залежать від місця прослуховування та задіюють слухові рецептори людини. Журналістський проєкт, що був випущений у 2021 році на платформі «NV подкасти» від Radio NV, складається з 5 епізодів тривалістю 2 хвилини кожний. Всі епізоди розповідають про унікальний куточок Одеської області: *«Лебедівка»*, *«Вилкове – українська Венеція»*, *«Аккерманська фортеця»*, *«Курортне»*, *«Нижньодністровський національний природний парк»* [18].

Метою цього проєкту є відродження туристичних точок Одеської області та популяризація внутрішнього туризму. Технічно проєкт *«Україна Фантастична»* не належить до інтерактивних, кросмедійних чи трансмедійних форматів. Метод продукування матеріалу – аудіозапис, що спрощує способи подачі контенту. *«Україна фантастична»* націлений на жителів Одеської області, а також на туристів.

Національна ідентичність подкасту проявляється через використання української мови. Кожен епізод містить детальний опис місцевості: *«Ви, мабуть, чули, що в Україні є своя Венеція. (...) Тут мешкає багато птахів, і можна побачити пеліканів у дикій природі. (...) Персики, виноград та полуниці тут особливо смачні та солодкі»* [18]. За допомогою яскравих мовних фігур ведучий досягає ефекту присутності: *«Коли опиняєшся всередині фортеці Акерман, потрапляєш в атмосферу середньовічних пригод. Старезні кам'яні стіни здіймаються вгору, ще вище – башти, кожна з яких має свою легенду»* [18]. Мовні конструкції

формують в уяві сталі образи пам'яток, місцевості, викликаючи враження від віртуальної подорожі. *«Україна Фантастична»* – унікальний журналістський проєкт, націлений на підвищення обізнаність населення щодо унікальності природи, історії та культурної спадщини Одещини.

Проєкт *«Львів відкритий до світу»* – це спеціалізований сайт, що розкриває туристичний потенціал міста. Зубарєв М. наголошує, що подібні сайти інформують про певну місцевість та подають найповнішу інформацію для туристів. Іноді схожі ініціативи є двомовними і мають фінансову підтримку від держави. В українськомовному сегменті цифрової журналістики, за твердженням науковця, такі проєкти практично відсутні [5]. Особливістю цієї ініціативи є наявність системи *«City Card»*, що дозволяє туристам відвідувати заклади, музеї, пам'ятки та атракції за ціною, зниженою на 40% від вартості квитків [12].

«Львів відкритий до світу» – це платформа, де розміщуються туристичні маршрути, новини міста, рейтинги найкращих закладів, афіши подій та опис головних пам'яток. Сайт поєднує інтерактивні та трансмедійні елементи, що робить інтерфейс багат шаровим та зручним у використанні. На головній сторінці розміщено слайд-шоу з актуальними темами та рекомендаціями. Навігація сайту інтуїтивно зрозуміла – у верхній частині знаходяться вкладки з основними секціями. На головній сторінці представлено статті, новини, відео та афіші. Також у 2020 році відбулось масштабування проєкту, додано серію подкастів від Radio SKOVORODA, Lviv Tourism Office та Lviv Tourist Information Center під назвою *«Не тільки у Львові»*, що націлені на заглиблення у різні аспекти внутрішнього туризму [12].

Мета проєкту *«Львів відкритий до світу»* полягає у розвитку туристичного бізнесу, підтримці економіки міста. Концепція базується на різних аспектах туристичної діяльності та популяризації екскурсій. Проєкт спрямований на мешканців Львова, які прагнуть досліджувати

рідний край; на іноземних туристів, що обрали Львів для подорожі; на українців, які мандрують своєю державою.

Стиль викладу інформації – новинний, однак, щоб привабити читачів, медійники використовують епітети, метафори, асоціативні образи: *«Львів – місто з особливою атмосферою, яким більш ніж пів тисячоліття правили королі. Це місто кави, місто тисячі левів, місто джазу, дощу, шоколаду, терас і пристрасного танго»* [12]. Статті наповнені фактичним матеріалом та націлені зацікавити читача та мотивувати відвідати описані місця. Сайт застосовує помірковані рекламні стратегії для популяризації туристичних локацій, музеїв та подій.

Сучасні українські медіапроекти мають значний потенціал для масштабування та популяризації. Визначальною характеристикою досліджуваних ініціатив є їхня кросмедійність і трансмедійність, що сприяє розширенню можливостей розповсюдження контенту. Аналіз показав, що текстовий складник залишається фундаментальним елементом будь-якого медіаповідомлення – незалежно від його усної чи письмової подачі матеріалу. Завдяки тексту журналісти створюють уявлення про подорож, формують яскраві образи та передають емоційне забарвлення, що сприяє залученню аудиторії до туризму.

