

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ТРЕВЕЛ-ВЛОГ ЯК СУЧАСНИЙ ФОРМАТ РЕПОРТАЖУ
НА ПРИКЛАДІ ВІДЕОПРОЄКТУ ДЛЯ ЮТУБУ**

Здобувача першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
групи ЖУРБ-2-22-4.0д.
галузі знань 06 Журналістика,
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.01
Журналістика
Максімчук Юлія Олександрівна

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

_____ (підпис студента) (ініціали, прізвище)

Науковий керівник:
Лісневська А.Л.,
доцент, кандидат педагогічних наук

Розширена шкала _____

Кількість балів: ____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

І.В. Погребняк,

завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2026 рік

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

- 1.1. Обґрунтування актуальності відеопроєкту з тревел-журналістики
- 1.2. Мета і завдання кваліфікаційної роботи
- 1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку

II. Тревел-влог як сучасний формат журналістського репортажу

- 2.1. Генезис “журналістики мандрів”
- 2.2. Дотримання професійних стандартів та специфіка репортажного метода у роботі тревел-влогера
- 2.3. Контент-аналіз відеопродуктів з тревел-журналістики на платформі “Ютуб”
- 2.4. Цільова аудиторія тревел-влогів про активний туризм
- 2.5. Концепція, структура, формат відеопродуктів авторського відеопроєкту “Експедиція в Піренеї”
- 2.6. Технічні засоби та результати реалізації відеопроєкту
- 2.7. Висновки

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ

V. АНОТАЦІЯ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування актуальності відеопроєкту з тревел-журналістики.

Журналістика мандрів користується популярністю досить давно. Колись це були щоденники експедицій у форматі роману, потім вони перетворилися у професійну фотографію з лонгрідами, а з часом з'явилися телевізійні шоу. Із появою соціальних мереж журналістика мандрів трансформувалася в цифрові аналоги, одним із її жанрів є тревел-влог.

За останні десятиліття, з розвитком цифровізації, такі відео почали набирати неабияку популярність. Дослідниці Т. Євсюкова і Т. Гермашева у своїх роботах зауважили, що через вкрай високу потребу людей у спілкуванні та співучасті, блогерство стало набирати популярність. Такий онлайн-щоденник створює ефект приналежності до спільноти через те, що є можливість комунікувати з авторами контенту [1]. Глядачам цікаво дивитися відео про подорожі через сильний потяг до самовдосконалення та інтерес до соціуму та землі. Вони хочуть дізнатися про світ крізь призму досвіду мандрівників, які подорожують по ньому.

Створення пішого тревел-влогу в гірській місцевості обумовлено стійкою тенденцією до зростання попиту на мандрівницький контент. Зокрема, у 2025 році популярність подібних сюжетів зросла на 64% [2]. В українському медіапросторі пішохідні автономні тревел-влоги зустрічаються рідко. Це створює підґрунтя для розвитку подібних відео та визначає його доцільність дослідження і реалізації. Реалізація зазначеного проєкту уможлиблює аналіз функціонування тревел-влогу в різноманітних культурних і природних контекстах.

Відеоблог є одним із провідних форматів сприйняття подорожей у цифровому середовищі, однак пішохідний гірський тревел-контент в українському відеопросторі досі залишається малопредставленим. У роботі "Експедиція в Піренеї" розглядається проблема побудови сучасного журналістського репортажу у форматі відеоблогу в умовах реальної експедиції.

1.2. Мета і завдання кваліфікаційної роботи.

Мета: розглянути процес створення тревел-влогу як сучасного формату журналістського репортажу та створити відеопроєкт для ютубу “Експедиція в Піренеї”.

Завдання:

1. Дослідити генезис та еволюцію жанру тревел-влогу як складової журналістики мандрів та визначити основні етапи його трансформації;
2. Проаналізувати місце тревел-влогу в сучасному українському медіапросторі та особливості його функціонування на цифрових платформах;
3. Визначити специфіку тревел-влогу як сучасної форми журналістського репортажу;
4. Дослідити візуальні та наративні засоби вираження у тревел-журналістиці та їх вплив на сприйняття аудиторії;
5. Розробити концепцію авторського тревел-влогу з урахуванням жанрових і форматних особливостей;
6. Реалізувати основні етапи виробництва тревел-влогу, здійснити його реалізацію на платформі “Ютуб” та проаналізувати результати створеного відеопродукту.

Основна концепція – документальний тревел-репортаж.

Ідея – створення якісного тревел-влогу передбачає відображення характерних рис подорожі, відтворення атмосфери місця та досягнення ефекту присутності глядача, а також органічне поєднання елементів особистого авторського досвіду з дотриманням засадничих журналістських стандартів.

Об’єкт – сучасні аудіовізуальні медіаформати журналістики мандрів, зокрема тревел-влоги як елемент цифрового медіапростору.

Предмет – тревел-влог “Експедиція в Піренеї” на платформі “Ютуб”

1.3 Перелік методів здійснення творчого пошуку.

Творчий пошук розпочався задовго до безпосередньої роботи над проєктом. Першочергово було проаналізовано професійні навички автора, виходячи з цього, визначився формат мандрівницького відеовлогу. Рішення зробити пішохідне тревел-відео мотивоване потребою створити масштабний знімальний проєкт.

Вибір локації зйомки став невід'ємною частиною творчого процесу. Особлива увага приділялася кліматичним особливостям країни, до якої планувалася подорож. З огляду на це, Іспанія виявилася обґрунтованим вибором. У Піренейських горах практично відсутні обмеження щодо кемпінгу, а наявність гірських притулків суттєво підвищує рівень безпеки під час мандрівки.

Після цього планувався маршрут. Завдяки попередньому досвіду подібних зйомок, визначено оптимальну тривалість подорожі (3 дні). Такий термін дає можливість зафільмувати достатньо матеріалу для того, щоб виготовити повноцінне мандрівницьке відео. Для створення туристично-знімальних маршрутів, у яких мали б бути природні, культурні та історичні об'єкти проаналізовано топографічні карти Аранської долини.

Завдяки всій вищезгаданій роботі, з'явився фундамент для створення сценарію. Паралельно здійснювався детальний аналіз інформаційних джерел. Також проводилася оцінка сучасного тревел-контенту на платформі "Ютуб" для того, щоб вивчити сценарні підходи та засоби утримання уваги глядача. Використано метод контент-аналізу подібних відеопроєктів. Проаналізовано такі канали як: "Хашці"; "Однією правою"; "Світ навиворіт", а також й інші подібні роботи мандрівницької тематики, які мали велику кількість переглядів. Окрема увага приділялася сценарному моделюванню. Для цього опрацьовувалася література про побудову драматургії у відео, щоб цілісно сформулювати структуру майбутнього тревел-влогу. Даний крок корисний для розвитку надивленості.

На етапі постпродакшну було застосовано методи відбору та монтажу матеріалу найкращих кадрів, підбору музичного супроводу та звукового оформлення. Значну роль у цьому процесі відіграв попередній досвід створення тревел-влогу. Завдяки йому, було передчасно проведено роботу над помилками та враховано їх під час реалізації нового проєкту.

У процесі створення візуального оформлення для відео здійснено аналіз обкладинок аналогічного контенту на ютуб.

II. ТРЕВЕЛ-ВЛОГ ЯК СУЧАСНИЙ ФОРМАТ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО РЕПОРТАЖУ

2.1. Генезис “журналістики” мандрів

Витоки тревел-журналістики сягають ранніх форм подорожніх описів, які з’явилися ще в античності. Батьком цього жанру вважають Геродота з його працею “Історія перських війн”. Подорожуючи землями, давньогрецький історик збирав матеріали, а потім на їх основі створював свої роботи. Разом з тим використовував елементи сучасного тревел-репортажу. Він фіксував не лише дати битв, а й побут, звичаї, культури та міфи різних народів. Описи базувалися на принципі дослідження чужих територій та їх порівняння з рідним домом.

