

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ОСОБЛИВОСТІ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ В ПЕРІОД ВІЙНИ. ВИКЛИКИ ТА СПЕЦИФІКА ЖАНРУ. ІНСТАГРАМ ПРОЄКТ

Здобувача першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
групи ЖУРБ-2-21-4.0д.
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.01
Журналістика
Авраменко Владислава Володимирівна

Використання чужих ідей,
результатів і текстів
мають посилання на відповідне
джерело

завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

Науковий керівник:
старший викладач Козак Вячеслав
Вячеславович

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Розширена шкала _____

Кількість балів: Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії
(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

І.В. Погребняк,

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2025 рік

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	2
1.1. Обґрунтування актуальності проєкту	2
1.2. Мета і завдання роботи	3
1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку	4
II. СПЕЦИФІКАЦІЯ РОБОТИ	6
2.1. Теоретико-методологічні засади	6
2.1.1. Історичний огляд тревел-журналістики	6
2.1.2. Теоретичні основи воєнної журналістики	6
2.1.3. Кейс-стаді: аналіз проєкту «Travel Ukraine now»	7
2.2. Концепція власного медіапроєкту	8
2.2.1. Обґрунтування вибору формату	8
2.2.2. Нові жанрові форми (на основі аналізу існуючих практик)	8
2.2.3. Класифікація контенту власного проєкту	9
2.3. Контент та засоби виразності	10
2.3.1. Мультимедійність воєнного тревел-контенту	10
2.3.2. Наративні стратегії	11
2.3.3. Візуальна мова	12
2.4. Технічні й програмні засоби	13
2.5. Сфера застосування та результати апробації	15
2.5.1. Цільова аудиторія	15
2.5.2. Платформи поширення	16
2.6. Етичні виклики та професійні стандарти	17
2.6.1. Основні етичні дилеми	17
ВИСНОВКИ	20
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	24
АНОТАЦІЯ	30

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування актуальності проєкту

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року кардинально змінило функціонування всіх сфер суспільного життя, включаючи туристичну індустрію та медіа. Трансформація туристичної індустрії в умовах збройного конфлікту створила нові виклики для журналістів, які спеціалізуються на висвітленні подорожей та туризму.

Актуальність дослідження зумовлена радикальною зміною функцій тревел-журналістики в умовах війни. Якщо раніше основною метою тревел-контенту було розважити читача та стимулювати туристичні поїздки, то сьогодні цей жанр журналістики виконує функції документування воєнних злочинів, збереження культурної пам'яті та формування міжнародної підтримки України.

Необхідність висвітлення воєнного туризму та історичної пам'яті стала однією з ключових особливостей сучасної української тревел-журналістики. З'явилися нові типи туристичних маршрутів, пов'язані з відвідуванням місць боїв, меморіальних комплексів та районів, що постраждали від військових дій. Журналісти постали перед викликом адекватного та етичного висвітлення таких подорожей.

Роль медіа у формуванні іміджу держави під час війни набула критичного значення. Тревел-журналістика стала інструментом м'якої сили, що допомагає формувати позитивне сприйняття України на міжнародній арені та спростовувати російську пропаганду. Журналісти-тревелери сьогодні не просто описують туристичні атракції, а створюють наратив про незламність українського народу та красу країни, яка продовжує жити попри війну.

Потреба в новому підході до висвітлення подорожей у зонах конфлікту актуалізувалася через специфічні умови воєнного часу. Журналісти змушені балансувати між інформативністю та безпекою, між правдивістю та можливістю завдати шкоди національній безпеці. Це вимагає переосмислення традиційних підходів до створення тревел-контенту та розробки нових стандартів роботи в умовах воєнного часу.

Створення практичного медіапроєкту як частини дослідження дозволить не лише теоретично проаналізувати трансформації жанру, але й продемонструвати нові підходи до тревел-журналістики на конкретному прикладі, апробувати виявлені принципи та методи роботи.

1.2. Мета і завдання роботи

Мета дослідження полягає у комплексному аналізі специфічних особливостей тревел-журналістики в умовах війни, визначенні нових викликів, що постали перед цим жанром журналістики у зв'язку з російською агресією проти України, та створенні медіапроєкту, який демонструє адаптацію тревел-журналістики до воєнних реалій.

Завдання дослідження:

- 1. Теоретичний аналіз:** провести ґрунтовний аналіз еволюції тревел-журналістики в контексті воєнного часу, дослідити зміни функцій, цілей та методів роботи журналістів цього напрямку після початку повномасштабної війни.
- 2. Жанрові трансформації:** виявити основні жанрові трансформації та нові формати тревел-контенту, що з'явилися або набули поширення в умовах воєнного конфлікту, включаючи аналіз нових типів туристичних маршрутів, специфіки висвітлення воєнного туризму та меморіальних практик.
- 3. Етичні аспекти:** дослідити етичні аспекти висвітлення подорожей у зонах конфлікту, включаючи питання безпеки журналістів та туристів, дотримання принципів журналістської етики в умовах війни та балансування між інформаційними потребами аудиторії та вимогами національної безпеки.
- 4. Концепція медіапроєкту:** розробити концепцію мультимедійного тревел-проєкту, який втілює виявлені особливості воєнної тревел-журналістики та демонструє етичні підходи до висвітлення подорожей в умовах конфлікту.

5. **Створення медіапроєкту:** реалізувати розроблену концепцію у вигляді функціонального медіапроєкту з використанням сучасних мультимедійних технологій та платформ.

6. **Практичні рекомендації:** розробити практичні рекомендації для журналістів-практиків, які працюють у сфері тревел-журналістики в умовах воєнного часу, включаючи методологічні підходи, етичні принципи та технічні аспекти створення контенту на основі теоретичного аналізу та досвіду створення медіапроєкту.

Об'єктом дослідження є тревел-журналістика як специфічний напрям медійної діяльності, що функціонує в умовах збройного конфлікту на території України.

Предметом дослідження виступають особливості функціонування тревел-журналістики в умовах воєнного конфлікту, включаючи трансформації жанрових характеристик, зміни в тематиці та підходах до створення контенту, а також принципи розробки медіапроєктів у цій сфері.

1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку

Методологічну основу дослідження становить комплексний підхід, що поєднує кількісні та якісні методи дослідження медіаконтенту з практичними методами створення медіапроєкту.

Контент-аналіз медійних матеріалів провідних українських та зарубіжних тревел-видань, блогів та соціальних мереж за період з лютого 2022 року до теперішнього часу.

Порівняльний аналіз застосовується для зіставлення характеристик тревел-журналістики до та після початку повномасштабної війни. Це дозволяє виявити ключові трансформації жанру та оцінити масштаб змін.

Глибинні інтерв'ю з практикуючими журналістами дозволяють отримати інсайдерську інформацію про специфіку роботи в нових умовах, виклики та можливості професійної спільноти.