РОЗДІЛ 2. Авторський медіапроект «Міста України: тіні історії»

2.1. Задум, концепція та етапи створення

Зважаючи на інтерес суспільства до подорожей, ми розробили туристичний медіапродукт, що містить фоторепортажі та статті. Увесь контент опубліковано на сайті «Міста України: тіні історії» за покликанням: <https://valentinanetrebych.wixsite.com/mista-ukrayini> (Додаток А). Розробка серії статей вимагала детального аналізу механізмів інтернет-реклами. Така реклама часто є ненав'язливою, саме тому сприймається реципієнтами як порада. При цьому мова матеріалу жива, проста та зрозуміла, а не маркетингова [8]. Автор ставить за мету ознайомити читача з туристичними локаціями через поєднання інформативного й рекламного стилю викладу. Опис об'єктів не лише інформує читачів, а й спонукає до певних висновків щодо доцільності подорожі. Завдяки такому підходу текст сприймається як рекомендація, що підвищує його привабливість для аудиторії.

Концепція економіки вражень у площині лінгвістичного контенту має ключове значення. Науковиця Хитра О. наголошує, що центральним фактором в остаточному виборі туристичної точки є уявне сприйняття, яке людина отримала через текстовий чи візуальний продукт. Ефект унікальності контенту підвищує емоційний відгук аудиторії та сприяє формуванню позитивного сприйняття туристичного досвіду [19]. Як зазначає дослідниця, *«основним критерієм дієвості механізму емоційного менеджменту в туристичній сфері є здатність до відтворення позитивних емоцій, пов'язаних з подорожуванням і споживанням послуг сфери гостинності»* [19].

Зважаючи на наведені вище аргументи, ключовим аспектом у написанні статей для проєкту став особистий досвід, адже через призму власного сприйняття журналіст може передати інформацію якнайповніше. Джерельною базою для написання матеріалів стали

туристичні сайти та відгуки мандрівників, які ділились враженнями від перебування в обраних місцях. Концепція авторського проєкту *«Міста України: тіні історії»* полягає у створенні серії статей про 3 міста – Вінницю, Львів та Кам'янець-Подільський. Ці міста є відносно безпечними для подорожі Україною, що і зумовило їх вибір. Популяризація цих місць покращить економічний стан країни в умовах війни та підігріє суспільний інтерес до пошуку бюджетних місць відпочинку в межах рідного краю. Ініціатива *«Міста України: тіні історії»* розрахована на широку аудиторію – як на тих, хто цікавиться подорожами, так і на тих, хто прагне дослідити Батьківщину.

У межах авторського проєкту було відібрано три міста, для кожного з яких розроблено п'ять тематичних статей про історію, визначні пам'ятки, заклади харчування, природу регіону, архітектуру та мистецтво. Статті насичені цікавими фактами, що формують емоційну пам'ять про прочитане. Завдяки описам, влучній деталізації та оригінальним образам текст сприймається просто і ненав'язливо. Усі речення становлять формально-змістову єдність та насичені художніми елементами, а плавний перехід від опису однієї пам'ятки до іншої створює ефект безперервної розповіді, яку цікаво читати.

Серія статей про Вінницю містить такі теми: унікальність міста, історія, визначні пам'ятки, гастрономічний тур з акцентом на азійські заклади, надзвичайні природні та геологічні об'єкти. У статті *«А місто живе своїм життям...»* (Додаток Б) описано особливості міста та подано його загальну характеристику. Для посилення емоційного навантаження у тексті використовуються окличні речення, а для наочності – статистичні дані. У статті *«Інтермецо по-вінницьки»* (Додаток В) представлено визначні культурні пам'ятки, подані в контексті здорового відпочинку в межах урбаністичного простору. У матеріалі *«Сторінками історії»* (Додаток Г) розкрито хронологію становлення та розвитку Вінниці, цікаві факти та деталі про місто, що відображають його

культурний та історичний розвиток. У дописі *«Серце Азії у Вінниці і не тільки: гастрономічний тур»* (Додаток Г) змальовано заклади паназійської кухні, у яких відвідувачі зможуть насолодитись бюджетними, але смачними стравами та автентичною атмосферою. У статті *«Вінниччина – Подільська перлина»* (Додаток Д) описано унікальні природні об'єкти за межами міста, які приваблюють туристів і перетворюються на популярні та прибуткові туристичні локації.