Водночас у процесі еволюції журналістики мандрів, поруч із літературою подорожей з’являється тревелог. Олена Юферева у статті “Наративні тенденції сучасної української тревел-журналістики в соціокультурній перспективі”, посилаючись на Jonathan Vorn, підводить до думки, що тревелог і подорожню літературу слід розмежовувати, оскільки “тревелог має слабкі наративні прояви”. На думку дослідниці, “тревелог є перехідною одиницею і відрізняється своїм тяжінням до описовості, що не дозволяє розглядати його в контексті літературної журналістики” [4].

“Перші твори, які можна вважати прообразами тревелогів, з’явилися ще в античні часи. Одним із найдавніших авторів був Ксенофонт (5 ст. до н.е.), який у творі Анабазис описав відступ грецьких найманців та власні мандрівні спостереження.

У 6 столітті візантійський мандрівник Козьма Індікоплов створив трактат Християнська топографія, у якому поєднав описи своїх подорожей із уявленнями про будову світу.

Видатним автором середньовічних подорожніх записів став Марко Поло (1254–1324). Майже двадцять років він провів у Китаї та інших країнах Азії, а свої враження виклав у “Книга чудес світу”.

У 16 столітті португальський мореплавець Фернан Пінту (1509–1583) став одним із перших європейців, які описали Японію. Його книга Паломництво містить детальні розповіді про подорожі країнами Азії. У 16 столітті іспанські та португальські мандрівники активно фіксували свої подорожні враження. Однак такі тексти ще мали архаїчний характер: художність у них виникала радше природно, ніж була свідомим літературним задумом. Справжній розвиток тревелогу як літературного жанру припадає на 18 – 20 століття, коли особливо активно почали подорожувати англійці. Саме тоді подорожні записи набули рис художньої прози. Тревелоги створювали багато відомих письменників, зокрема Дефо Д., Філдінг Г., Гете Й., Гейне Г., Твен М. та Діккенс Ч. Водночас у багатьох таких творах помітне прагнення авторів підкреслити перевагу власної культури над чужою, через що формувалися численні стереотипи про незнайомі народи та країни [5].”

Винахід друкарського верстата помітно вплинув на розвиток журналістики в цілому. У 18 столітті газети стали одним із основних інструментів для поширення текстів про подорожі. Саме в цей період зростає інтерес суспільства до описів інших країн, культур і способу життя різних народів. Подорожні нотатки, щоденники мореплавців, дипломатів, купців і дослідників публікувалися у періодичних виданнях та поступово формували основу майбутньої тревел-журналістики [10]. Поетапно подорожні описи трансформувалися та все більше набували рис журналістського матеріалу, виконуючи не лише розважальну, а й пізнавальну та просвітницьку функції. Зі зростанням інтересу до подорожей виникла потреба в систематизованих інформаційних джерелах, які могли б супроводжувати мандрівників під час поїздок. Так почали з’являтися на світ путівники.

“Ще до цього, із середини 17 століття, серед заможних європейських сімей поширився так званий Гранд-тур – заздалегідь спланована подорож культурними центрами континентальної Європи, покликана забезпечити молодих людей ґрунтовною освітою. Аристократичні мандрівники нерідко

описували свої поїздки в мемуарах, однак такі тексти більше демонстрували культурний рівень автора, ніж надавали практичні поради для подорожей.

Потреба у практичних порадах особливо зросла наприкінці 18 – на початку 19 століття, коли подорожувати почали не лише аристократи, а й представники середнього класу. Важливу роль у розвитку туристичних путівників відіграла британська письменниця й мандрівниця Маріанна Старк. У своїх книгах вона описувала практичні аспекти подорожей – від отримання паспортів і пошуку житла до планування витрат. Її праці стали важливим кроком у переході від подорожніх мемуарів до туристичних путівників. Старк також запровадила систему оцінювання пам'яток за допомогою знаків оклику, зробивши інформацію більш зрозумілою та зручною для мандрівників.

Її видавець Джон Муррей помітив потенціал таких видань. Після виходу останньої книги Старк у 1832 році видавництво Мюррея продовжило розвивати формат практичних путівників, заклавши основу сучасної туристичної літератури” [3].

Наприкінці 19 – на початку 20 століття мандрівницькі тексти все більше інтегрувалися в пресу. Газети та журнали публікували репортажі кореспондентів із різних країн світу, а подорожі дедалі частіше ставали темою журналістських матеріалів. На відміну від ранніх мемуарів чи путівників, такі тексти поєднували фактичну інформацію, авторські враження, аналітику та елементи репортажу. Саме в цей період почала формуватися тревел-журналістика як окремий напрям медіа й саме поняття жанру розширювалося. З'явилися пригодницькі мемуари, духовна одіссея, наратив про вигнання. Водночас автори дедалі ретельніше замислювалися над тоном своїх текстів, особливостями аудиторії та політичним контекстом подорожей, а також над тим, як подорожі та їх опис можуть формувати уявлення читачів про інші культури й країни.

Поява фотографії, а згодом і відеозйомки, дала журналістам можливість не лише описувати подорожі текстом, а й використовувати аудіовізуальні засоби

для більш повного та емоційного висвітлення побаченого. Це зробило матеріали про мандри більш наочними, достовірними та доступними для широкої аудиторії.

З розвитком інтернету та технологій підхід до висвітлення подорожей суттєво змінився. Цифрова революція дала змогу мандрівникам публікувати особисті щоденники з будь-якої точки світу. Це та онлайн-платформи відкрили нові можливості для взаємодії з аудиторією завдяки інтерактивному формату комунікації, що створює ефект присутності та формує відчуття спільноти між автором і глядачами.

У сучасному медіапросторі контент про подорожі дедалі більше орієнтується на привернення уваги масової аудиторії та конкуренцію за її зацікавленість. У результаті створюється велика кількість медіапродуктів – телевізійних програм, радіошоу, друкованих матеріалів, путівників, журналів і цифрового контенту. Значна частина таких матеріалів робить акцент не стільки на глибині чи аналітичності, скільки на візуальній привабливості та емоційному впливі. Яскраві фотографії, динамічний монтаж, провокативні заголовки та швидке виробництво контенту стають інструментами для утримання уваги аудиторії й забезпечення популярності медіапродукту на інформаційному ринку.

2.2 Дотримання професійних стандартів та специфіка репортажного метода у роботі з тревел-влогом.

Головною метою інтеграції репортажу, тревел-влогінгу та документального кіновиробництва в роботу “Експедиція в Піренеї” було дотримання журналістських вимог. Стиль репортажу в основі статті полягав у підході автора, який був присутній на місці подій та фіксував реальні обставини та одночасно використовував метод спостереження, інтерв'ю, і передавав атмосферу за допомогою камери та аудіо.

“Відеографія також пов'язана з сучасними моделями споживання інформації. Згідно з систематичним оглядом літератури, короткоформатні відеоплатформи сьогодні функціонують як ключові медіа-канали для

споживання новин, особливо серед молодшої аудиторії. Новинний контент у таких середовищах здебільшого сприймається не через цілеспрямований пошук, а через алгоритмічно сформовані стрічки та випадкову експозицію до інформації” [11, с 474-475].

Саме тому в бакалаврській кваліфікаційній роботі були важливі почуття учасників, атмосфера та те, як звук і жива присутність розміщені в кадрі. Метод ефективний, коли метою відео є створення будь-якої реальної присутності та емоційного зв'язку з аудиторією.

Під час зйомок особлива увага приділялася дотриманню журналістських стандартів. У процесі важливо було уникати повної суб'єктивності та документувати все, що відбувалось на шляху.