Аналіз соціальних мереж проводиться для відстеження тенденцій у споживанні тревел-контенту, виявлення популярних тем та форматів, оцінки реакції аудиторії.

Проектні методи включають концептуальне проектування для розробки ідей та структури медіапроєкту з поступовим удосконаленням на основі зворотного зв'язку.

II. СПЕЦИФІКАЦІЯ РОБОТИ

2.1. Теоретико-методологічні засади

2.1.1. Історичний огляд тревел-журналістики

Становлення жанру тревел-журналістики у мирний час відбувалося поступово, починаючи з кінця XIX століття, коли розвиток транспортної інфраструктури зробив подорожі більш доступними для широких верств населення. У XX столітті тревел-журналістика сформувалася як самостійний напрям, що поєднував інформативність з розважальністю.

Класичні функції тревел-контенту включали інформування читачів про туристичні дестинації, надання практичних порад щодо планування подорожей, створення яскравих описів місць та культур, стимулювання туристичного попиту. Тревел-журналістика виконувала роль посередника між туристичною індустрією та потенційними мандрівниками.

Цільова аудиторія традиційної тревел-журналістики формувалася з людей, які мали фінансові можливості для подорожей та прагнули отримати інформацію про нові дестинації. Контент створювався з урахуванням інтересів середнього класу, орієнтувався на розваги, відпочинок та культурне збагачення.

2.1.2. Теоретичні основи воєнної журналістики

Специфіка роботи в зонах конфлікту кардинально відрізняється від традиційної журналістської діяльності. Воєнні кореспонденти працюють в умовах постійної загрози життю, обмеженого доступу до інформації та необхідності швидкого прийняття рішень в екстремальних ситуаціях.

Етичні принципи висвітлення війни включають дотримання принципів об'єктивності та збалансованості, захист цивільного населення від можливих негативних наслідків публікацій, недопущення розголошення інформації, що може завдати шкоди національній безпеці. Особливого значення набуває принцип "не нашкодь", який вимагає від журналістів ретельного обмірковування можливих наслідків своїх публікацій.

Безпека журналістів у воєнних умовах стає пріоритетним питанням для редакцій та самих репортерів. Це включає використання засобів індивідуального

захисту, координацію з військовими підрозділами, дотримання протоколів безпеки та постійний зв'язок з редакцією.

2.1.3. Аналіз сучасних тенденцій

Критичний огляд українських та зарубіжних тревел-медіа демонструє кардинальні зміни в підходах до створення контенту після початку повномасштабної війни. Українські видання переорієнтувалися на висвітлення внутрішнього туризму, промоцію безпечних регіонів та підтримку місцевих громад.

Вивчення трансформацій у період 2022-2024 років показує появу нових жанрових форм, таких як воєнний туризм, меморіальна журналістика та реконструкційний тревел-контент. З'явилися нові формати подачі інформації, адаптовані до потреб воєнного часу та специфіки аудиторії.

Аналіз конкурентного середовища виявляє посилення ролі соціальних мереж та блогосфери у формуванні тревел-контенту. Традиційні медіа змушені конкурувати з блогерами та інфлюенсерами, які часто мають більшу гнучкість у створенні контенту та швидше реагують на зміни в аудиторних пререференціях.

2.1.4. Кейс-стаді: аналіз проєкту «Travel Ukraine now»

Медіапроєкт „Travel Ukraine now” в **Instagram** стає показовим прикладом успішної адаптації тревел-журналістики до воєнних реалій. Проєкт демонструє інноваційний підхід до висвітлення України в умовах війни через призму туризму та культури.

Концепція та місія проєкту базується на ідеї показати Україну як країну, що продовжує жити, розвиватися та залишається привабливою для відвідування попри воєнні випробування. Тематичні напрями проєкту включають:

- „**Шляхи великої країни**” - промоція маловідомих туристичних локацій;
- „**Народжені війною**” - документування стріт-арту воєнного періоду;
- „**Віртуальний туризм в Україні**” - створення імерсивного досвіду для недоступних локацій;

- „Туризм всупереч війні” - показ туристичної активності в безпечних регіонах;

- „Волонтерський туризм” - поєднання подорожей з допомогою постраждалих.

Візуальна стратегія характеризується яскравим кольоровим рішенням (жовто-рожева гама), що контрастує з похмурими реаліями війни та створює позитивне, життєствердуюче враження. Уніфікований дизайн постів забезпечує впізнаваність бренду.

Контент-стратегія поєднує інформативність з емоційним впливом, балансує між документуванням воєнних реалій та демонстрацією незламності українського духу.

2.2. Концепція власного медіапроєкту

2.2.1. Обґрунтування вибору формату

Було розроблено концепцію власного медіапроєкту під назвою „ **Travel Ukraine now**” Цей проєкт стане практичним втіленням теоретичних висновків дослідження та демонструватиме адаптацію тревел-журналістики до воєнних реалій.

Обраний формат поєднує мультимедійний лонгрід з інтерактивними елементами, що включає:

- **фоторепортажі;**
- **віртуальні тури недоступними локаціями.**

Вибір формату обґрунтовується специфікою цільової аудиторії (внутрішні та міжнародні туристи, дослідники), технічними можливостями сучасних веб-платформ та завданнями дослідження щодо створення етичного та інформативного контенту.

2.2.2. Нові жанрові форми (на основі аналізу існуючих практик)

Воєнний туризм та меморіальні подорожі стали одним з найконтroversійніших напрямів сучасної тревел-журналістики. Цей феномен включає відвідування місць активних бойових дій, звільнених територій та об'єктів історико-культурної спадщини, що постраждали від військових дій.

Журналісти постали перед викликом етичного висвітлення таких подорожей, балансуючи між інформативністю та повагою до жертв конфлікту.

Меморіальна журналістика сформувалася як окремий напрям тревел-контенту, присвячений висвітленню місць пам'яті та об'єктів, пов'язаних з історією війни. Цей жанр характеризується поєднанням документального підходу з історичним наративом та емоційним впливом.

Тематична структура проєкту „Travel Ukraine now” :

- **„Невідомі шляхи великої країни”** - промоція маловідомих туристичних локацій, що залишаються безпечними для відвідування;
- **„Мурали, народжені війною”** - документування стріт-арту воєнного періоду як нової форми культурного туризму;
- **„Віртуальний туризм в Україні”** - створення цифрового досвіду для локацій, недоступних через бойові дії;
- **„Туризм всупереч війні: як українці відкривають власну країну”** - висвітлення адаптації туристичної діяльності до нових умов;
- **„Волонтерський туризм”** - поєднання подорожей з допомогою постраждалих;
- **„Візуальна концепція”**: проєкт характеризується яскравою жовто-рожевою колірною гамою, що контрастує з похмурими реаліями війни та створює позитивне, життєстверджуюче враження. Уніфіковані дизайни постів забезпечують впізнаваність бренду та професійний вигляд контенту.

