

Mykola YEROMIN

Interregional Academy of Personnel Management

International Political Communication of Lithuania and Ukraine through the of Cheese Tourism and Cheesemaking

Food-related cultural ties are often overlooked when it comes to international political communication, despite being an essential part of it. In case of Lithuania and Ukraine, cross-influence of cheesemaking and cheese tourism between the two deserves the look from a perspective of strengthening local cultures while not sacrificing the established and perspective ties between the countries. The growing field of cheese tourism and artisanal cheesemaking is a field that makes for an interesting case study in that regard. Lithuanian cheesemaking, sticking to local tradition, but updating it to new technologies inspire a lot of the growing field of cheese tourism and cheese production in Ukraine. Something that would've been impossible without local retail stores in Ukraine picking up Lithuanian cheeses such as Džiugas. 2010's and 2020's saw not just the increase of import and export ties between the two countries, but also rich cultural and educational exchange. Stemming, among other ties, from that exchange the new feeling of unity arises from the empowerment of making the local products shine internationally which both countries share and turn into a point to pivot further the diplomatic relations between the countries, as well as progress further from the shared post-Soviet problems, often associated with the unification of food produce, as well as neglect towards copyright. The road to mutual respect and collaborations in assorted fields is paved by the small steps such as the establishment of mutual respect to each other's culture in something as simple as local dairy produce. That said, the industries of Lithuania and Ukraine could and should do more for this mutual enrichment and the governments paying more attention would do no harm, either.

Keywords: *cheese tourism, Ukrainian-Lithuanian relations, international political communication, international economics, import of Lithuanian goods, export of Ukrainian goods.*

Олег ВІСОЧАНСЬКИЙ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Використання мобільних застосунків та онлайн-гайдів у туризмі: досвід України та Литви

У статті розглянуто роль мобільних застосунків та онлайн-гайдів у туристичній галузі України та Литви в контексті цифровізації. Висвітлено актуальність впровадження цифрових інновацій для покращення туристичного досвіду, особливо з огляду на викиди пандемії COVID-19 та воєнних дій. Проаналізовано останні дослідження, що відображають зростання використання мобільних технологій у туризмі, та наведено актуальні кейси з кожної країни (2022–2025 роки). Представлено національні та регіональні ініціативи: від інтерактивних гайдів міст до спеціалізованих застосунків для активного відпочинку. Підкреслено спільні тенденції та унікальні аспекти досвіду України і Литви, включно з використанням елементів, доповненої реальності, гейміфікації та сервісів для безпеки подорожей. За результатами аналізу зроблено висновки щодо ефективності цифрових рішень у підвищенні