До самої експедиції проводилося детальне дослідження Аранської долини. Для підготовки використовувалися англійські й іспаномовні ресурси. Це дозволило отримати більше локальної інформації про маршрути та особливості регіону. Вся інформація, представлена у відео, була перевірена кількома джерелами, щоб уникнути можливості помилок.

У кваліфікаційній роботі також використано елементи інтерв'ю. А саме, розмова з іншими туристами, які були більш підготовлені до погодних умов. Ця частина відео дозволила показати різні погляди на мандрівку та зробити матеріал більш збалансованим. Власний досвід у тревел-влозі часто є емоційним і суб'єктивним, тоді як коментарі інших учасників допомагають ширше показати ситуацію.

Погодні умови та якості маршруту уважно вивчалися перед поїздкою, але ситуація стала значно складнішою, ніж очікувалося. Погода в Піренеях була суворішою, ніж передбачалося. Пориви вітру та низькі температури були сильними в горах протягом усього часу. Суворі умови подорожі залежали від самого походу, а також від сценарію та зйомок. Водночас обставини такої природи дозволили зобразити більш справжні почуття, щось, що було правдивим для перебування в горах, без будь-якої штучної драматизації чи прикрас.

Під час монтажу зберігалася хронологія подій, і зміст у кадрах не був змінений. Вагомість цього полягає не лише в красивих кадрах дикої природи, але й у фізичній втомі, викликах маршруту, щоденних взаємодіях самої експедиції – усе це надає автентичності та відчуття присутності глядача.

2.3 Контент-аналіз відеопроductів з тревел-журналістики на платформі “Ютуб”

Для удосконалення процесу створення відеопроєкту, вивчався досвід подібних журналістських продуктів.

1. Ютуб - проєкт “Хаші”

Цей ютуб-проєкт змінює погляд глядачів на Україну. Він показує ті куточки країни, про які майже не розповідають. У відео демонструють маловідомі сторінки локальної історії, мертві та вимираючі села. Часто можна побачити жителів цих сіл та містечок з їх долями, дивовижну українську природу, особливості менталітету й намагання поглянути на звичні речі під іншим кутом зору. [7]

Контент представлений у форматі багатосерійних експедиційних відео. “Хаші” використовують два канали комунікації – “Інстаграм” та “Ютуб”. Інстаграм використовується переважно для більш якісної комунікації з підписниками. Там можна побачити короткі відеофрагменти з експедиції, фотозвіти та анонси нових випусків. Водночас “Ютуб” залишається основною платформою, де виходять повноформатні документальні сюжети. У них домінує формат довгих відео та атмосферного візуального сторітелінгу. Для проєкту характерний більш повільний темп оповіді, не динамічний монтаж й акцент на природності кадру.

Їхня цільова аудиторія є україномовною та переважно це молодь 18 – 35 років, які цікавляться подорожами та локальною ідентичністю.

Після початку повномасштабного вторгнення контент “Хашів” почав більше фокусуватися на темі змін у суспільстві та тому, як зберегти культурну пам’ять регіонів.

2. “Однією правою”

Проект “Однією правою” орієнтований на популяризацію сучасної української культури через гумористичні та лайфстайл-формати. Основними темами роликів є подорожі, гірські походи, локальна культура та особливості життя в різних країнах і регіонах.[8]

Контент публікується на двох платформах: “Інстаграм” та “Ютуб”. Всі експедиції публікуються на сервісі “Ютуб”, а “Інстаграм” використовується для анонсів випусків та для створення додаткового заохочувального контенту.

Випускам характерний легкий та трохи емоційний стиль подачі. Це жанрова суміш тревел-журналістики та особистого влогу.

Увага приділяється атмосфері подорожей, екстремальному відпочинку, природним ландшафтам та живому спілкуванню з місцевими жителями. Візуально це побудовано на динамічному монтажі, великій кількості пейзажних кадрів та активному використанні екшн-зйомки.

Основна аудиторія проекту – молодь (віком 18–35 років), яка цікавиться подорожами, активним відпочинком та відкриттям нових місць.

3. “Світ навиворіт”

Проект є однією із найпопулярніших телепрограм в Україні. Її концепція відрізняється від багатьох інших подібних жанрових відео. Причиною є те, що там показуються подорожі в найекзотичніші країни світу, які не користуються великою популярністю серед туристів. Під час перегляду глядач занурюється в культуру, традиції, побут та разом із ведучим досліджує життя людей. [9]

Контент побудований на багатосерійних випусках. Кожен сезон присвячений окремій країні або регіону, в середньому має 12-16 епізодів тривалістю 50 хвилин.

У випусках поєднуються елементи тревел-журналістики, документалістики та репортажу. Особлива увага приділяється атмосфері подорожей, екстремальному відпочинку, природним ландшафтам та живому спілкуванню з місцевими жителями. Візуально епізоди побудовані на динамічному монтажі, великій кількості пейзажних кадрів та активному використанні екшн-зйомки. Особливу роль у популярності проекту зіграла

харизма журналіста – Дмитра Комарова. В кадрі він розмовляє дуже щиро, емоційно та вмінням легко встановлювати контакт із людьми різних культур і соціальних середовищ. Журналіст часто бере безпосередню участь у небезпечних або незвичних ситуаціях, що підсилює довіру та інтерес глядачів.

Програма створилася в 2010 році та транслювалася на каналі 1+1. Також з 2019 року ці випуски можна знайти на ютубі.

Основна аудиторія проєкту – люди, які хочуть розширити свій світогляд та обізнанність до інших світових культур.

Після початку повномасштабного вторгнення, зміст проєкту почав почав концентруватися на українських регіонах, місцевому туризмі та переосмисленні України через подорожі.

2.4. Цільова аудиторія тревел-влогів про активний туризм.

Аудиторія туристичних влогів, які орієнтовані на активний туризм зазвичай складається з цифрово активних користувачів. Переважно це люди, які належать до покоління міленіалів і Gen Z.

У процесі аналізу цільову аудиторію було поділено на кілька сегментів: любителі активного відпочинку, прихильники пригодницького туризму, екологічно свідомі мандрівники та дослідники, які прагнуть відкрити маловідомі або віддалені місця.

Для активної туристичної аудиторії кінцевою метою перегляду є спонукання до дії. Глядачі звертаються до влогів з метою планування власних маршрутів, вивчення нових методів виживання, а також пошуку прихованих локацій у важкодоступних куточках природи.

На це вказують результати дослідження [6], які засвідчують, що туристи сприймають тревел-влоги як цінне та надійне джерело інформації. Якість контенту в поєднанні з довірою до автора формує у глядачів стійке бажання відвідати певну дестинацію [6].

2.5. Концепція, структура, формат відеопроductів авторського відеопроєкту “Експедиція в Піренеї”

Тема: створення пішохідної експедиційної історії у форматі пізнавального тревел-контенту. Проект має на меті надати досвід, схожий на той, що відчуваєш у горах, у змішаній структурі репортажного спостереження та авторської розповіді.

Проблематика: проект вирішує проблему відображення автентичних туристичних вражень у цифровому медіапросторі, перебуваючи на межі між документальним і розважальним форматами мандрівницького контенту. Особлива увага приділяється передачі автентичного досвіду експедиції.

Жанр: подорожній нарис з елементами експедиційного відеоблогу.

Контент: У відео використано матеріали експедиції, переходи до маршрутів, природні ландшафти, репортажні сцени з руху, атмосферні кадри середовища, епізоди авторського коментування, висновки та звук живої природи.

Аудиторія: цільова аудиторія охоплює людей, які цікавляться подорожами, історією, та візуальним дослідженням різноманітних локацій. За показниками поширення моїх туристичних відео, то це переважно глядачі віком від 18 до 24 років, і вони переходять на ютуб-канал через рекомендації інших відео про мандри чи дослідження не дуже відомих місцин.

Мотивація аудиторії: ефект присутності, емоційне занурення у подорож, візуальна привабливість природних локацій, саморозвиток.