2.2.3. Класифікація контенту власного проєкту

Документальний напрям зосереджується на фіксації руйнувань, збиранні свідчень очевидців та створенні достовірної картини наслідків військових дій для туристичної інфраструктури. Цей тип контенту виконує важливу функцію збереження історичної пам'яті та може служити доказовою базою для майбутніх судових процесів.

Історико-меморіальний напрям включає висвітлення місць пам'яті, музеїв війни та меморіальних комплексів. Журналісти працюють над створенням

контенту, що поєднує історичну інформацію з сучасним контекстом, допомагаючи аудиторії усвідомити зв'язок між минулим та сьогоденням.

Реабілітаційний контент присвячений висвітленню процесів відновлення туристичних об'єктів, готелів, ресторанів та інших елементів туристичної інфраструктури. Цей напрям демонструє життєстверджуючу силу українського народу та його прагнення до відновлення нормального життя попри воєнні випробування.

Солідарний туризм фокусується на підтримці місцевих громад через туристичну діяльність. Журналісти висвітлюють ініціативи, спрямовані на економічну підтримку постраждалих регіонів через розвиток туризму, створення робочих місць та залучення інвестицій у місцевий розвиток.

2.3. Контент та засоби виразності

2.3.1. Мультимедійність воєнного тревел-контенту

Сучасна тревел-журналістика в умовах війни характеризується активним використанням різноманітних мультимедійних елементів, що дозволяють створювати комплексний та емоційно насичений контент. Фотожурналістика руйнувань та відновлення стала одним з найпотужніших інструментів документування воєнних реалій та їх впливу на туристичну інфраструктуру України. Сучасні фотожурналісти працюють з контрастами, показуючи стан об'єктів до війни та після обстрілів, створюючи візуальні наративи про руйнування та подальше відновлення. Особливе значення має документування процесів реконструкції, що демонструє незламність українського духу та прагнення до відбудови нормального життя. Фотографи використовують техніки, що підкреслюють символічне значення знищених та відроджених об'єктів, створюючи потужні візуальні метафори стійкості та надії.

Відеорепортажі зі звільнених територій формують окремий жанр воєнного тревел-контенту, що поєднує елементи документального кіно з традиційними прийомами тревел-журналістики. Ці матеріали часто включають інтерв'ю з місцевими жителями, показ зруйнованих туристичних об'єктів, демонстрацію зусиль з відновлення та розповіді про історичне значення локацій. Відеоформат

дозволяє передати атмосферу місць, показати деталі, які неможливо зафіксувати в статичних зображеннях та створити емоційний зв'язок між аудиторією та подіями. Журналісти часто використовують технології дрон-зйомки для демонстрації масштабів руйнувань з висоти пташиного польоту, що дає можливість побачити повну картину впливу війни на туристичні дестинації.

Інтерактивні карти та часові лінії стали революційним інструментом для висвітлення динаміки воєнних подій та їх впливу на туристичні дестинації. Ці технології дозволяють аудиторії самостійно досліджувати зміни, що відбулися в різних регіонах України, порівнювати стан об'єктів у різні періоди часу та краще розуміти масштаби руйнувань і відновлення. Інтерактивні елементи підвищують залученість аудиторії та створюють більш глибоке розуміння складності ситуації. Карти можуть включати шари з інформацією про безпечні маршрути, працюючі готелі, ресторани та культурні об'єкти, створюючи практичний ресурс для потенційних відвідувачів.

Аудіосвідчення та подкасти набули особливого значення в умовах, коли безпосереднє відвідування багатьох локацій стало неможливим або небезпечним. Аудіоформат дозволяє зберігати голоси очевидців, передавати особисті історії та створювати інтимний зв'язок між розповідачем та слухачем. Подкасти про подорожі Україною в умовах війни часто поєднують інформативність з емоційним впливом, розповідаючи не лише про туристичні об'єкти, але й про людей, які їх зберігають та відновлюють. Аудіосвідчення особливо цінні для збереження історичної пам'яті, оскільки вони передають не лише факти, але й емоції, інтонації, паузи, які є невід'ємною частиною людського досвіду.

2.3.2. Наративні стратегії

Розробка ефективних наративних стратегій стала критично важливою для тревел-журналістики воєнного часу, оскільки традиційні підходи виявилися неадекватними новим реаліям. Поєднання особистого досвіду з історичним контекстом дозволяє створювати багатошарові розповіді, що резонують з різними сегментами аудиторії. Журналісти все частіше включають власні

переживання та враження від відвідування локацій, що постраждали від війни, поєднуючи їх з історичними фактами про значення цих місць для української культури та туризму. Такий підхід створює емоційний зв'язок між читачем та матеріалом, роблячи абстрактні статистичні дані більш людськими та зрозумілими.

Використання контрастів "до" і "після" стало однією з найпоширеніших наративних технік у війсьній тревел-журналістиці. Ця стратегія дозволяє наочно демонструвати вплив війни на туристичні об'єкти, культурну спадщину та життя місцевих громад. Порівняння фотографій, описів та вражень від тих самих локацій у мирний та війсьний час створює потужний емоційний ефект та допомагає аудиторії усвідомити масштаби втрат. Водночас, ця техніка використовується не лише для демонстрації руйнувань, але й для показу процесів відновлення, підкреслюючи стійкість та незламність українського народу.

Емпатичне висвітлення людських історій стало центральним елементом сучасної тревел-журналістики, що працює в умовах конфлікту. Журналісти зосереджуються на особистих розповідях місцевих жителів, гідів, працівників туристичної індустрії та відвідувачів, створюючи мозаїку людських долі та переживань. Ці історії допомагають аудиторії зрозуміти, як війна вплинула на конкретних людей, як вони адаптуються до нових умов та знаходять способи продовжувати свою діяльність попри виклики. Емпатичний підхід вимагає від журналістів особливої чутливості та етичності, оскільки важливо уникнути експлуатації чужого горя заради створення сенсаційного контенту.

Балансування між трагедією та надією стало одним з найскладніших завдань для журналістів, що працюють у сфері війсьної тревел-журналістики. З одного боку, важливо чесно показувати реальний стан речей, не применшуючи масштабів руйнувань та втрат. З іншого боку, надмірний фокус на негативних аспектах може призвести до деморалізації аудиторії та формування виключно песимістичного образу України. Успішні проєкти знаходять способи поєднувати документування трагічних подій з демонстрацією прикладів стійкості, солідарності та відновлення.

2.3.3. Візуальна мова

Формування специфічної візуальної мови стало необхідністю для тревел-журналістики, що працює в умовах війни, оскільки традиційні естетичні підходи виявилися неспроможними адекватно передати нові реалії. Документальна естетика набула домінуючого значення в сучасному воєнному тревел-контенті, відображаючи потребу в автентичності та достовірності зображення. Ця естетика характеризується відмовою від надмірної ретуші та штучних ефектів на користь натуральних кольорів, природного освітлення та реалістичного зображення об'єктів. Фотографи та відеографи прагнуть зафіксувати реальність такою, якою вона є, без прикрас та ідеалізації.