Серія матеріалів про Львів характеризується своєрідним викладом матеріалу, зокрема текст під назвою *«Львів – місто, де живе історія»* (Додаток Е) містить цікаві та маловідомі факти про Львів. Допис *«Архітектурні перлини Львова»* (Додаток Є) детально розкриває особливості визначних пам'яток міста різних архітектурних стилів. Стаття *«Легенди Львова: від вигадок до правди»* (Додаток Ж) включає огляд історичних фактів від часів Галицько-Волинської держави до сьогодення. Добірка легенд у тексті робить матеріал виразнішим і додає до сухого фактажу елементи сторітелінгу. У статті *«Містичний Львів»* (Додаток З) подано огляд тематичних закладів харчування, натомість *«Замки Львівщини»* (Додаток И) – унікальний текст, що висвітлює королівське минуле Львівської області і містить опис 3 замків та їх історію.

Статті про Кам'янець-Подільський органічно доповнюють концепцію проєкту. Наприклад, допис під назвою *«Чарівна квітка на камені»* (Додаток І) присвячено унікальним об'єктам Кам'янця-Подільського. Їхню винятковість розкрито через подання маловідомих, але релевантних фактів, що сприяють глибшому розумінню культурної та історичної цінності міста. У статті *«Історичні звичаї Кам'янця-Подільського: від трипільців до сьогодення»* (Додаток Ї) описано події, які відіграли ключову історичну роль у становленні населеного пункту. У матеріалі *«Багатівікова твердиня та мости Кам'янця-Подільського»* (Додаток Й) представлено огляд місцевого замку та знаменитих мостів,

що є візитівкою міста. Огляд «*Місто муралів та архітектурних перлин*» (Додаток К) знайомить читачів із місцевим стріт-артом, скульптурами та архітектурними пам'ятками. Публікація «*Подільські товтри – перлина Кам'янець-Подільського*» (Додаток Л) описує унікальні природні об'єкти, які розташовані у заповідній зоні Кам'янець-Подільського району. Опис кожного міста завершується короткими висновками, де сконцентровано найцікавіші факти і локації.

Оповідна манера викладу занурює реципієнта в атмосферу подорожі, створюючи ефект віддаленої присутності та спостереження за туристичними об'єктами. З метою ґрунтовного представлення визначних пам'яток, зокрема замків Львівщини та Кам'янець-Подільського, було здійснено дослідницький аналіз історичних джерел, легенд, традицій, а також культурного та етнічного контекстів регіонів. Додаткову емпіричну інформацію отримано під час особистого відвідування екскурсій, що дозволило зібрати унікальні факти та розширити наративну базу матеріалів. Основне завдання полягало в тому, щоб інтерпретувати, пояснити та перефразувати складні терміни, отримані зі статей і під час екскурсій, зробивши їх зрозумілими для широкої аудиторії. Тексти мали бути написані простою та доступною мовою, без надмірного використання спеціалізованої лексики. Водночас важливо було зберегти цікавий стиль викладу, здатний утримати увагу читача та викликати зацікавлення темою.

На сайті містяться описи природних об'єктів і заповідних зон, що перебувають під державною охороною, проте не завжди отримують належний догляд. Акцент на важливості їхнього збереження сприяє формуванню національної свідомості щодо захисту природної спадщини. Зокрема, у статті про природні пам'ятки Кам'янець-Подільського району йдеться про печеру «Атлантида», яка зазнала значних руйнувань через людську недбалість та варварське ставлення. Інформація про безвідповідальне поводження може викликати сильний емоційний відгук

і спонукати активістів та спелеологів до рішучих дій задля збереження і захисту цієї унікальної підземної пам'ятки.

Цифровий проєкт «*Міста України: тіні історії*» має ретельно продуману композицію, а описи кожного міста підкреслюють їх унікальність, зацікавлюючи читача яскравими фактами та виразними мовними засобами. Ключову роль у серії статей відіграє поєднання концепції економіки вражень і залучення особистого досвіду, що надає контенту експресивності й винятковості.

2.2. Інструментарій та технічне забезпечення

Візуальні доповнення роблять текст більш динамічним і виразним. Ілюстрації сприяють глибшому зануренню в атмосферу подорожі та стимулюють інтерес до туристичних локацій. Сайт має сучасний дизайн, а його інтерактивні елементи, зокрема рухомі об'єкти, забезпечують користувацьку залученість. Поєднання всіх цих компонентів створює цілісну композицію, що підсилює ефект занурення й підвищує емоційну взаємодію з контентом.

Дослідники Лук'янець А. В. та Луценко О. І. вважають, що *«туризм на віртуальному ринку майже повністю залежить від якості, графічного дизайну, опису формату, засобів передачі та зберігання інформації»* [11]. Яскравий і динамічний дизайн сайту покращує візуальне сприйняття та загальне враження реципієнта, ці складники є невід'ємною частиною сучасної тревел-журналістики.