Критерії для вибору елементів формату: динамічний монтаж, природний звук як основа. Більше візуальної складової, простота подачі, емоційність і пряме звернення до глядача.

Хронометраж: 35 –40 хвилин

Матеріали, які використовувались: музика, інтерв'ю, статичні та динамічні кадри природи, коментарі ведучих, природні шуми.

Стилістика оформлення: природна кольорокорекція, лаконічні титри, атмосферний музичний супровід, ритмічний монтаж.

Штат: складається з двох осіб, які виконували функції планування подорожі, зйомки, монтажу, коментування в кадрі та написання сценарію.

2.6. Технічні засоби та результати реалізації відеопроєкту

Для реалізації проєкту використовувалася цифрова камера. Допоміжним інструментом слугував смартфон із можливістю відеозйомки у форматі 4K, який застосовувався на складних ділянках маршруту, а також в умовах недостатнього освітлення. Під час зйомки на камеру використовувався стабілізатор, що забезпечував плавність зображення та виконував функцію штативу.

Аудіофіксація здійснювалася за допомогою спеціалізованих мікрофонів. Це особливо важливо в гірських умовах, де зйомка супроводжується значними перешкодами від вітру, а отже, використання професійного мікрофонного обладнання є необхідною умовою отримання якісного аудіоматеріалу.

Весь монтаж здійснювався в одній програмі – DaVinci Resolve. Там присутні зручні відділи для кольорокорекції, редакції відео та тексту. Програмне забезпечення гарантувало стабільну обробку значного обсягу відеоматеріалу.

Для публікації та просування бакалаврської кваліфікаційної роботи використовувалася платформа “Ютуб”. Відеоматеріал було адаптовано під різні формати контенту, зокрема горизонтальні та короткоформатні вертикальні відео для залучення ширшої аудиторії. У процесі оформлення публікації було розроблено клікабельну заставку, а також сформульовано короткі динамічні заголовки й описи, що сприяло підвищенню рівня залученості глядачів. Для порівняння: під час публікації першого мандрівницького нариса використовувалася менш приваблива заставка, що являла собою якісний кадр із зазначенням назви локації без використання прийомів клікбейту. Показник клікабельності першого відео становив 2,7%.

У межах проєкту «Експедиція у Піренеї» показник клікабельності становив 9,7%, а відео набрало переглядів.

2.7. Висновки

Початково, перед початком роботи над “Експедиція в Піренеї” планувався інший дипломний проєкт “Експедиція Косівщиною”. Концепція була такою ж. Автори мали подорожувати пішки, обговорювати маршрути, цікаві місця, які вони знаходили по дорозі та використовувати елементи інтерв'ю.

Зйомка для цієї роботи відбулася. Але через недостатню відсутність повного розуміння як працювати з тревел-форматом, в кінцевому результаті відео вийшло недостатньо професійним. Але цей досвід став важливим етапом у формуванні подальшого підходу до створення відеопродукту.

Сам формат пішої експедиції виявився значно складнішим, ніж це здавалося на початку роботи. Він додатково потребує хорошої фізичної підготовки, розуміння специфіки походів, а також чіткого усвідомлення як саме будувати історію всередині подорожі.

Однією з головних помилок стала відсутність чіткої структури зйомки. Була підготовлена лише інформація, яку планувалося озвучити під час маршруту. Однак не було продумано інші нюанси. Спочатку здавалося, що тревел-формат неможливо повністю спланувати через його залежність від обставин та постійної зміни умов. Частково це справді так, однак у процесі роботи стало зрозуміло, що навіть для такого формату необхідно мати базову драматургічну структуру. Це значно полегшує монтаж і допомагає зробити відео більш гармонійним та зрозумілим для глядача.

Ще однією проблемою стала недостатня кількість відзнятого матеріалу. Під час походу складалося враження, що є достатньо відзнятого матеріалу та не відчувалася потреба у додаткових кадрах. Але це враження було хибним. Для таких великих проєктів варто мати чимало допоміжних кадрів різного плану. Також стало зрозуміло, що статичні кадри варто знімати довше, щоб надалі з ними було простіше працювати під час постпродакшену.

Окремим висновком після першої експедиції стало усвідомлення важливості постійної комунікації з глядачем. Пояснення розвитку подій в парі з

авторськими коментарями допомагають глядачу зануритися в подорож та створюють ефект присутності.

Попри певні недоліки, перший проєкт отримав позитивну реакцію аудиторії. Відео набрало значну кількість охоплень і переглядів, а також мало хороше утримання глядача. Це стало підтвердженням того, що формат пішохідного тревел-контенту є цікавим для аудиторії та має потенціал для подальшого розвитку.

Проаналізувавши минулу зйомку, було враховано та виправлено всі недоліки в новому відео. Тревел-влог вийшов дуже структурованим, інформативним та чудово передав атмосферу мандрівки. Водночас стало очевидно, що повністю спланувати експедиційний контент практично неможливо, оскільки значний вплив на зйомку мають багато факторів. Під час створення кваліфікаційного проєкту проблемами стали погодні умови та сама специфіка гірського середовища. Незважаючи на те, що здійснено попередній аналіз кліматичних умов регіону, експедиція співпала з періодом аномально сніжної весни. Значна частина маршруту залишалася покрита снігом. У горах сходили невеликі лавини, а танення снігу значно ускладнювало пересування і робило дорогу слизькою. Через відсутність зимового спорядження доводилося адаптуватися до умов уже безпосередньо під час маршруту.

Також виникли проблеми з мікрофоном, через що перший день у горах записався повністю без звуку. Деякі ділянки маршруту довелося оминати через небезпеку для учасників експедиції.

Незважаючи на складні умови зйомки, проєкт вдалося реалізувати відповідно до поставленої концепції. На успішність однозначно вплинув репортажний підхід, велика кількість авторських коментарів та кадрів природи, інтерв'ю і звуки природи. Ці всі елементи створили ефект занурення у подорож. За відгуками глядачів, відео створює атмосферу гір, викликає відчуття спокою та дозволяє дізнатися багато нової інформації про регіон і маршрут.

У результаті виконаної роботи було підтверджено, що тревел-влог є ефективним сучасним форматом, в якому репортажний метод створює у

глядача неповторне відчуття присутності на цікавій місцині, він поєднує документальність, авторську стилістику та пізнавальну складову. Відеопроект «Експедиція в Піренеї» став практичним прикладом створення експедиційного тревел-контенту та дозволив отримати цінний досвід роботи з жанром у реальних умовах подорожі.

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зарічняк А., Шиманська У. Тревел-блогінг як сучасний інструмент комунікації: поняття та особливості класифікації, 2022. Грааль науки. URL: https://www.researchgate.net/publication/365313542_TREVEL-BLOGING_AK_SUC_ASNIJ_INSTRUMENT_KOMUNIKACII_PONATTA_TA_OSOBLIVOSTI_KLASIFIKACII
2. Pixability. 2025. URL: <https://www.pixability.com/news/pixability-unveils-2025-travel-study-highlighting-youtubes-top-10-and-fastest-growing-creators/>
3. Флемінг Р. Дослідження путівника. Національні архіви. URL: <https://www.nationalarchives.gov.uk/explore-the-collection/stories/the-birth-of-the-travel-guide/>
4. Юферева О. Наративні тенденції сучасної української тревел-журналістики в соціокультурній перспективі (на матеріалі журналу «Мандри») Наукові записки Інституту журналістики. 2013. URL: <https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/3cda835f-e725-4831-83c4-bed5250bf01a/content>
5. Горбач М. Травелоги, або як писати про подорожі. Читомо. 2016. URL: <https://archive.chytomo.com/news/travelogi-abo-yak-pisati-pro-podorozhi>
6. Іслам Мд. Т., Кумар Дж., Вонг Ф. Й., Хуссін С. Р., Рагаван Н. А. Від камери до компаса: дослідження впливу тревел-влогів на наміри туристів здійснювати подорожі. *Academica Turistica*. 2024. URL: <https://academica.turistica.si/index.php/AT-TIJ/article/view/726/192>
7. Хаці. URL: <https://www.youtube.com/@hushchi>
8. Однією правою. URL: <https://www.youtube.com/@OdneyPravoy>
9. Світ навиворіт: <https://www.youtube.com/@SVITNAVYVORIT>
10. Закорчемний О. Перший друкарський прес: як винахід змінив світ. Info trend. 2024 URL: <https://pltmbk.in.ua/history/drukarskyj-pres/>
11. Рамзам Р., Хашмат Ш., Короткоформатні відеоплатформи та їхній вплив на споживання новин і громадянську активність: огляд. 2026. URL: https://www.researchgate.net/publication/401724150_SHORT-FORM_VIDEO_PLATFORMS_AND_THEIR_IMPACT_ON_NEWS_CONSUMPTION_CIVIC_ENGAGEMENT_A_REVIEW

IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ

Додаток А

Синопис:

Це документальний тревел-фільм про подорож Піренеями. Ми детально покажемо і розповімо особливості рутини в поході. Сам маршрут проходить через різноманітні ландшафти, високогірні озера та гірські прихистки Refugi, які стають точками відпочинку і зустрічей. Через них розкривається історія цього регіону та культура гірського життя. Під час експедиції буде продемонстровано місцеву їжу, архітектуру та природу. На шляху траплятимуться різноманітні озера та прихистки Refugi. У відео глядачів буде проінформовано чому там розмовляють каталонською та аранською. Також продемонстровано оборонні споруди, які були побудовані через страх нападу зі сторони Франції. Частина подорожі перетинається зі шляхом Каміно-де-Сантьяго, де з'являється можливість почути історії людей, які вирушили в дорогу з власних причин. Акцент фільму робиться на проходженні стежок, якими колись ходили інші. Це створить відчуття тяглості часу та зв'язку з попередніми поколіннями мандрівників. У глядача має виникнути відчуття, що він проходить цей шлях разом з авторами.

Додаток Б

Початковий сценарій:

Монтажний план тревел- фільму			
	Відеоряд	Текст	Звук
1.	Відеоряд найкрасивіших кадрів з експедиції. Гірські краєвиди, різноманітні місця, люди. Чергування загальних, середніх та крупних планів	ЗК: Підводка про напрямок подорожі ведучих, основні локації випуску та найцікавіші коментарі, які прозвучать у відео.	Фонова музика, закадровий голос

2.	Кадрування СП і КП ведучого та обладнання на тлі пейзажу.	Ведучі розповідають про маршрут, мету подорожі та що беруть із собою	Фонова музика
3.	Ведучий (СП) у Vielha	СХ: Ми приїхали у Vielha. Звідси і розпочинається наш похід. Збоку місто виглядає спокійним, але століттями воно було відправною точкою для тих, хто мусив пройти через гори. Сьогодні ми вирушаємо у похід, щоб пройтися слідами інших мандрівників.	Фонова музика, спів пташок/ різні звуки природи
4.	Кадрування СП і КП ведучих на тлі гарних місць, які передають колорит регіону.	СХ: Герої розповідають про свої очікування та наступний пункт призначення.	Фонова музика
5.	Відеоряд, який складається з кадрів гір, рослин, пейзажів та проходження маршруту ведучими. Чергування загальних, середніх та крупних планів	СХ: Влог про природу та особисті враження ведучих	Фонова музика
6.	Ведучий на фоні безлюдних гір (КП,ЗП,СП)	СХ: Піренеї відчуються дикішими за інші гори. Тут менше курортів, менше інфраструктури і значно більше тиші. Історично склалося, що Піренейський хребет слугував кордоном між Іспанією та Францією, і ніяких торговельних шляхів тут не було. Тому природа збереглася майже недоторканою. Багато сучасних маршрутів проходять старими стежками, якими колись ходили контрабандисти, а під час Другої світової війни — біженці та ті,	Фонова музика, різні звуки природи

		хто намагався втекти через гори. А сьогодні цими шляхами часто проходять туристи і будемо ходити ми.	
7.	Відеоряд, який складається з кадрів гір, рослин, пейзажів та проходження маршруту ведучими. Чергування загальних, середніх та крупних планів	СХ:Влог про природу та особисті враження ведучих	Фонова музика
8.	Ведучий у процесі проходження маршруту (СП, КП);допоміжні кадри: вивіски магазинів, розмови місцевих мешканців Vielha (СП, КП/ЗП)	СХ:Ми подорожуємо Каталонією, одним із найкolorитніших регіонів Іспанії. Тут говорять трьома мовами: каталонською, іспанською та аранською — рідкісною мовою цієї долини. Каталонську та аранську століттями намагалися витіснити, але вони вижили і досі існують серед місцевих та є офіційними мовами в Каталонії. Аранську можна почути лише у цій точці світу, а носіїв залишилося лише кілька тисяч.	Фонова музика, звук діалогу каталонською та аранською
9.	Відеоряд, який складається з кадрів гір, рослин, пейзажів, проходження маршруту ведучими та приготування їжі Чергування загальних, середніх та крупних планів	СХ:Влог про природу, особисті враження ведучих, та про те, як відбувається процес приготування їжі в горах.	Фонова музика, різні звуки природи
10.	Ведучий на височині (ЗП, СП, КП). Допоміжні кадри панорами	СХ: Існують міфи про те, звідки з'явилася назва "Піренеї". Слово походить від грецького "Pyros" — вогонь, і "Neo" — новий. Вогонь серед снігів і льодовиків...	Фонова музика, різні звуки природи

	<p>природи, крупні плани рук по траві, каміння, скелі, різкі ракурси, ведучий в русі.</p>	<p>здається неможливим, чи не так? Колись тут була велика рівнина між Іспанією та Францією. У ній жила Пірена — лісова німфа, дочка короля Тубала. Вона ділила долину з іншими міфічними істотами. Геріон, гігант, закохався в неї. Але серце Пірени належало Геркулесу. Відкинувши гіганта, вона розлютила його. Геріон підпалив долину. Пірена загинула, а її крики про допомогу залишилися без відповіді. Коли Геркулес прибув, було вже надто пізно. Та герой вирішив увіковічнити її пам'ять. Камінь за каменем він побудував гігантський мавзолей... І так народився гірський хребет, який ми знаємо сьогодні як Піренеї.</p>	
11.	<p>Відеоряд, який складається з кадрів гір, рослин, тварин, озер пейзажів та проходження маршруту ведучими. Чергування загальних, середніх та крупних планів</p>	<p>СХ: Влог про природу та особисті враження ведучих</p>	<p>Фонова музика, різні звуки природи</p>
12.	<p>Ведучий на тлі озера. Допоміжні кадри: туристи в горах, панорами пейзажів, озера, дороги, готелі та туристична інфраструктура. Чергування загальних, середніх та крупних планів</p>	<p>СХ: Туризм у Піренеях з'явився відносно пізно, оскільки самі гори були більш ізольованими. Ситуація змінилася в 19 столітті. Коли під впливом романтизму мандрівники, художники та аристократи відкрили для себе красу дикої природи. Особливо популярними стали термальні курорти, куди приїжджали заради лікувальних джерел і гірського повітря. Поступово почала виникати перша</p>	<p>Фонова музика, різні звуки природи</p>

