

Хобта О. І.
*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики, реклами та медіакомунікацій,
факультет журналістики, реклами та видавничої справи
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*

Тревел-журналістика в епоху COVID-19: реакція на виклики

Пандемія коронавірусу зачепила усі сфери світової економіки, але чи не найбільших збитків зазнала туристична сфера, постало питання про перспективи її розвитку. Дослідник туристичної сфери Д. Крег (Craig) проаналізував вплив світових економічних криз ХХІ століття, викликаних пандеміями і не лише, на сферу туризму і дійшов висновку, що жодна з цих криз не призвела до довгострокового спаду світового розвитку туризму, а деякі кризи навіть не позначились на цій сфері. На думку дослідника, туризм як система — стійкий до зовнішніх потрясінь, однак автор зазначає, що вплив та відновлення від пандемії коронавірусу будуть безпрецедентними. З огляду на перспективу майбутніх пандемій, на думку вченого, є підстави переглянути специфічну роль туризму як переносника пандемій по світу, адже туризм — це рух, а транспорт діє як вектор розподілу патогенних мікроорганізмів у регіональному та глобальному масштабах [1].

У засобах масової інформації (дані дослідження див. [2]) посилюються припущення про те, що пандемія може спричинити тривалий зсув у поведінці туристів, що може докорінно змінити глобальні моделі подорожей. Опитування, проведене дослідниками з Університету Флориди, свідчить, що більшість американців, після того як світ опанує пандемію, будуть подорожувати «недалеко від дому» і, швидше всього, власним авто [2]. Основна тенденція розвитку туризму 2019-2020 років — це падіння світового глобального туризму й зріст регіонального. Питання

про те, чи може мобільність туристів істотно трансформуватися не лише тимчасово, а в довгостроковій перспективі залишається відкритим.

Метою нашого дослідження є з'ясувати як реагує на виклики в туристичній сфері українська тревел-журналістика. У результаті проведеного дослідження ми зафіксували низку тенденцій розвитку тревел-журналістики.

1. Зменшення кількості тревел-матеріалів. Здійснивши порівняльний аналіз кількості публікацій журналу «Mandry» за період 2018 — 2020 років, отримали такі результати: 2018 рік — 55 публікацій, 2019 рік — 21, 2020 — 1. Один матеріал, що побачив світ у 2020 році, написаний на основі подорожі, здійсненої до введення карантинних заходів.

2. Тревел-контент змінює акцент з зовнішнього напрямку подорожей на внутрішній. Здійснивши кількісний аналіз тревел-шоу, заявлених на 2019 — 2020 роки на українському телебаченні, маємо такі результати: з 19 тревел-програм — на першому місці (84,2 %) програми всеукраїнського (наприклад «Мандруємо вдома», «Родичі в турне», «Ля Маршрутка», «Україна вражає») та локального характеру (наприклад, «Недалечко», «Роздивись», «Буковинські загадки»); на другому (10,5 %) програми міжнародного характеру, але вони відзняті до пандемії (наприклад, «Великі випуски з Антоном Птушкіним» — це сім найпопулярніших відео, відзнятих блогером для власного каналу протягом останніх двох років); на третьому місці (5,2 %) програми про подорожі в умовах карантину («Орел і решка. Карантин»). Відображається ця тенденція і у сфері українського тревел-блогінгу. Так, блогер Маша Себова (You-tube каналі «Все по 30») переорієнтувалася з подорожей Європою (два відео за аналізований період) на подорожі Україною (9 за аналізований період); тревел-блогер Columboyna за аналізований

період, переорієнтувавшись на внутрішні подорожі, створила онлайн-карту найкращих місць України, які варто відвідати.

Пандемія COVID-19 стала справжнім викликом для туристичної сфери й тревел-журналістики, що призвело до зменшення тревел-контенту і його трансформації, триває пошук нових форматів та актуалізація віртуальних подорожей. Не можна не враховувати побоювання науковців щодо спалаху пандемій у майбутньому, що може стати причиною глобальних, тривалих і безповоротніх змін у туристичній сфері й журналістиці подорожей, однією з функцій якої є мотивація до здійснення подорожі.

Література:

1. Craig D. Pandemic and its metaphors: Sontag revisited in the COVID-19 era. *Europe Journal of Cultural Studies*. 2020. Vol. 23. Issue 6.
2. Ioannides D., Gyimothé S. The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*. 2020. Vol. 22. Pp. 624–632.