Для створення візуального контенту, як доповнення до тексту, журналісти використовують фотографію. Найголовніша функція знімку, як об'єкту сприйняття, – передача оригінального зображення, зробленого в певний момент часу [7]. Особливістю графічного об'єкта є миттєва фіксація події та її довге зберігання на цифрових носіях. Дослідниця Кармазіна Н. В. зазначає, що *«фотографія – це особливий вид мистецтва, відносно молодий, що не має тривалих традицій у творчості. Але*

сьогодні фотографію по праву можна назвати одним з найбільш динамічно розвинених видів мистецтва, оскільки фотографічна творчість розвивається у різних напрямках» [7].

Мистецтво художньої фотографії вимагає знань, навичок та технічного забезпечення. В епоху цифрових технологій якість зображення не залежить лише від фотоапарату – чіткі фото можна зробити й за допомогою смартфона з хорошою камерою. Важливо правильно розміщувати об'єкти в кадрі та шукати цікаві і нестандартні ракурси. Це дозволить фотографії виглядати унікально та привабливо. Не менш важливим є світлотіньові налаштування смартфона, оскільки надлишковість або недостатність освітлення предметів чи людей може спотворити якість знімку.

За допомогою мобільного додатку Picsart можна якісно обробити первісний матеріал – це покращить колірну гаму та чіткість зображення. Більшість фотографій, представлених на сайті, оброблені за допомогою цього додатку. Графічний редактор Picsart вирізняється зручним інтерфейсом, який дає змогу швидко обробляти зображення без втрати якості.

Дизайн сайту був розроблений власноруч з використанням шаблонів конструктора WIX. Сайт для проєкту має дві версії – комп'ютерну та мобільну – це означає, що перегляд можна здійснити з будь-якого пристрою. За допомогою доступних інструментів конструктора таких як: *«секція», «текст», «галерея», «інтерактив», «меню» та «відео»* – вдалось розробити макет, що містить такі розділи: *«Головна», «Про кваліфікаційний проєкт», «Вінниця», «Львів», «Кам'янець-Подільський»*.

Головна сторінка містить назву проєкту та рухоме стокове відео з безкоштовної галереї конструктора WIX. Внизу на кожній сторінці розміщено футер, де написано ім'я автора та рік створення ініціативи. Зверху знаходиться хедер, що містить назви розділів. За допомогою нього можна здійснювати навігацію сайтом. Розділ *«Про кваліфікаційний*

проект» налічує опис розробки та інше рухоме фонове відео, що візуально поліпшує сприйняття інформації. У розділах «Вінниця» (Додаток М), «Львів» (Додаток Н) та «Кам'янець-Подільський» (Додаток О) передбачено підрозділи з динамічними сторінками. В них розміщено окремі статті – по 5 для кожного міста. Динамічні сторінки мають унікальну цифрову адресу, але залишаються прив'язаними до відповідного розділу. Таке розташування сторінок є зручним, дозволяє легко орієнтуватись у контенті та переходити від статті до статті.

Під час конструювання сайту було використано різноманітні шаблони для інтерактивних об'єктів. На головній сторінці кожного з розділів розміщено інтерактивне слайд-шоу, після якого йде короткий текст-опис. Використовуючи конструктор сайтів, можна самостійно додавати секції і розміщувати в них необхідний контент за своїм смаком.

Для урізноманітнення формату подачі фотографій на сайті задіяно інтерактивні галереї, які вміщують рухомі елементи. Наприклад, інструмент «3D карусель» (Додаток П) дозволяє переглядати фото по колу, при цьому не потрібно взаємодіяти з фотографіями за допомогою натискання. Шаблон автоматизований, і є можливість додати необхідну кількість зображень за бажанням. Такий формат інструменту дозволяє економити місце і доповнити текст мультимедійним контентом.

Ще одним інтерактивним інструментом, що дозволяє взаємодіяти з елементами сайту, є режим галереї «*фрістайл*» (Додаток Р). Функція дає змогу пересувати фотографії курсором, перевертати їх та детальніше розглядати. Цей інструмент створює ефект перегляду фотографій ніби ті розкладені на столі.

Елемент «*кнопка*» (Додаток С) дає змогу пов'язувати між собою динамічні сторінки. Завдяки цьому інструменту читач може одразу перейти до наступної статті без потреби повертатися на початок. «*Кнопка*» виконує функцію безперервного читання, що забезпечує цілісний змістовий зв'язок між статтями.