		<p>туристична інфраструктура. Стало більше доріг, прокладали нові маршрути, будували готелі. А в 20 столітті після складних історичних періодів, зокрема іспанську громадянську війну, регіон почали дуже активно розвивати. Будували тунелі та перші гірськолижні курорти.</p>	
13.	<p>Відеоряд, який складається з кадрів гір, рослин, тварин, озер пейзажів та проходження маршруту ведучими. Чергування загальних, середніх та крупних планів</p>	<p>СХ: Влог про природу та особисті враження ведучих</p>	<p>Фонова музика, різні звуки природи</p>
14.	<p>Ведучий на тлі прихистку (КП, СП, ЗП); допоміжні кадри: деталі “Refugi” та будівля загальним планом</p>	<p>СХ: Мандруючи пірениями можна неодноразово зіткнутися з гірськими притулками, які тут називають “Refugi”, їх існує кілька сотень у горах . Подібні місця дають можливість туристам зупинитися, відпочити і продовжити шлях. Будівництво Refugi”, почалося наприкінці 20 століття, коли альпінізм почав стрімко розвиватися. Гірські клуби будували притулки, щоб зробити маршрути безпечнішими, і дати можливість людям залишитися в горах на кілька днів.</p>	<p>Фонова музика, різні звуки природи</p>
15.	<p>Відеоряд, який складається з кадрів Refugi, а саме - душу, ідальні, місць для ночівлі. Чергування загальних,</p>	<p>СХ: Влог про Refugi та особисті враження ведучих</p>	<p>Фонова музика</p>

	середніх та крупних планів		
16.	Інтерв'ю в мандрівника/ працівника притулку	СХ: Найцікавіші вирізки з відповідей на ці питання: Приклади питань мандрівникам: 1. Навіщо люди йдуть через ці гори? 2. Що Вас найбільше вразило під час походу? 3. Чи є у вас особливий ритуал під час походів у гори? Приклади питань працівникам: 1. Чи пам'ятаєте цікаві історії від людей, які ночували тут раніше? 2. Які зміни пережив притулок за останні десятиліття?	Фонова музика
17.	Відео як сідає сонце		Фонова музика, різні звуки природи
18.	Відеоряд ранку: сніданок, підготовка до маршруту, ранкова атмосфера; чергування планів (ЗП, СП, КП)	СХ: Влог про ранок у Refugi та особисті враження ведучих	Фонова музика, різні звуки природи
19.	Ведучий біля озера (КП, СП)	СХ: Тисячі років тому замість озер були масивні льодовики, які повільно рухались долинами. Вони буквально “вишкрібали” породу, створюючи заглиблення в горах. Коли клімат потеплів і лід почав танути, ці заглиблення заповнилися водою — так і з'явилися глибоко-блакитні озера.	Фонова музика, різні звуки природи
20.	Відеоряд, який складається з кадрів гір, рослин, тварин, озер пейзажів та проходження	СХ: Влог про природу, особисті враження ведучих та рутину в поході.	Фонова музика, різні звуки природи

	маршруту ведучими. Чергування загальних, середніх та крупних планів		
21.	Ведучий на тлі озера з острівцем (ЗП, СП, КП)	СХ: Коли тут був льодовик, він не рівномірно “зрізав” породу. Деякі більш тверді ділянки скелі залишилися неушкодженими, тоді як навколо них лід вибрав глибші частини. Коли льодовик розтанув, утворилося це озеро.	Фонова музика, різні звуки природи
22.	Відеоряд, який складається з кадрів гір, рослин, тварин, озер пейзажів та проходження маршруту ведучими. Чергування загальних, середніх та крупних планів	СХ: Влог про природу, особисті враження ведучих та рутину в поході.	Фонова музика, різні звуки природи
23.	Ведучий на маршруті Camino de Santiago (СП, КП); перебивки: знак Camino (СП, КП), кроки по дорозі (КП), дорога (ЗП), люди різного віку на маршруті	СХ: Тільки що ми вийшли на один із найдавніших паломницьких шляхів Європи - Каміно-де-Сантьяго. Він веде до міста Сантьяго-де-Компостела, де, за легендою, похований апостол Яків. Весь маршрут сягає 800 км, для того, щоб його подолати треба 5 тижнів. Уже понад тисячу років люди йдуть цим маршрутом. Колись вони починали дорогу просто від свого дому. Сьогодні ж більшість проходить лише окремі ділянки. У середньовіччі цей шлях був одним із найважливіших у Європі. Уздовж нього з’являлися міста, монастирі та притулки для мандрівників. Зараз люди йдуть ним не тільки з релігійних	Фонова музика

		причин. Частину цього шляху пройдемо і ми.	
24.	Відеоряд, який складається з кадрів гір, рослин, тварин, озер пейзажів та проходження маршруту ведучими. Чергування загальних, середніх та крупних планів	СХ: Влог про природу, особисті враження ведучих та рутину в поході.	Фонова музика, різні звуки природи
25.	Ведучий на тлі оборонних бункерів (СП, КП). Допоміжні кадри: зовнішній вигляд бункерів, внутрішній вигляд бункерів. Чергування СП, КП, ЗП.	СХ: Те, що ми зараз бачимо - це оборонний бункер лінії Р. Після іспанської громадянської війни у 1940-х режим Франсіско Франко готувався до можливого вторгнення з боку Франції. Уздовж усього хребта створили тисячі укріплень. Бункери розміщували там, де проходять стежки і перевали — там, де хтось обов'язково мав пройти. Але вторгнення так і не було. Сьогодні ці споруди залишилися просто частиною піренейського ландшафту.	Фонова музика, різні звуки природи
26.	Відеоряд: гори, рослинність, тварини, озера, пейзажі, рух ведучих маршрутом і встановлення намету; чергування ЗП, СП і КП	СХ: Влог про природу, особисті враження ведучих, пошук місця для ночівлі та встановлення намету.	Фонова музика, різні звуки природи
27.	Ведучий в русі до намету (ЗП/СП)		Звук вечірньої природи
28.	Кадрування сп і кп	СХ: Влог про особисті враження	Фонова

	ведучого на тлі дороги до Vielha	від гір і природи та дороги назад.	музика, різні звуки природи
29.	Кадрування сп і кп ведучого на тлі архітектурних споруд у Vielha.	СХ: Ми повернулися до нашої відправної точки, Vielha. До речі, назва з аранської перекладається як «старе місто». Ще з середньовіччя місто було важливим центром цієї ізольованої долини. Завдяки своєму розташуванню воно підтримувало зв'язки з Францією, але водночас зберігало власну культуру, мову і відчуття окремішності.	Фонова музика
30.	Кадрування сп і кп ведучого на тлі іспанських вулиць	СХ: Влог про особисті враження від атмосфери міста.	Фонова музика
31.	Ведучий на тлі будинку (СП, КП); допоміжні кадри: деталі будинку — кам'яна стіна, вікно, дах, балкон (КП, СП); будинок загальним планом (ЗП)	СХ: Будиночки тут були побудовані так, щоб вберегти мешканців міста від холодної зими. На це вказують кам'яні стіни з великою товщиною та невеликі вікна, які краще зберігають тепло. Дахи вкриті темним шифером і мають крутий нахил — це допомагає снігу не затримуватися. Часто можна побачити дерев'яні балкони — вони додають будинкам тепла й затишку, але водночас залишаються практичними для гірського клімату. Усе тут виглядає стримано, просто і дуже природно.	Фонова музика
32.	Кадрування сп і кп ведучого на тлі міського пейзажу	СХ: Влог про особисті враження від архітектури.	Фонова музика
33.	Ведучий на тлі церкви Сан-Мікеу. Допоміжні кадри: деталі	СХ: Церква Сан-Мікеу є яскравим прикладом перехідної архітектури, де поєднуються елементи романського та готичного стилів. Масивні стіни	Фонова музика

	церкви (КП, СП), церква загальним планом.	та стриманий вигляд нагадують про романську традицію, яка надавала будівлям відчуття міцності та захищеності. Водночас у деталях можна побачити готичний вплив. Наприклад, більш витягнуті форми, загострені арки та прагнення впустити більше світла всередину.	
34.	Ведучий у закладі місцевої кухні та музеї (СП, КП)	СХ: Влог з акцентом на гастрономічний тур по місцевій кухні та краєзнавчого музею Muséu dera Val d'Arán	Фонова музика
35.	Інтерв'ю у робітників музею	СХ: Найцікавіші вирізки з відповідей на ці питання: 1. Чому ви залишаєтесь жити тут, і не їдете у велике місто? 2. Чим каталонці відрізняються від решти іспанців?	Фонова музика
36.	Фінал: ведучі на фоні гір (ЗП, СП); допоміжні кадри: найкращі моменти подорожі; завершальний загальний план гір (ЗП)	СХ: Ведучі підсумовують поїздку, діляться враженнями.	Фонова музика, звук цвіркунів.