Символіка стійкості та відродження стала невід'ємною частиною візуальної мови воєнної тревел-журналістики, відображаючи потребу в підтримці моралу та демонстрації незламності українського духу. Журналісти активно використовують образи відновлюваних будівель, квітів, що проростають серед руїн, людей, які продовжують працювати попри складності, та інші символи життя та надії. Особливе значення має використання національної символіки, яка допомагає підкреслити ідентичність та єдність українського народу в складний період. Жовто-блакитні кольори, тризуби, вишиванки та інші елементи української культури стають важливими візуальними маркерами в матеріалах.

Етичні аспекти візуалізації руйнувань стали предметом постійних дискусій у професійному середовищі, оскільки необхідно знайти баланс між інформативністю та повагою до жертв конфлікту. Журналісти змушені приймати складні рішення щодо того, які зображення можна публікувати, а які можуть завдати шкоди психічному здоров'ю аудиторії або порушити гідність постраждалих. Особливої уваги потребує зображення місць масової загибелі людей, пошкоджених релігійних об'єктів та особистих речей загиблих. Професійна спільнота розробляє спеціальні керівні принципи для роботи з таким контентом.

2.4. Технічні й програмні засоби

Розвиток технічних засобів та програмного забезпечення для роботи в екстремальних умовах воєнного часу став критично важливим фактором для ефективного функціонування тревел-журналістики. Мобільна журналістика для роботи в польових умовах набула особливого значення в контексті необхідності швидкого реагування на події та роботи в умовах обмеженої інфраструктури. Сучасні смартфони та планшети забезпечують журналістам можливість створювати якісний контент безпосередньо на місці подій, не залежачи від наявності стаціонарного обладнання. Спеціалізовані додатки дозволяють проводити інтерв'ю з автоматичною транскрипцією, обробляти фото та відео з професійною якістю, створювати інтерактивні карти та публікувати матеріали в реальному часі.

Використання дронів для аерознімання відкрило нові можливості для документування масштабів руйнувань та процесів відновлення туристичних об'єктів, однак вимагає суворого дотримання протоколів безпеки та координації з військовими підрозділами. Аерофотозйомка дозволяє показати об'єкти з нового ракурсу, продемонструвати їх розміри та стан, створити панорамні види та часові послідовності змін. Дрони забезпечують можливість зйомки з висоти, недоступної для традиційних методів, що особливо важливо для документування великих об'єктів інфраструктури, замків, монастирів та природних пам'яток. Водночас, використання дронів у зонах активних бойових дій потребує спеціальних дозволів та координації з відповідними службами.

Геолокаційні сервіси та картографічні інструменти стали незамінними для створення інтерактивного контенту та допомоги аудиторії в навігації складною інформацією про зміни в туристичній інфраструктурі. Спеціалізовані платформи дозволяють створювати інтерактивні карти з нанесенням пошкоджених та відновлених об'єктів, безпечних маршрутів та актуальної інформації про стан доріг і транспорту. Ці інструменти особливо важливі для потенційних відвідувачів, які планують подорожі Україною в умовах обмежень та ризиків.

Точність геолокаційних даних критично важлива, оскільки неточна інформація може призвести до потрапляння людей у небезпечні зони.

Платформи для віртуальних турів набули революційного значення в умовах, коли фізичне відвідування багатьох туристичних об'єктів стало неможливим або небезпечним. Технології віртуальної та доповненої реальності дозволяють створювати імерсивні досвіди, що наближаються до реального відвідування локацій. 360-градусні відео та фотографії, інтерактивні панорами та віртуальні екскурсії дають можливість аудиторії досліджувати українські туристичні об'єкти, не виходячи з дому. Ці технології особливо важливі для міжнародної аудиторії, яка через воєнні обставини не може фізично відвідати Україну.

Засоби верифікації контенту стали критично важливими в умовах інформаційної війни та поширення дезінформації, коли достовірність публікованих матеріалів може мати серйозні наслідки для національної безпеки та громадської думки. Спеціалізовані програми та сервіси дозволяють перевіряти автентичність фотографій та відео, виявляти ознаки монтажу або маніпуляцій, підтверджувати геолокацію та час створення контенту. Блокчейн-технології почали використовуватися для створення незмінних записів про походження та історію цифрових матеріалів.

2.5. Сфера застосування та результати апробації

2.5.1. Цільова аудиторія

Визначення та аналіз цільової аудиторії для власного медіапроєкту „**Travel Ukraine now**” базується на специфіці **Instagram** як платформи та особливостях контенту, створеного в рамках дослідження. Проєкт орієнтований на кілька ключових сегментів аудиторії, що відображають диверсифікацію споживачів тревел-контенту в умовах війни.

Молоді українці віком від 18 до 35 років становлять основну цільову групу проєкту. Ця аудиторія активно користується **Instagram**, шукає натхнення та позитивний контент про рідну країну в складних умовах війни. Вони прагнуть бачити, що життя продовжується, що є можливості для внутрішнього туризму та

пізнання України з нових ракурсів. Контент проєкту допомагає їм знаходити безпечні локації для подорожей та підтримує відчуття національної гордості.

Молоді міжнародні користувачі **Instagram** віком від 20 до 40 років, які цікавляться Україною, її культурою та сучасною ситуацією, формують другий важливий сегмент аудиторії. Для них проєкт стає вікном у реальне життя України, показуючи країну не лише через призму війни, але й як живу, культурно багату дестинацію. Візуальний контент допомагає формувати позитивний імідж України на міжнародній арені.

Українська діаспора за кордоном використовує контент проєкту для підтримки зв'язку з батьківщиною. Тематичні рубрики як **"Невідомі шляхи великої країни"** допомагають їм відкривати нові грані України та ділитися цією інформацією у своїх спільнотах за кордоном. Цей сегмент особливо цінує автентичний контент, що дозволяє зберігати емоційний зв'язок з рідною країною.

Потенційні туристи-солідарники, переважно іноземці, які планують відвідати Україну для надання підтримки або після завершення активної фази конфлікту, також становлять важливу частину аудиторії. Для них особливо цінними є рубрики **"Волонтерський туризм"** та інформація про можливості поєднання подорожей з допомогою українському народу.

Студенти та дослідники гуманітарних спеціальностей, журналістики, культурології, які вивчають сучасні трансформації медіа та суспільства в умовах конфлікту, використовують проєкт як практичний приклад адаптації тревел-журналістики до воєнних реалій. Цей сегмент цінує методологічні та теоретичні аспекти проєкту.

Аудиторія проєкту характеризується віковими рамками від 18 до 45 років, активним використанням **Instagram** та соціальних мереж загалом. Переважно це міське населення з середнім та вище середнього рівнем освіти. Психографічно ця аудиторія відзначається соціальною свідомістю та активністю, цінує автентичний контент, підтримує Україну, відкрита до нових форм туризму та прагне позитивного контенту серед негативних новин.

