

СЕРІЯ МЕДІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ЖИТОМИРА

Петрук Валентина Сергіївна

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 «Журналістика»

Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна

Науковий керівник: Давидова Людмила Вікторівна

канд. наук із соціальних комунікацій, доцент

Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна

У сучасному світі туризм відіграє важливу роль у розвитку регіональної економіки. Проте успіх туристичного напрямку залежить не лише від наявності історичних пам'яток або природних ресурсів, а й від того, як ці переваги представлені у медіапросторі. Місто Житомир має значний історико-культурний потенціал, однак його туристичний образ поки що не закріпився у свідомості широкої аудиторії. Саме тому виникає потреба у використанні медійних інструментів – журналістики, реклами та PR – для популяризації міста як привабливого туристичного напрямку.

Метою дослідження стало створення серії медійних матеріалів, які сприятимуть формуванню позитивного іміджу Житомира. Для досягнення цієї мети були застосовані такі методи: аналіз медійного контенту, узагальнення, спостереження та елементи практичного впровадження, зокрема створення авторських відео.

У результаті було розроблено серію з дев'яти відеосюжетів і супровідних текстових публікацій, які всебічно розкривають привабливість Житомира. Основні теми охоплюють кілька напрямів. По-перше, це культурна ідентичність міста, представлена через діяльність місцевих ремісників, митців і краєзнавців – гончарство, етнографічні традиції, дослідження історії. По-друге, гастрономічний туризм, у межах якого було створено відеоогляди ресторанів та кав'ярень, що формують нове кулінарне сприйняття Житомира. І по-третє – історико-природні маршрути, що включають розповіді про місцеві пам'ятки, парки та зони відпочинку, зокрема гідропарк.

Аналіз створеного контенту дозволив визначити ключові фактори ефективної медійної комунікації в туристичній сфері. Насамперед це емоційність і сторітелінг, які забезпечують залучення аудиторії. Важливу роль відіграє також адаптація матеріалів до форматів цифрових платформ, таких як Instagram і YouTube. Крім того, велике значення має візуальна автентичність – вона створює ефект присутності та підсилює довіру глядача.

Загалом, розробка й поширення якісного медійного контенту виявилися ефективним засобом формування позитивного туристичного образу Житомира. Поєднання журналістики, реклами та PR із креативним підходом відкриває нові можливості для просування міста як впізнаваного та привабливого туристичного напрямку.