Додаток В

Монтажний план:

	Відеоряд	Текст	Звук
1.	Кадр водоспаду		гомін водоспаду
2.	Відеоряд найкрасивіших кадрів з експедиції. Гірські краєвиди, різноманітні місця, люди.	Подорожі навчають непередбачуваності життя більше, ніж будь-що інше. І Піренеї нагадали нам про це знову. Одні з найстаріших і найдикіших	Фонова музика, закадровий голос

	Чергування загальних, середніх та крупних планів	<p>гір Європи зустріли нас снігом, дощами та вітрами, що ускладнювали кожен крок нашого маршруту.</p> <p>Але саме серед цієї суворої природи ми відкрили для себе унікальну культуру гірського регіону.</p> <p>У цьому відео ми покажемо природу Піренеїв, гірські прихистки та маршрути, якими проходили самі. Розповімо про Віелью — місто, з якого почалася і де закінчилась наша подорож, його архітектуру й історію. А також згадаємо особливості цього регіону та поділимося власними спостереженнями з цієї мандрівки.</p>	
3.	Кадрування СП ведучих, накладання кадрів прихистку та з шляху до нього	Коментарі ведучих про похід та про обставини, які трапилися по дорозі	Фонова музика, звуки природи
4.	Відеоряд, який відображає шлях до рефуджио. Кадри природи, ведучих, їх коментарів та архітектури (КП,СП,ЗП)		Фонова музика, звуки природи
5.	Відеоряд, де показано побут (СП,КП)		Фонова музика, звуки природи
6.	Ведучий на фоні безлюдних гір (СП), кадри каміння (КП), гірських порід (КП), маршрут високогір'ям (ЗП,КП)	СХ: Піренеї відчуються дикішими за інші гори. Тут менше курортів, менше інфраструктури і значно більше тиші. Історично склалося, що Піренейський хребет слугував кордоном між Іспанією та Францією, і ніяких торговельних шляхів тут не було. Тому природа збереглася майже	Звук дощу

		недоторканою. Багато сучасних маршрутів проходять старими стежками , якими колись ходили контрабандисти, а під час Другої світової війни — біженці та ті, хто намагався втекти через гори. А сьогодні цими шляхами часто проходять туристи і будемо ходити ми.	
7.	Сцена входу ведучої до гірського притулку (КП, СП)		Звук вітру, цокотіння зубів
8.	Ведучий на тлі прихистку (КП, СП, ЗП); допоміжні кадри: деталі “Refugi” та будівля загальним планом, як наливається чай (КП)	СХ: Мандруючи пірениями можна неодноразово зіткнутися з гірськими притулками, які тут називають “Refugi”, їх існує кілька сотень у горах . Подібні місця дають можливість туристам зупинитися, відпочити і продовжити шлях. Будівництво “Refugi”, почалося наприкінці 20 століття, коли альпінізм почав стрімко розвиватися. Гірські клуби будували притулки, щоб зробити маршрути безпечнішими, і дати можливість людям залишитися в горах на кілька днів.	Фонова музика
9.	Відеоряд побутових аспектів експедиції: кадри ночівлі у спальниках (СП), приготування сніданку (СП, КП)		Фонова музика, звуки з відео
10.	Огляд ведучою внутрішнього простору притулку. Додаткові кадри інтер’єру, спальних місць, інформаційних вивісок та прилеглої території біля refugio (КП, СП).	Огляд ведучою внутрішнього простору притулку, коментування всіх елементів рефуджио	Фонова музика
11.	Перехідний кадр з водоспадом (СП) і		Шум водоспаду

	рослинністю (КП)		
12.	Ведучий на фоні водоспаду (СП), додаткові кадри природи й маршруту.	<p>СХ: Туризм у Піренеях з'явився відносно пізно, оскільки самі гори були більш ізольованими. Ситуація змінилася в 19 столітті. Коли під впливом романтизму мандрівники, художники та аристократи відкрили для себе красу дикої природи. Особливо популярними стали термальні курорти, куди приїжджали заради лікувальних джерел і гірського повітря. Поступово почала виникати перша туристична інфраструктура. Стало більше доріг, прокладали нові маршрути, будували готелі. А в 20 столітті після складних історичних періодів, зокрема іспанську громадянську війну, регіон почали дуже активно розвивати. Будували тунелі та перші гірськолижні курорти.</p>	
13.	Панорама навколишнього ландшафту	Поки ми перебували у рефуджио, то зустріли декількох інших мандрівників. Більшість з них були місцевими, але нам випала можливість познайомитися і з туристами. Ми вирішили запитати, що манить в Піренеях їх, та чому вони тут?	Фонова музика, закадровий голос
14	Інтерв'ю з мандрівниками, накладені субтитри українською мовою	<p>СХ: Найцікавіші вирізки з відповідей на ці питання: Приклади питань мандрівникам: 1. Навіщо люди йдуть через ці гори? 2. Що Вас найбільше вразило під час походу? 3. Чи є у вас особливий ритуал під час походів у гори?</p>	Фонова музика
15.	Перехідні кадри		Фонова

	природи		музика
16.	Ведучий у процесі проходження маршруту (СП, КП); допоміжні кадри: вивіски магазинів, доміки жителів Аранської долини	СХ: Ми подорожуємо Каталонією, одним із найкolorитніших регіонів Іспанії. Тут говорять трьома мовами: каталонською, іспанською та аранською — рідкісною мовою цієї долини. Каталонську та аранську століттями намагалися витіснити, але вони вижили і досі існують серед місцевих та є офіційними мовами в Каталонії. Аранську можна почути лише у цій точці світу, а носіїв залишилося лише кілька тисяч.	Фонова музика
17.	Перехідні кадри природи		Фонова музика
18.	Кадри природи (СП, ЗП, КП) та процес підйому маршрутом.	Відеоблог сходження в гори з супровідним коментуванням процесу підйому	Фонова музика, звуки природи
19.	Ведучий в рефуджио (СП). Додаткові кадри приготування їжі та сушіння взуття (СП)	Ведучі діляться враженнями у гірському притулку після підйому	Фонова музика
20.	Зйомка з вікна гірського притулку: поступове настання темряви		Гірська тиша
21.	Крупний кадр з приготування сніданку		Звук приготування сніданку
22.	Ведуча в кадрі в притулку (СП)	Ведуча коментує поточні умови експедиції та представляє інноваційне рішення, яке полегшує проходження маршруту	Фонова музика
23.	Спуску з гірського маршруту. Додаткові кадри включають крупні плани природи, кадри руху та снігові ландшафти.		Фонова музика, звуки природи