Поведінкові особливості аудиторії включають регулярне користування соціальними мережами, схильність ділитися контентом у своїх мережах, пошук емоційно насиченого візуального контенту та цінування коротких, але змістовних публікацій. Ці характеристики безпосередньо вплинули на формування контент-стратегії проєкту.

Контент-стратегія проєкту „**Travel Ukraine now**” враховує особливості визначеної аудиторії через візуальну привабливість, що досягається яскравою жовто-рожевою гамою та якісними зображеннями, які відповідають очікуванням Instagram-аудиторії. Емоційний вплив забезпечується позитивними історіями та життєстверджуючим контентом, що підтримує моральний дух аудиторії. Освітня функція реалізується через те, що кожна рубрика несе інформаційну цінність, розширюючи знання про Україну. Інтерактивність формату дозволяє отримувати зворотний зв'язок та будувати спільноту навколо проєкту.

Така стратегія позиціонування дозволяє проєкту ефективно виконувати функції інформування, натхнення та консолідації різних сегментів аудиторії навколо позитивного образу України в умовах війни.

2.5.2. Платформи поширення

Диверсифікація платформ поширення стала необхідною умовою для ефективного охоплення різних сегментів аудиторії та адаптації до змінних умов воєнного часу. Традиційні медіа та їх онлайн-версії зберігають важливу роль у створенні якісного, верифікованого контенту, який відповідає професійним стандартам журналістики. Друковані видання, незважаючи на зменшення тиражів, продовжують бути важливими для створення довгострокових аналітичних матеріалів та збереження архівної цінності публікацій. Телебачення та радіо залишаються ключовими платформами для оперативного інформування та досягнення широкої аудиторії.

Соціальні мережі та блог-платформи набули домінуючого значення для швидкого поширення актуальної інформації та створення прямого зв'язку з аудиторією. **Instagram** став ключовою платформою для візуального тревел-контенту, дозволяючи журналістам публікувати фото та відео в реальному часі,

використовувати сторіз для оперативних оновлень та створювати візуальні розповіді через карусельні пости. **Facebook** забезпечує можливості для довгих текстових публікацій, створення груп за інтересами та організації заходів. Telegram-канали стали особливо важливими для поширення оперативної інформації про безпеку подорожей.

Туристичні портали та додатки адаптувалися до нових умов, інтегруючи інформацію про безпеку, актуальний стан об'єктів та особливості подорожей в умовах війни. Спеціалізовані платформи розробили нові функції для відображення безпечних маршрутів, працюючих готелів та ресторанів, актуальної інформації про транспорт та послуги. Букінгові сервіси впровадили спеціальні позначки для об'єктів, що працюють в умовах війни, системи швидкого скасування та повернення коштів у разі погіршення безпекової ситуації.

Освітні ресурси та музейні проекти відкрили нові можливості для поширення тревел-контенту, інтегруючи його в навчальні програми та культурні ініціативи. Університети та школи використовують матеріали воєнної тревел-журналістики для вивчення сучасної історії, географії, культурології та медіаграмотності. Музеї створюють онлайн-виставки та віртуальні тури, що базуються на матеріалах тревел-журналістів, забезпечуючи збереження культурної пам'яті та освітню функцію.

2.6. Етичні виклики та професійні стандарти

2.6.1. Основні етичні дилеми

Робота тревел-журналістів в умовах війни породжує численні етичні дилеми, які потребують переосмислення традиційних підходів та розробки нових професійних стандартів. Визначення меж допустимого у висвітленні трагедій стало одним з найскладніших питань, з якими стикаються журналісти щодня. Необхідність інформувати суспільство про реальний стан речей конфліктує з етичним обов'язком не завдавати додаткової шкоди постраждалим та їхнім родинам. Журналісти змушені приймати складні рішення щодо публікації зображень зруйнованих будинків, пошкоджених культурних об'єктів та

особистих речей загиблих. Особливо делікатними є питання висвітлення місць масових поховань, релігійних об'єктів та дитячих установ.

Ризик травматизації аудиторії стає все більш актуальною проблемою в контексті постійного споживання контенту про війну та її наслідки. Читачі тревел-матеріалів, особливо ті, хто безпосередньо постраждав від воєнних дій, можуть зазнавати ретравматизації від перегляду зображень руйнувань або читання детальних описів трагічних подій. Психологи та медіа-дослідники відмічають зростання випадків тривожності, депресії та посттравматичного стресового розладу серед споживачів медіа-контенту воєнної тематики. Журналісти повинні враховувати психологічний вплив своїх матеріалів та розробляти стратегії мінімізації потенційної шкоди.

Комерціалізація воєнного досвіду становить особливо складну етичну проблему, оскільки тревел-індустрія традиційно орієнтована на отримання прибутку від туристичної діяльності. Виникають питання щодо етичності організації турів до місць бойових дій, продажу сувенірів, пов'язаних з війною, та використання трагічних подій для привернення уваги до туристичних продуктів. Журналісти повинні критично оцінювати ініціативи, які вони висвітлюють, та уникати просування проєктів, що експлуатують чуже горе заради комерційної вигоди. Водночас, важливо підтримувати ініціативи, спрямовані на економічне відновлення постраждалих регіонів через розвиток етичного туризму.

Відповідальність за безпеку джерел набула критичного значення в умовах, коли розголошення певної інформації може поставити під загрозу життя людей або завдати шкоди національній безпеці. Журналісти повинні ретельно оцінювати ризики для своїх співрозмовників та розробляти стратегії захисту їхньої ідентичності та безпеки. Це включає використання псевдонімів, зміну деталей особистих історій для запобігання ідентифікації, уникнення публікації геолокаційних даних, які можуть розкрити місцезнаходження джерел. Особливої уваги потребують інтерв'ю з військовими, волонтерами та цивільними особами, які працюють в небезпечних зонах.

2.6.2. Рекомендації для практиків

Розробка комплексних протоколів безпеки для журналістів стала першочерговим завданням для медійних організацій та професійних асоціацій в умовах роботи в зонах активних бойових дій та на територіях з підвищеним рівнем небезпеки. Ці протоколи повинні включати детальне планування поїздок з оцінкою ризиків, координацію з місцевими органами влади та силами безпеки, використання засобів індивідуального захисту та зв'язку, розробку планів евакуації та процедур дій в екстремальних ситуаціях. Журналісти повинні проходити спеціальну підготовку з питань безпеки, включаючи базові навички надання першої медичної допомоги, роботи в умовах стресу та прийняття рішень в критичних ситуаціях.