Сайт містить багато інтерактивних та статичних елементів, що поєднуються між собою в єдину композицію. Мультимедійність та привабливість дизайну сайту здатні привернути увагу туристів та охочих дізнатись більше про Україну. Створення проєкту вимагатиме від авторів базових знань у сфері ІТ, оскільки конструктор WIX хоч і має безкоштовну базу готових шаблонів та пропонує великий вибір програмних інструментів, проте містить складні інтегровані додатки, такі як WIX-чат, WIX-магазин та WIX-блог. Конструктор дозволяє покроково налаштувати SEO та надає безкоштовний домен, без якого неможливо опублікувати сайт.

ВИСНОВКИ

Під час дослідження було проаналізовано сучасні журналістські проєкти, визначено їх жанрову специфіку та основні тематичні напрями, зокрема ті, що пов'язані з туризмом. Цифрові технології значно вплинули на трансформацію журналістських жанрів, що спричинило зміну підходів до створення контенту. Сьогодні серед професійних медіапроєктів найбільш поширеними формами є репортаж, сторітелінг та подкасти, які активно використовують можливості штучного інтелекту та віртуальної реальності для підвищення залученості аудиторії. Тематика журналістських матеріалів визначається суспільним запитом, провідними є військова, соціальна, освітня та економічна проблеми. Водночас значну увагу приділяють мистецьким, туристичним та освітнім темам, що свідчить про багатогранність сучасної журналістики в умовах цифрової епохи.

Аналіз низки сучасних журналістських проєктів допоміг визначити ключові аспекти популяризації медійних розробок. Інтерактивність, трансмедійність і кросмедійність – невід'ємні складники публікацій, що привертають увагу реципієнтів. Аналіз сучасних туристичних спецпроєктів *«Мандруй Україною»*, *«Львів відкритий до світу»* та *«Україна Фантастична»* уможливив визначити ключові критерії для створення та реалізації власного медіапродукту, а саме: особистий досвід ведучого, враження й емоції, яскраві текстові образи.

На основі теоретичних знань і висновків, зроблених під час дослідження сучасних медіапродуктів, розроблено концепцію проєкту *«Міста України: міні історії»*. Задум проєкту передбачав створення серії публікацій, присвячених трьом містам – Львову, Вінниці та Кам'янцю-Подільському. Подальша робота полягала у зборі інформації та фіксації туристичних об'єктів за допомогою фотозйомки. Завершальним етапом стала розробка та публікація вебсайту, на якому представлено всі підготовлені матеріали.

Використання феномену економіки вражень сприяло глибшому розумінню шляхів просування туристичного продукту в інтернет-просторі, а також допомогло розробити якісні підходи до створення текстового контенту. Мета авторського проєкту – сформувати яскраві образи і викликати емоції у читача, що спонукатиме відвідати окреслені у статтях туристичні локації. Особистий досвід автора, цікаві факти та оригінальні мовні конструкції зробили проєкт унікальним та автентичним.

За допомогою доступного функціоналу конструктора сайтів WIX та наявного технічного забезпечення було опубліковано проєкт *«Міста України: тіні історії»*. Враховуючи відсутність шаблону, який би повністю відповідав потребам ініціативи, виникла потреба у застосуванні базових знань у сфері інформаційних технологій для адаптації наявного шаблону та розроблення індивідуального макета сайту.

Візуальне оформлення проєкту вимагало творчих підходів, зокрема добору гармонійних ракурсів для фотографій, опрацювання шрифтів, естетично вивіреного колористичного рішення та композиційного розміщення об'єктів на вебресурсі. Ці аспекти стали визначальними чинниками успішної реалізації задуму.

Авторські фотографії, зроблені за допомогою смартфона, було інтегровано в інтерактивні елементи сайту, зокрема в *«3D-карусель»*, *«слайдшоу»* та *«фрістайл»*, що надало проєкту мультимедійного характеру та підвищило його привабливість для цільової аудиторії.

