Вікторія Моравська
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Житомирського державного університету імені Івана Франка

ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ЕКОТУРИЗМУ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ МЕДІА

Розглянуто трансформацію інформаційного простору екотуризму крізь призму розвитку цифрових медіа та інтернет-журналістики. Визначено, що сучасні медіаплатформи, соціальні мережі та мобільні технології формують нові підходи до створення, поширення й споживання туристичного контенту, забезпечуючи його інтерактивність і мультимедійність. Акцентовано увагу на необхідності активного впровадження інноваційних медіаінструментів для підвищення конкурентоспроможності екотуристичних об'єктів.

Ключові слова: *екотуризм, цифрові медіа, інформаційний простір, цифровий маркетинг*

Світовий ринок зеленого та екологічного туризму в останні десятиліття характеризується динамічним розвитком і трансформацією під впливом глобальних екологічних викликів та зміни поведінки споживачів туристичних послуг. Як зазначається у статті [2], туризм сьогодні є однією з провідних галузей світової економіки, формуючи близько 10% світового ВВП, що свідчить про його значний вплив на соціально-економічний розвиток держав. Так, туризм здійснює значний вплив на такі ключові сектори національного господарства, як транспорт і зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та багатьох інших (всього близько 50), виступаючи каталізатором соціально-економічного розвитку [3, с. 246]. Водночас посилення негативного впливу туристичної діяльності на довкілля сприяло формуванню концепції екологічного (зеленого) туризму, який базується на принципах сталого розвитку, збереженні природних ресурсів і мінімізації антропогенного навантаження. Екотуризм розглядається як сучасний тренд розвитку туристичної галузі, що пов'язаний із формуванням екологічної свідомості та гармонізацією взаємодії людини і природи.

Сучасний розвиток екологічного туризму відбувається в умовах глибоких трансформацій інформаційного простору, зумовлених процесами цифровізації, екологізації суспільства та зміною комунікаційних практик. На глобальному рівні спостерігається зростання попиту на екологічно орієнтовані туристичні послуги, що обумовлює

необхідність ефективного інформаційного забезпечення туристичної діяльності. Інформаційний простір екотуризму трансформується від традиційних форм комунікації до цифрових платформ, які забезпечують доступність, оперативність та інтерактивність інформації. Використання мережі Інтернет, мобільних додатків, соціальних мереж і геоінформаційних систем дозволяє формувати новий тип інформаційного середовища, орієнтованого на потреби сучасного користувача.

Зростаюча популярність екологічно орієнтованого відпочинку вимагає ефективної організації та управління туристичними потоками, що забезпечується сучасними інформаційно-комунікативними технологіями. Використання Інтернету, мобільних додатків, соціальних мереж та геоінформаційних систем дозволяє туристам легко отримувати доступ до інформації про екологічні маршрути, природні заповідники та місцеві ініціативи з охорони навколишнього середовища. Це сприяє підвищенню екологічної обізнаності та формуванню відповідального ставлення до природних ресурсів серед мандрівників [1]. Це формує новий тип інформаційного середовища – цифровий, інтерактивний і доступний у режимі реального часу.

Інформаційний простір зеленого туризму дедалі більше розширюється за рахунок соціальних мереж і цифрового маркетингу. Просування туристичного продукту через соцмережі, travel-платформи (Booking.com, TripAdvisor, Karpaty.info та ін.) сприяє поширенню інформації і розширення доступу до неї дедалі більшого числа потенційних клієнтів. Такі ресурси забезпечують не лише рекламну функцію, але й виконують просвітницьку місію, сприяючи формуванню екологічної свідомості населення та популяризації принципів сталого розвитку. Важливою складовою є також налагодження комунікації між суб'єктами туристичного ринку – бізнесом, владою та місцевими громадами.

В Україні зелений туризм розвивається як важливий сегмент туристичного ринку, однак характеризується низкою проблем, серед яких недостатній рівень інфраструктури, обмеженість інвестицій та слабка популяризація. У цих умовах цифрові медіа стають ключовим інструментом розвитку галузі, забезпечуючи просування туристичних продуктів, формування позитивного іміджу територій та залучення нових цільових аудиторій. Особливої актуальності набуває розвиток внутрішнього туризму, що посилює роль інформаційних ресурсів у популяризації локальних дестинацій.

На регіональному рівні, зокрема в Житомирській області, попри значний природно-ресурсний потенціал, рівень використання можливостей зеленого туризму залишається низьким. Основними бар'єрами є недостатня інформаційна представленість об'єктів, слабкий розвиток маркетингових комунікацій та відсутність ефективного

брендингу територій. Це зумовлює необхідність активного впровадження цифрових інструментів просування.

Показовим прикладом є діяльність екосадиби «Хутір Брачки», яка має значний потенціал як об'єкт зеленого туризму, проте перебуває у стані інформаційної стагнації. Попри наявність природних ресурсів, різноманітних видів відпочинку та сформовану базову впізнаваність, об'єкт потребує активізації цифрового просування, зокрема через соціальні мережі, мультимедійний контент і спеціалізовані туристичні платформи.

Крім того, варто зазначити, що інформаційні ресурси виконують не лише рекламну, а й просвітницьку функцію, сприяючи формуванню екологічної свідомості. Мова йде, насамперед, про поширення знань про сталий розвиток, популяризацію відповідального екологічного туризму.

Ще однією важливою місією розвитку інформаційного простору зеленого туризму є сприяння комунікації між суб'єктами туристичного ринку та взаємодії між громадами, владою, бізнесом.

Таким чином, інформаційно-комунікаційне забезпечення відіграє ключову роль у розвитку зеленого туризму, сприяючи ефективній організації та управлінню туристичними потоками.

Окрім того, розвиток цифрових медіа суттєво змінює інформаційний простір екотуризму, перетворюючи його на інтерактивну, динамічну та відкриту систему. Ефективне використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій є необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності екотуристичних дестинацій *(географічні території (країни, регіони, міста, курорти), які приваблюють туристів завдяки своїм унікальним ресурсам, інфраструктурі та туристичному продукту)* та забезпечення їх сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Глух М. Інформаційно-комунікативне забезпечення як напрям уможливлення розвитку зеленого туризму. Економіка та суспільство. 2024. (70). https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5348 (дата звернення 21.04.2026).

2. Тюріна Д.М. Ринок туризму в Україні: стан і проблеми в умовах сьогодення. Економіка та суспільство. 2021. Вип. №30. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/621/595 (дата звернення 21.04.2026).

3. Шушулков С.Д. Тенденції розвитку екологічного туризму в сучасних економічних реаліях. Український журнал прикладної економіки. 2019. Том 4. № 3. С. 245–252. URL: https://ujae.org.ua/en/ecotourism-development-trends-in-modern-economic-realities/ (дата звернення 21.04.2026).

Науковий керівник: Давидова Л.В., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, заступник директора інституту з навчальної роботи навчально-наукового інституту філології та журналістики (ННІ) Житомирського державного університету імені Івана Франка/