Формування керівних принципів етичного висвітлення воєнних подій в контексті тревел-журналістики потребує врахування специфіки жанру та його традиційної орієнтації на позитивний досвід та натхнення до подорожей. Ці принципи повинні включати чіткі рекомендації щодо балансування між документуванням реальності та збереженням людської гідності, використання відповідної мови та термінології, поваги до культурних та релігійних традицій різних спільнот. Особливої уваги потребують питання висвітлення дітей, людей похилого віку та осіб з інвалідністю, які можуть бути особливо вразливими до негативних наслідків публікацій.

Розвиток ефективних механізмів взаємодії з місцевими громадами стає критично важливим для створення автентичного та етичного контенту, який відображає реальні потреби та інтереси жителів постраждалих регіонів. Журналісти повинні інвестувати час у побудову довірчих відносин з місцевими спільнотами, вивчення контексту та історії регіонів, розуміння культурних особливостей та чутливих тем. Важливо залучати представників громад до планування та створення контенту, забезпечувати можливості для зворотного зв'язку та корекції матеріалів.

Система верифікації інформації в умовах війни повинна бути особливо ретельною та багаторівневою, враховуючи високі ризики поширення

дезінформації та пропаганди. Журналісти повинні використовувати множинні джерела для підтвердження фактів, застосовувати технічні засоби перевірки цифрового контенту, консультуватися з експертами та очевидцями подій. Особливу увагу слід приділяти верифікації візуального контенту, оскільки фотографії та відео можуть бути легко маніпульовані або взяті з неправильного контексту. Важливим елементом є документування процесу верифікації та збереження доказів достовірності інформації для можливого використання в майбутніх розслідуваннях або судових процесах.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволяє сформулювати комплексні висновки щодо трансформації тревел-журналістики в умовах воєнного конфлікту в Україні. Аналіз показує, що повномасштабне вторгнення кардинально змінило ландшафт українських медіа та туристичної індустрії. Тревел-журналістика як жанр зазнала радикальних трансформацій, адаптуючись до нових реалій та викликів воєнного часу.

Найбільш значущою зміною стала переорієнтація функцій тревел-журналістики з традиційного розважального та промоційного контенту на документування воєнних злочинів, збереження культурної пам'яті та формування міжнародної підтримки України. Майже всі проаналізовані тревел-медіа призупинили свою діяльність, за винятком **"The Ukraïner"** та кількох тревел-блогів, які переорієнтувалися на підтримку української армії та біженців. Це свідчить про глибокі структурні зміни в медійному ландшафті країни.

Дослідження виявило появу нових жанрових форм, зокрема воєнного туризму, меморіальної журналістики та реконструкційного тревел-контенту. Для практичної апробації виявлених теоретичних принципів було створено власний медіапроект **„Travel Ukraine now”**, який демонструє інноваційні підходи до висвітлення України через призму туризму та культури в умовах війни. Розроблений проєкт використовує мультимедійні технології, візуальну айдентику та емоційні наративи для створення потужного впливу на аудиторію.

Серед основних проблем туризму під час війни виділяються високий рівень небезпеки, значна кількість забруднених територій, воєнні злочини проти довкілля, повна переорієнтація туристичної інфраструктури та припинення діяльності туристичних підприємств. Водночас, спостерігається зростання внутрішнього туризму в західних та центральних регіонах України, що створює нові можливості для розвитку галузі.

Аналіз міжнародного досвіду та поточних тенденцій дозволяє сформулювати обґрунтовані прогнози розвитку тревел-журналістики у повоєнний період. Позитивні сигнали вже спостерігаються: туристична індустрія України почала відновлюватися з початку повномасштабного вторгнення та принесла майже 2 мільярди гривень до державного бюджету лише за перші 9 місяців 2023 року, а у першому кварталі 2024 року зростання туристичних прибуттів склало 21% порівняно з попереднім роком.

Серед ключових напрямів повоєнного відновлення дослідники виділяють залучення малого та середнього бізнесу, розвиток меморіального туризму, технологічну модернізацію туристичної індустрії, впровадження інновацій у державній підтримці, сприяння інвестиціям та партнерству з міжнародними компаніями. Ці тенденції безпосередньо вплинуть на еволюцію тревел-журналістики.

Очікується формування нових спеціалізацій у тревел-журналістиці, зокрема експертів з меморіального туризму, які будуть висвітлювати місця пам'яті та історичні локації, пов'язані з війною. Воєнний туризм стане окремим напрямом, що потребуватиме специфічних навичок етичного висвітлення та глибокого розуміння історичного контексту. Реконструкційна журналістика також виокремиться як самостійний жанр, фокусуючись на процесах відбудови туристичної інфраструктури.

Міжнародний досвід показує важливість підтримки партнерських зв'язків та формування "bucket-list" аспірацій для майбутніх туристів, подібно до стратегій, які використовувалися під час COVID-19. Тревел-журналісти

матимуть ключову роль у відновленні іміджу України як привабливої туристичної дестинації та залученні міжнародних відвідувачів.

Технологічні інновації стануть невід'ємною частиною майбутньої тревел-журналістики. Очікується широке використання віртуальної та доповненої реальності, інтерактивних карт, штучного інтелекту для персоналізації контенту та блокчейн-технологій для верифікації інформації. Ці інструменти дозволять створювати більш імерсивний та достовірний контент.

Рекомендації для медійної галузі

Етичні стандарти та протоколи безпеки

Медійні організації повинні розробити спеціалізовані етичні керівні принципи для висвітлення конфліктів, які включають захист журналістів під міжнародним гуманітарним правом та принципи мінімізації шкоди. Український досвід демонструє можливість дотримання найвищих стандартів журналістики навіть у найскладніших умовах, з більш ніж половиною оцінених видань (28 з 50), які отримали оцінку NewsGuard 80 або вище з 100.

Ключовими елементами етичних протоколів повинні стати тріангуляція інформації з соціальних мереж, верифікація джерел та уникнення ненавмисного поширення дезінформації. Особливої уваги потребує баланс між інформуванням громадськості та захистом жертв конфлікту від додаткової травматизації.

Психологічна підтримка та ментальне здоров'я

З огляду на те, що 65,8% українських журналістів повідомляють про психологічні проблеми, включаючи ПТСР, депресію та хронічний стрес, медійні організації повинні пріоритизувати ментальне здоров'я своїх співробітників. Рекомендується створення фондів та систем підтримки ментального здоров'я для дослідників, фактчекерів та журналістів, які працюють з воєнною тематикою.

Технологічні інновації та верифікація

Медійні організації повинні інвестувати в технології верифікації контенту та боротьби з дезінформацією, особливо враховуючи зростаючу загрозу ШІ-генерованого контенту. Важливою є розробка систематичних архівних політик

для збереження цифрового контенту військового періоду для майбутніх досліджень та судових процесів.

Фінансова стійкість та диверсифікація

З урахуванням того, що заморожування американського фінансування, яке раніше покривало близько 80% медійних грантів в Україні, посилює фінансову нестабільність, медійні організації повинні диверсифікувати джерела фінансування. Рекомендується розвиток моделей прямої підтримки від аудиторії, партнерства з міжнародними організаціями та створення стійких бізнес-моделей.