Отже, проєкт *«Міста України: тіні історії»* акумулює інформацію про три туристичні міста України – Вінницю, Львів і Кам'янець-Подільський. На сайті, оформленому згідно з оригінальною дизайнерською концепцією, розміщено авторські статті та фотографії, що розкривають історичну і культурну спадщину цих міст.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азєєв С. Трансмедійний сторітелінг як синергія жанрів, цифрового контенту та мультимедійних платформ. *Діалог: медіастудії*. 2020. № 25. С. 8–17. URL: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2019.25.195600>.
2. Безуглий І., Рябов І., Бусел В. М. Фактор тревел-журналістики в розвитку туризму. Економіка та управління національним господарством. 2021. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2021/59_2021/4.pdf.
3. Гостищева Г. Функціонування традиційних журналістських жанрів на телебаченні та в Інтернеті : Магістерська робота. Запоріжжя, 2020. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/4356>.
4. Житницька А. Генерування інформаційного контенту як компетентність майбутнього журналіста. *Educational challenges*. URL: <http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/pedagogy/article/view/3228/0>.
5. Зубарева М. Особливості реклами та ПР у туризмі. *Grani*. 2015. Т. 18, № 7. С. 15–20. URL: <https://doi.org/10.15421/1715129>.
6. Карась К. Тревел-журналістика на українському телебаченні: історія виникнення, стан і тенденції розвитку. URL: <https://elibrary.kdpu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/10325/Карась%20кваліфікаційна%20робота.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
7. Кармазіна Н. В. Фотографія як засіб самовираження митця : Магістерська робота. 2020. URL: <http://repository.sspu.edu.ua/handle/123456789/9829>.
8. Кожухівська Р. Інтернет-реклама як елемент просування інтернет-послуг у туризмі. *Журналістика та реклама: вектори взаємодії*. 2019. URL: <https://doi.org/10.31617/k.knute.2019-03-19.46>.
9. Корольова К. С. Нон-фікшн журналістика в українському медіапросторі : магістерська робота. 2020. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/4296>.

10. Куликова О. Технологія сторітелінгу: комунікаційний потенціал (на прикладі проєкту «Шепіт міст: малюємо словами») : Магістерська робота. Харків, 2023. 68 с.
11. Лук'янець А. В., Луценко О. І. Застосування графічного дизайну у цифровому маркетингу туристичного бізнесу. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2021. № 10. С. 57–63. URL: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.10.8>.
12. Львів відкритий до світу. Офіційний туристичний сайт Львова. URL: <https://lviv.travel/>.
13. Мандруй Україною з Дмитром Комаровим. 1+1. URL: <https://1plus1.video/mandruj-ukrayinoyu-z-dmitrom-komarovim>.
14. Мудра І., Майхровська Ю. Види та жанри аудіоподкастів від ЗМІ. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка": журналістика*. 2023. № 1 (5). URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/feb/29879/8.pdf>.
15. Ноздріна Л. В., Височанська К. Є. Особливості впливу інтернет-медіа на інформаційну економіку. *Вісник Університету банківської справи*. 2018. № 3(33). С. 182–189. URL: [https://doi.org/10.18371/2221-755x3\(33\)2018164664](https://doi.org/10.18371/2221-755x3(33)2018164664).
16. Печеранський І., Катренко В. Характеристика жанрів тревел-журналістики. *Television journalism and action*. URL: <http://audiovisual-art.knukim.edu.ua/article/view/170861/171439>.
17. Тендіт В. Художньо-публіцистичні жанри: добірка журналістських матеріалів : Магістерська робота. Суми, 2019. 59 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/75471/1/Tendit_journalistic_genres.pdf.
18. "Україна фантастична". Radio NV. URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/62-ukraina-fantastychna.html>.
19. Хитра О. В. Особливості застосування менеджменту вражень у туристичному бізнесі. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній*

та Східній Європі. 2021. № 3. С. 49–60. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1059/1002>.

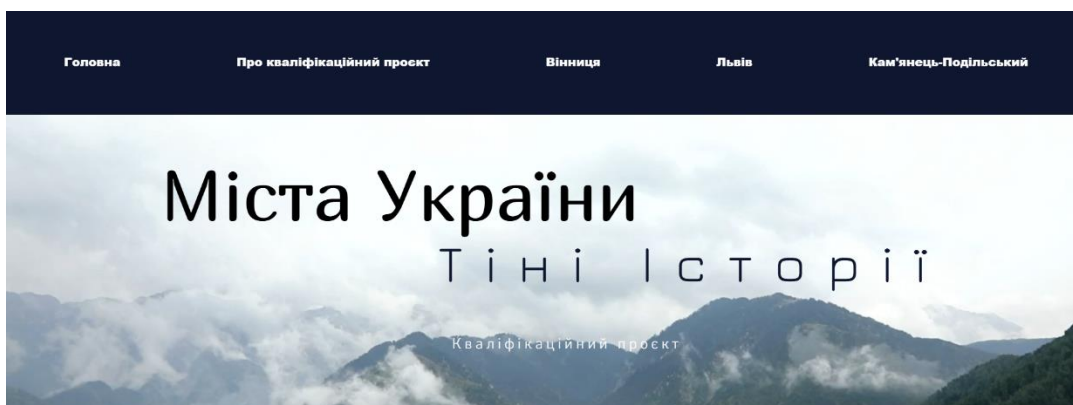
20. Холод О. Основи тележурналістики: курс лекцій. Київ, 2012. URL: https://document.kdu.edu.ua/info_zab/061_130.pdf.