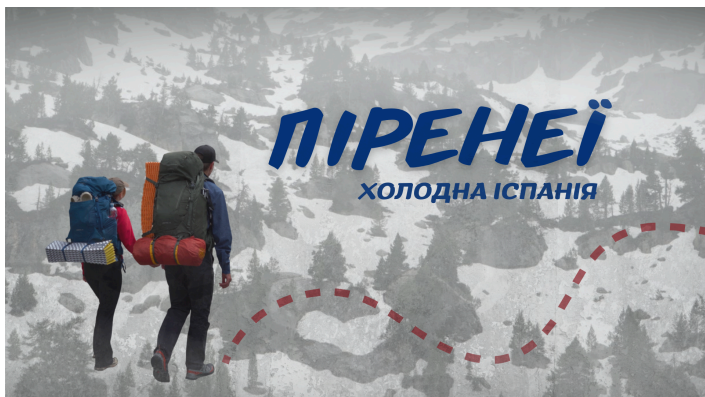
24.	Ведучий в кадрі біля рефуджио(СП). Додаткові кадри: притулок (ЗП, СП), сходи (КП).	Огляд ще одного рефуджио	Фонова музика
25.	Відеоряд із рослинності, інформаційних вивісок та проходок до наступного пункту маршруту. Додатково — кадри будівель (ЗП) і дорожніх знаків (КП)		Фонова музика
26.	Ведучий в кадрі в місцевому ресторані (СП)	Влог з акцентом на гастрономічний тур по місцевій кухні	Фонова музика
27.	Сцени з Vielha: загальний план міського середовища, проходка місцевої жительки вулицею та кадри міської архітектури.		Фонова музика
28.	Ведуча в кадрі біля церкви (СП). Додаткові кадри церкви (ЗП), (СП), деталі фасаду, оздоблення стін і вікон (КП).	СХ: Церква Сан-Мікеу є яскравим прикладом перехідної архітектури, де поєднуються елементи романського та готичного стилів. Масивні стіни та стриманий вигляд нагадують про романську традицію, яка надавала будівлям відчуття міцності та захищеності. Водночас у деталях можна побачити готичний вплив. Наприклад, більш витягнуті форми, загострені арки та прагнення впустити більше світла всередину.	Фонова музика
29.	Ведучий в кадрі на дитячому майданчику біля церкви (СП), додатково використано відео з інтер'єром будівлі	Ведучий коментує розташування церкви та навколишнє середовище, зокрема наявність дитячого майданчика поруч.	Фонова музика
30.	Деталі церкви		Фонова музика

31.	Ведуча на тлі дерев (СП)	Ділиться враженнями про аранців	Фонова музика
32.	Ведуча на тлі будинку (СП); допоміжні кадри: деталі будинку — кам'яна стіна, вікно, дах, будинок загальним планом (ЗП)	СХ: Будиночки тут були побудовані так, щоб вберегти мешканців міста від холодної зими. На це вказують кам'яні стіни з великою товщиною та невеликі вікна, які краще зберігають тепло. Дахи вкриті темним шифером і мають крутий нахил — це допомагає снігу не затримуватися. Часто можна побачити дерев'яні балкони — вони додають будинкам тепла й затишку, але водночас залишаються практичними для гірського клімату. Усе тут виглядає стримано, просто і дуже природно.	Фонова музика
33.	Кадри архітектури (ЗП, СП, КП)		Шум міста
34.	Ведучий на маршруті Camino de Santiago (СП), додаткові кадри проходження маршруту ведучими та таблички Camino de Santiago (КП)	СХ: Тільки що ми вийшли на один із найдавніших паломницьких шляхів Європи - Каміно-де-Сантьяго. Він веде до міста Сантьяго-де-Компостела, де, за легендою, похований апостол Яків. Весь маршрут сягає 800 км, для того, щоб його подолати треба 5 тижнів. Уже понад тисячу років люди йдуть цим маршрутом. Колись вони починали дорогу просто від свого дому. Сьогодні ж більшість проходить лише окремі ділянки. У середньовіччі цей шлях був одним із найважливіших у Європі. Уздовж нього з'являлися міста, монастирі та притулки для мандрівників. Зараз люди йдуть ним не тільки з релігійних причин.	Фонова музика
35.	Сцена повернення: пакування спорядження		Фонова музика

	в багажник і початок поїздки (СП,ЗП)		
36.	Ведучі в кадрі на фоні моря (ЗП), титри	Ведучі підсумовують подорож і діляться порадами з глядачами	Фонова музика, шум моря

Додаток Г

Заставка до відео:



Додаток Е

Назва відео: “ІСПАНСЬКІ ПІРЕНЕЇ: весняні зливи, Аранська долина та недоторканні гори.”

Додаток Ж

Опис: “Наша подорож іспанськими Піренеями виявилась повною несподіванок. Нескінченні дощі, сніг у травні, ризики на протипагу неймовірній доброзичливості аранців та первозданній гірській природі. Зануртеся в культуру унікальної Каталонії в нашому новому відео. Дякуємо Blooms Corda за можливість доповнити атмосферу їхньою музикою. Більше їхніх пісень тут.

Таймкоди: 0:00 Вступ; 1:03 Початок подорожі; 5:48 Перші враження від Пірней; 8:00 Історія виникнення рефуджио; 8:59 Огляд рефуджио; 10:29 Історія виникнення туризму в Піренеях; 11:35 Інтерв’ю з іншими мандрівниками; 14:40 Особливості Каталонії; 15:20 Сходження до озер; 19:37 Інноваційні рішення; 21:40 Повернення до Віельї; 22:50 Друге рефуджио; 24:36 Середземноморська кухня; 26:36 Церква Сан Мікаело; 29:11 Враження від Аранців; 29:39

Особливості архітектури Аранської долини; 30:20 Каміно Де Сантьяго; 32:25
Фінал”.

V. АНОТАЦІЯ

Максімчук Ю. Тревел-влог як сучасний формат журналістського репортажу на прикладі відеопроєкту для ютубу.

Ключові слова: тревел-журналістика, тревел-влог, журналістський репортаж, активний туризм, гірський туризм, трекінг, ютуб-контент, відеопродакшн, експедиція

“Експедиція в Піренеї” – тревел-влог у форматі документального репортажу, присвячений дослідженню сучасної журналістики мандрів у цифровому середовищі. Робота спрямована на дослідження особливостей створення пішохідного експедиційного відео та визначення специфіки тревел-влогу як сучасного формату репортажу.

Назва «Експедиція в Піренеї» відображає концепцію проєкту та його основу. Це автономна пішохідна мандрівка гірською місцевістю. Контент побудований на поєднанні репортажного спостереження, авторської розповіді та атмосферної візуальної складової. У відео використано природні ландшафти, переходи маршрутами, кадри експедиційного побуту, елементи коментування в кадрі, живі звуки природи та динамічний монтаж. Медіапроєкт досліджує баланс між документальним і розважальним мандрівницьким контентом, демонструючи можливості сучасного відеоблогу як інструменту тревел-журналістики.

Платформою для реалізації проєкту обрано “Ютуб”, оскільки даний відеохостинг дає можливість найефективніше поширювати довгоформатний тревел-контент, взаємодіяти з аудиторією та створювати цілісні мандрівницькі історії.

ANNOTATION

Maksimchuk Y. The Travel Vlog as a Modern Format for Journalistic Reporting: The Case of a YouTube Video Project.

Keywords: travel journalism, travel vlog, journalistic reporting, adventure tourism, mountain tourism, trekking, YouTube content, video production, expedition

“Expedition in the Pyrenees” is a travel vlog in the format of a documentary report, dedicated to exploring contemporary travel journalism in the digital environment. The project aims to examine the characteristics of creating hiking expedition videos and to define the specific features of the travel vlog as a modern reporting format.

The title “Expedition to the Pyrenees” reflects the project’s concept and foundation. It is an autonomous hiking journey through mountainous terrain. The content is built on a combination of journalistic observation, the author’s narrative, and an atmospheric visual component. The video features natural landscapes, route traversals, footage of expedition life, on-screen commentary, ambient sounds of nature, and dynamic editing. The media project explores the balance between documentary and entertaining travel content, demonstrating the potential of the modern vlog as a tool for travel journalism. YouTube was chosen as the platform for the project because this video hosting service allows for the most effective distribution of long-form travel content, interaction with the audience, and the creation of cohesive travel stories.