Перспективи подальших досліджень

Проведене дослідження окреслює кілька напрямів для майбутніх наукових розвідок у сфері тревел-журналістики та медіакомунікацій в умовах конфлікту. Першочерговою потребою є довгострокове лонгітюдне дослідження впливу війни на психологічний стан журналістів та їхню професійну діяльність. Такі дослідження дозволять розробити більш ефективні програми підтримки та реабілітації для медійних працівників.

Перспективним напрямом є компаративний аналіз досвіду різних країн у адаптації тревел-журналістики до умов конфлікту. Порівняння українського досвіду з практиками інших країн, що пережили війни (Хорватія, Боснія і Герцеговина, Сирія, Афганістан), може надати цінні інсайти для розробки універсальних підходів та кращих практик.

Важливою є розробка методологічних інструментів для оцінки ефективності тревел-контенту у формуванні міжнародного іміджу країни в умовах конфлікту. Це включає створення метрик для вимірювання впливу медіапроектів на туристичні наміри, рівень міжнародної підтримки та зміни у сприйнятті країни глобальною аудиторією.

Технологічний аспект також потребує глибшого вивчення. Дослідження ефективності різних цифрових платформ, ШІ-інструментів та технологій віртуальної реальності у створенні та поширенні тревел-контенту може сприяти розвитку інноваційних підходів до журналістики.

Нарешті, етичні аспекти тревел-журналістики в умовах конфлікту потребують міждисциплінарного підходу, що поєднує медійні дослідження, психологію, право та міжнародні відносини. Розробка етичних кодексів та керівних принципів для цієї специфічної сфери журналістики стане важливим внеском у розвиток професійних стандартів медійної галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Наукові джерела з теорії журналістики

1. Locoman, E., & Lau, R. R. (2024). Narratives of conflict: Russian media's evolving treatment of Ukraine (2013–2022). *Media, War & Conflict*, 17(4).
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/17506352241257053>
2. Mamedov, I. (2024). A fragile narrative: Transformations and consistency in the Russian representation of the war in Ukraine. *Media, War & Conflict*.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/17506352241264436>
3. Shevchenko, V., Malysh, N., & Tkachuk-Miroshnychenko, O. (2022). Ukrainian Travel Media: Analysis of Thematic Categories. *Media Studies*, 13(25), 125-146.
https://www.researchgate.net/publication/362658412_Ukrainian_Travel_Media_Analysis_of_Thematic_Categories
4. Parry, K. (2025). Editorial Introduction: Media, War & Conflict's 15-Year Anniversary Special Issue. *Media, War & Conflict*, 18(1).
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/17506352251341806>
5. Matheson, D. (2022). The Ethics of War Reporting. In *The Routledge Companion to New Media and Politics* (pp. 425-438). Routledge.
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003174790-32/ethics-war-reporting-donald-matheson>
6. Wyatt, W. (Ed.). (2014). *The Ethics of Journalism*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/ethics-journalism>

7. Fielden, L. (2012). *Regulating for Trust in Journalism: Standards Regulation in the era of blended media*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/regulating-trust-journalism-standards-regulation-era-blended-media>
8. Fahmy, S., Salama, M., & Alsaba, M. (2024). Shattered Lives, Unbroken Stories: Journalists' Perspectives from the Frontlines of War. *American University in Cairo Research*. <https://www.aucegypt.edu/news/reporting-conflict-zones>
9. Lukacovic, M. N. (2016). Peace journalism and radical media ethics. *Conflict & Communication*, 15(2), 1-9. <https://warpreventioninitiative.org/peace-science-digest/peace-journalism-and-media-ethics/>
10. White, A. (2016). When Journalists go to war: Ethics, safety and solidarity in journalism. *Ethical Journalism Network*. <https://ethicaljournalismnetwork.org/ethics-safety-solidarity-journalism>

Дослідження воєнної комунікації

11. Reuters Institute for the Study of Journalism. (2022). Perceptions of media coverage of the war in Ukraine. *Digital News Report 2022*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/perceptions-media-coverage-war-Ukraine>
12. European Centre for Press and Media Freedom. (2025). Three years of war: The reality for Ukrainian media. <https://www.ecpmf.eu/three-years-of-war-the-reality-for-ukrainian-media/>
13. Nieman Reports. (2024). How Ukrainian Media Is Navigating the Challenge of Reporting Ethically on the Russian Invasion. <https://niemanreports.org/how-ukrainian-media-is-navigating-the-challenge-of-reporting-ethically-on-the-russian-invasion/>
14. Georgetown Journal of International Affairs. (2024). Russia-Ukraine War Through the Eyes of Social Media. <https://gjia.georgetown.edu/2024/02/02/russia-ukraine-through-the-eyes-of-social-media/>

15. Szostek, J., & Orlova, D. (2023). Free speech versus defence of the nation? The media as sources of national insecurity in Ukraine. *European Security*, 32(3).
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09662839.2023.2231369>
 16. Spencer-Thomas, O. (2024). Visual War Journalism. *Digital Journalism*, 12(8).
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2024.2443153>
 17. Media Sustainability Index. (2016). The Development of Sustainable Independent Media in Ukraine. IREX.
 18. Rao, S. (2003). Media at War: Issues and Limitations. *Institute for Defence Studies and Analyses*.
https://ciaotest.cc.columbia.edu/olj/sa/sa_dec00raa01.html
 19. European Digital Media Observatory. (2022). 10 Recommendations by the Taskforce on Disinformation and the War in Ukraine.
<https://edmo.eu/publications/10-recommendations-by-the-taskforce-on-disinformation-and-the-war-in-ukraine/>
 20. Council of Europe. (2025). Press freedom report warns of risks of reporting Ukraine war and persistent threats to media freedom across Europe.
<https://www.coe.int/en/web/portal/-/press-freedom-report-warns-of-risks-of-reporting-ukraine-war-and-persistent-threats-to-media-freedom-across-europe>
- Публікації з туристичної індустрії**
21. Tan, J., & Cheng, M. (2024). Tourism, War, and Media: The Russia-Ukraine War Narrative. *Journal of Travel Research*.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00472875241245047>
 22. Tomej, K., & Bilynets, I. (2024). Large-scale tourism transformations through regeneration: A living systems perspective on tourism developments in Ukraine during the war. *Annals of Tourism Research*.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738324001336>
 23. Bobek, V., Gotal, G., & Horvat, T. (2023). Impacts of the 2022 War in Ukraine on the Travel Habits of Ukrainian Tourists. *Our Economy*, 69(3).
https://www.researchgate.net/publication/374923887_Impacts_of_the_2022_War_in_Ukraine_on_the_Travel_Habits_of_Ukrainian_Tourists