21. Шевченко В., Малиш Н. Тематична спрямованість туристичних медіа. *Образ*. 2020. С. 6–20. URL: https://obraz.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/08/Obraz_133_2020_Shevchenko_Malysh.pdf.

22. Шутяк Л. Художній репортаж в українських друкованих та онлайн-ЗМІ (особливості розвитку жанру). 2021. С. 226–240. URL: https://doi.org/10.15584/978-83-7996-915-9_13.

ДОДАТКИ

Додаток А



Додаток Б



А місто живе своїм ЖИТТЯМ...

Вінниця – комфортна,
затишна, натхненна.
Тричі столиця України,
перлина Поділля й одне з
тих міст, куди хочеться
повертатися.
Тут переплітаються
історія й сучасність, краса
природи й ритм міського
життя.



Додаток В



Інтермецо по-вінницьки

Лісопарк, Ботанічний сад «Поділля»,
Центральний парк імені Леонтовича
— це не просто зелені зони. Це
справжні природні перлини Вінниці, її
дыхання, спокій і гордість. Тут
природа говорить мовою шелесту
листя, пташиних співів і квіткових
ароматів.



Сторінками історії

Історія Вінниці розпочалася приблизно у 1362-1363 роках. Коли литовський князь Ольгерд розбив орди братів Кутлубуга, Хачибєя та Дмитра, а захоплені землі роздав своїм племінникам. Уперше назва "Вінниця" згадується в документі, який 13 червня 1385 року в Кракові підписав король Владислав Ягело. У 2024 році Вінниця відзначила своє 661-річчя. Зазвичай, День міста, святкують в другу суботу вересня. Утім, цей день може змінюватися відповідно до рішень Вінницької міської ради.



Серце Азії у Вінниці, і не тільки

Вінниця славиться різноманітністю не лише пам'яток, а й кухнею. Тут можна знайти ресторани на будь-який смак. Одним з прекрасних кафетеріїв, що готує справжню азійську кухню і відоме своїми раменами є МаоМао. Кафе-раменна знаходиться в центрі міста поруч з парком імені Леонтовича. Окрім класичних раменів тут можна спробувати також поке-боули, карі, тофу та сендвіч-роли з багатьма начинками. До основних страв можна обрати знаменитий в Азії повітряний

Додаток Д



Вінниччина — Подільська перлина

Вінниччина має унікальну природу та краєвиди, численні кар'єри є її візитівкою. Раніше тут добували корисні копалини, зокрема граніт і вапняк, однак більшість з них зараз — це озера з чистою водою, які приваблюють туристів з усіх областей. Існує думка, що в кар'єрних озерах купатись не можна через високий радіаційний фон — це неправда. Він безперечно вище,

Додаток Е



Львів — місто, де живе історія

Львів — місто, де історія відлунує у кожному камені. Тут, серед вузьких вуличок і старовинних фасадів, легко забути про сьогодення. Будь-який дворик або площа приховує таємницю, що чекає на уважного мандрівника. Львів давно здобув славу міста науки, культури й мистецтва, і це не випадково. Його



Архітектурні перлини Львова

Львів славиться своєю вишуканою архітектурою, тут є зразки модерних, готичних, класичних та барокових стилів. Будинки створюють химерні переплетіння, так що, гуляючи вулицями, потрапляєш у різні часові лінії і можеш поринути в будь-яку історичну епоху.



Легенди Львова: від вигадок до правди

Історія Львова багатогранна: від часів Галицько-Волинської держави

Додаток З



Містичний Львів

Львів справді має щось містичне. І цю атмосферу, окрім готичних будівель, доповнює також дощ. Погода наділяє місто таємничістю і особливим шармом. Тут опади йдуть 174 дні на рік, тому з дощем часто пов'язана і творчість митців. Однак художники та

Додаток И



Замки Львівщини

Львівщина цікава по-своєму. Тут царює історія і велич минулого, яку можна пізнати через замки. Стіни цих таємничих споруд ховають багато легенд, у них закарбовані життя цілих поколінь вельмож.

Додаток І



Чарівна квітка на камені

Кам'янець-Подільський — старовинне місто з загадковою історією та мальовничими краєвидами, що вражають навіть досвідчених мандрівників. Попри поширене уявлення, воно не є адміністративним центром, а розташоване в межах Хмельницької області. Місто зберегло дух середньовічної епохи. Достатньо потрапити у його стару частину з

Додаток ІІ



Історичні зв'язки Кам'янця-Подільського: від трипільців до сьогодення

Кам'янець-Подільський має багату і досить довгу історію. Існує безліч теорій, коли ж саме було засноване місто, адже тут знаходили рештки давніх поселень та колоній. Наприклад, бивні мамонта, яким, за оцінками вчених, від 13 до 40 тисяч років, були знайдені на території

Додаток Й



Багатовікова твердиня та мости Кам'янця- Подільського

Перлиною Кам'янця-Подільського є його величний і міцний замок. Розкішна твердиня, що віками височіє на березі річки Смотрич, була зведена ще за часів Галицько-Волинської держави. Як і більшість фортець того періоду, її первісні укріплення були дерев'яними. Однак у 13 столітті, після численних пожеж,

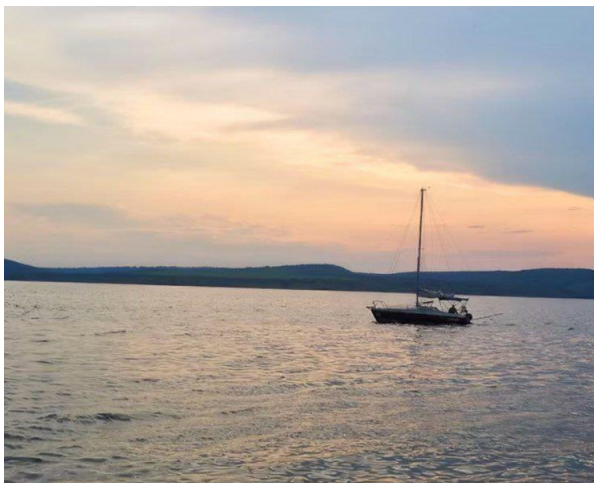
Додаток К



Місто муралів та архітектурних перлин

Архітектура Кам'янця-Подільського вражає розмаїттям культурних пам'яток і стильових рішень. Основний тон місту задає середньовічний ренесанс, однак у старовинних кварталах можна натрапити й на яскраві приклади готики та бароко. Кожна споруда формує унікальний ансамбль, що візуально передає багатство історичних епох і особливий дух Кам'янця.

Додаток Л



Подільські товтри – перлина Кам'янця- Подільського

Окрім міських таємниць, Кам'янець-Подільщина приховує не менш дивовижні природні скарби. Тут розташовані унікальні об'єкти, якими пишається вся Україна і які турботливо оберігають для майбутніх поколінь.

Додаток М

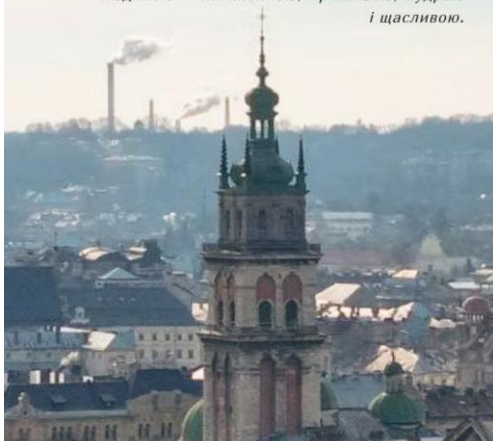


Прекрасне, колоритне місто, сповнене таємниць і багатой історії.
Повз тебе пропливають архітектурні пам'ятки, будинки, проходять люди, а ти занурюєшся в ритм Вінниці й непомітно стаєш його частиною...

Додаток Н

Львів

Місто Лева зачаровує, привертає увагу до деталей і змушує замислитись над сенсом життя. Воно огортає містикою і тонким відчуттям стилю. Тут пахне кавою й шоколадом, осіннім листям і дощем. Золотаві леви — охоронці старовинних мурів — радо зустрічають мандрівників, які прагнуть доторкнутися до історії й химерної архітектури. Це місто неймовірне, бо, прогулюючись ним, мимоволі стаєш іншою людиною — натхненною, мрійливою, мудрою і щасливою.



Додаток О

Кам'янець-Подільський

Кам'янець-Подільський — середньовічне місто, де кожен камінь дихає історією. Тут мистецтво муралів поєднується із величиною давніх замків, могутній каньйон захоплює дух, а дві Атлантиди — одна, захована у водах Бакоти, інша — в глибинах печери — додають краю ще більшої загадковості. Кам'янець-Подільський зачаровує, змушуючи повертатися знову і знову, щоб відчувати атмосферу різних епох, навечно вплетених у його кам'яне серце.



Додаток П



Додаток Р



Додаток С