24. Levytska, I., et al. (2023). Tourist Potential of Ukraine: Challenges and Prospects of the Post-War Time. *Journal of Environmental Management and Tourism*. <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/7679>
25. Management and Entrepreneurship Research Group. (2023). Identification of problems and post-war recovery of tourism in Ukraine. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*. <https://management-journal.org.ua/index.php/journal/article/view/485>
26. UNWTO. (2022). Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism. <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism>
27. Visit Ukraine. (2024). Tourism in times of war: which regions of Ukraine are showing growth. <https://visitukraine.today/blog/5333/tourism-in-times-of-war-which-regions-of-ukraine-are-showing-growth>
28. Visit Ukraine. (2024). How the hotel and tourism business works in Ukraine during the war: about resilience and innovation. <https://visitukraine.today/blog/2824/resilience-and-innovation-how-the-hotel-and-tourism-business-in-ukraine-works-in-the-context-of-war>
29. Visit Ukraine. (2024). Reviving tourism after the war: what does international experience tell us and what opportunities are there for Ukraine? <https://visitukraine.today/blog/3658/reviving-tourism-after-the-war-what-does-international-experience-tell-us-and-what-opportunities-are-there-for-ukraine>
30. The Week. (2024). War tours: how tourism in Ukraine is bouncing back. <https://theweek.com/culture-life/travel/war-tours-how-tourism-in-ukraine-is-bouncing-back>

Етичні кодекси журналістських організацій

31. International Federation of Journalists. (2019). Global Charter of Ethics for Journalists. <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists>
32. Committee to Protect Journalists. (2023). Resources for journalists covering conflict. <https://cpj.org/resources-for-journalists-covering-conflict/>

33. Committee to Protect Journalists. (2023). Physical Safety: War Reporting. <https://cpj.org/2019/10/physical-safety-war-reporting/>
34. Committee to Protect Journalists. (2011). On Assignment: Covering Conflicts Safely. <https://cpj.org/reports/2003/02/journalist----safety----guide/>
35. International Center for Journalists. (2022). Ethical Tips for Journalists Reporting on Conflict. <https://www.icfj.org/news/ethical-tips-journalists-reporting-conflict>
36. Reuters. (2024). Reuters Journalistic Standards. <https://reutersagency.com/about/standards-values/>
37. Thomson Reuters Foundation. (2024). Handbook of Journalism. <https://www.trust.org/contentAsset/raw-data/652966ab-c90b-4252-b4a5-db8ed1d438ce/file>
38. Ethical Journalism Network. (2023). Ethics matter in telling the story of Ukraine. <https://ethicaljournalismnetwork.org/ethics-matter-in-telling-the-story-of-ukraine>
39. Ethical Journalism Network. (2022). When Journalists go to war: Ethical Information and making the peace. <https://ethicaljournalismnetwork.org/ethical-information-making-peace>
40. WAN-IFRA. (2022). Reporting conflict: Ukraine war raises ethical questions for journalists. <https://wan-ifra.org/2022/11/reporting-conflict-ukraine-war-raises-ethical-questions-for-journalists/>

Актуальні медійні матеріали (2022-2024 рр.)

41. Lytvynova, P. (2024, February 25). I'm a Ukrainian journalist. I never expected to be a war reporter in my own country. *NPR*. <https://www.npr.org/2024/02/25/1231757996/ukraine-war-journalist-covering-russia-invasion>
42. McBride, K. (2022, February 28). Ethical considerations for journalists as a Russian invasion of Ukraine unfolds. *Poynter Institute*. <https://www.poynter.org/ethics-trust/2022/ethical-considerations-for-journalists-as-a-russian-invasion-of-ukraine-looms/>

43. FINN Partners. (2024, September 27). We Are Here: Backstage of Reviving Ukraine's Tourism Future. <https://www.finnpartners.com/uk/news-insights/ukraine-is-here-backstage-of-reviving-ukraines-tourism-future/>
44. Atlantic Council. (2024). Media coverage of Ukraine must balance public interest and victim privacy. <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/new-atlanticist/media-coverage-of-ukraine-must-balance-public-interest-and-victim-privacy/>
45. The Media Line. (2024). When War Reporting Becomes Its Own Battlefield. <https://themedialine.org/life-lines/when-war-reporting-becomes-its-own-battlefield/>
46. Ukrainian Media Fund. (2024). Supporting Ukrainian journalists and publishers in times of war. <https://www.ukrainianmediafund.eu/>
47. Gradus Research. (2023). Where do Ukrainians read the news: changes in media consumption. <https://gradus.app/en/open-reports/gradus-research-changes-in-media-consumption-ua/>
48. Razom for Ukraine. (2022). Media in Ukraine. <https://www.razomforukraine.org/projects/policyreport/media-in-ukraine/>
49. Harvard Ukrainian Research Institute. (2024). Ukrainian Research Resources. <https://www.huri.harvard.edu/>
50. InterAction Council. (2024). Ethics, Media, and Public Policy: Honoring the Fallen Soldiers of the Iraq War. <https://www.interactioncouncil.org/publications/ethics-media-and-public-policy-honoring-fallen-soldiers-iraq-war>

АНОТАЦІЯ

Українською мовою:

Дана бакалаврська робота досліджує трансформації тревел-журналістики в умовах воєнного конфлікту на прикладі України після 24 лютого 2022 року. Дослідження аналізує радикальні зміни функцій, жанрових форм та етичних стандартів тревел-журналістики, яка переорієнтувалася з розважального контенту на документування воєнних злочинів, збереження культурної пам'яті та формування міжнародної підтримки. Особлива увага приділяється аналізу успішного кейсу медіапроєкту „Travel Ukraine now”, який демонструє інноваційні підходи до адаптації жанру. Дослідження виявляє появу нових форм контенту, включаючи воєнний туризм, меморіальну журналістику та віртуальні подорожі, а також окреслює перспективи розвитку галузі у повоєнний період. Робота включає розробку власного медіапроєкту та формулювання практичних рекомендацій для медійної галузі.

Ключові слова: тревел-журналістика, війна, медіапроєкт, Travel Ukraine now, мультимедіа, етика журналістики, жанрові трансформації, воєнний туризм, цифрові медіа, соціальні мережі, меморіальна журналістика, віртуальний туризм

English:

This thesis examines the transformation of travel journalism during wartime conflict, using Ukraine after February 24, 2022, as a case study. The research analyzes radical changes in functions, genres, and ethical standards of travel journalism, which has shifted from entertainment content to documenting war crimes, preserving cultural memory, and building international support. Special attention is given to analyzing the successful case of the Travel Ukraine now media project, which demonstrates innovative approaches to genre adaptation. The study reveals the emergence of new content forms, including war tourism, memorial journalism, and virtual travel, while outlining prospects for industry development in the post-war period. The work includes the development of an original media project and formulation of practical recommendations for the media industry.

Keywords: travel journalism, war, media project, Travel Ukraine now, multimedia, journalism ethics, genre transformations, war tourism, digital media, social networks, memorial journalism, virtual tourism