

ukrayinski-zhumalisty-na-konferencziyi-v-krakovi/ (дата звернення: 29.01.2024).

4. Кодекс етики / Комісія з журналістської етики. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/> (дата звернення: 25.01.2024).

5. Гах О. Репортерство зсередини: як Ганна Аргірова пише про російсько-українську війну для Associate Press. *MediaMaker*. URL: <https://mediamaker.me/reporterstvo-zseredyny-yak-ganna-argirova-pyshe-pro-rosijsko-ukrayinsku-vijnu-dlya-associated-press-7034/> (дата звернення: 30.01.2024).

6. Саєнко В. «Баришівська хунта» не знає вихідних. *Грінченко-інформ*. 2023. URL: <https://grinchenko-inform.kubg.edu.ua/baryshivska-hunta-ne-znaue-vyhidnyh/> (дата звернення: 27.01.2024).

7. Nga Kievi në Prishtinë, gazetarja ukrainase: Duhet të njohim pavarësinë e Kosovës URL: https://a2news.com/rajoni-bota/kosova/aktualitet/nga-kievi-ne-prishtine-gazetarja-ukrainase-duhet-t-i1114123?fbclid=IwAR286LmVEPmzdW4Z51xLeLB8DP_KIR8IOg_plyLN-bWm0v71gBD9VkWXdVE (дата звернення: 07.02.2024)

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-393-4-44>

SPORTS (FOOTBALL) JOURNALISM IN THE CONDITIONS OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

СПОРТИВНА (ФУТБОЛЬНА) ЖУРНАЛІСТИКА В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Sklianchuk A. O.

*4th-year student at the Faculty
of Philology and Journalism
Lesya Ukrainka Volyn National
University
Lutsk, Ukraine*

Склянчук А. О.

*студентка IV курсу факультету
філології та журналістики
Волинський національний
університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна*

Актуальність теми. У сучасному світі спортивна журналістика, особливо футбольна, долає чимало викликів, серед яких особливе місце посідає повномасштабне вторгнення Росії в Україну. Політичні конфлікти, військові дії та геополітична напруженість часто трансформуються в спортивній журналістиці у важкі ситуації, де необхідно зберігати об'єктивність та професійну етику.

Воєнна агресія проти України може відобразитися на різних рівнях журналістської діяльності, від вибору тематики та тону матеріалів – до ставлення до українських спортсменів та команд. У таких умовах журналісти мають важливе завдання: зберігати нейтральність і об'єктивність у висвітленні спортивних подій, не допускаючи політизації спорту та впливу геополітичних конфліктів на спортивні результати та ставлення до спортсменів.

Одним зі способів подолання цих викликів є підвищення рівня свідомості та культури споживачів інформації щодо спортивної журналістики. Важливо, щоб самі журналісти мали чітке розуміння своєї ролі у висвітленні спортивних подій і вміли відстоювати професійні принципи незалежності та об'єктивності у своїй роботі.

Вклад основного матеріалу. Спортивна журналістика в Україні є невід'ємною складовою медійного простору країни, що відіграє важливу роль у формуванні спортивної культури та сприяє популяризації спорту серед громадян. «Українські спортивні журналісти активно висвітлюють події національного та міжнародного спорту, забезпечуючи глядачів, слухачів та читачів не лише актуальною інформацією, але й аналітичними матеріалами, інтерв'ю та коментарями експертів» [3, с. 81].

Спортивна журналістика в Україні розвивається в різних медійних форматах, включаючи традиційні газети, журнали, телебачення, радіо та інтернет-платформи. Вона охоплює різноманітні види спорту, від футболу, боксу та баскетболу до олімпійських видів спорту, які мають величезне значення для українського спорту та спортивного співтовариства. Українські спортивні журналісти активно співпрацюють зі спортивними федераціями, тренерськими штабами та спортсменами для отримання ексклюзивної інформації та коментарів, що дозволяє їм створювати цікавий та якісний контент для аудиторії. Багато журналістів також активно виступають як коментатори та експерти на спортивних телеканалах, надаючи аналітичний розбір подій і розвитку ситуації на спортивній арені.

Незважаючи на виклики, перед якими знаходиться сучасна медіаіндустрія, спортивна журналістика в Україні залишається живою та активною, забезпечуючи високий рівень інформаційної доступності та професійності для прихильників спорту.

«У працях А. Гусева зазначено, що спортивна журналістика, зокрема футбольна, в умовах агресії проти України, стикається з індивідуальними викликами та обмеженнями, але водночас вона набуває ще більшого значення для українського суспільства. Важливість спортивної інформації та аналізу під час кризи зростає, оскільки спорт стає не лише засобом розваги, але і засобом єдності та підтримки для нації. Спортивні журналісти в Україні повинні бути дуже обережними у

висвітленні подій, зберігаючи об'єктивність та уникати політизації спорту, щоб не поглиблювати поділ суспільства. В той же час, вони мають відчувати відповідальність перед громадськістю, інформуючи про спортивні події та досягнення українських спортсменів» [1].

За умов агресії, спортивна журналістика може стати важливим інструментом для формування національної ідентичності та підтримки державного духу. Вона може висвітлювати події, пов'язані зі спортивними змаганнями, де українські команди та спортсмени представляють країну, сприяючи зближенню громадян та підтримці національного спорту. «Незважаючи на складнощі, спортивна журналістика в умовах агресії може виконувати важливу місію у зміцненні національної єдності, підтримці українських спортсменів та відстоюванні цінностей спортивної культури в умовах глобальної нестабільності» [4, с. 118].

Спортивна журналістика в умовах війни викликає живий інтерес як у внутрішній, так і у зовнішній аудиторії. Вона стає не лише джерелом спортивної інформації, але й важливим каналом для подання об'єктивного звіту про ситуацію в країні, демонструючи спортивні досягнення українських спортсменів та підтримуючи національний дух. У таких складних умовах спортивна журналістика виявляється не лише як інформаційний майданчик, але і як платформа для вираження патріотичних почуттів та підтримки оборонної справи.

Журналісти активно висвітлюють зусилля українських спортсменів, які виступають від імені країни на міжнародних змаганнях, щоб підкреслити національний гордість та впевненість. Крім того, спортивна журналістика може стати засобом спілкування та співпраці зі спортивною спільнотою у світі. Широке використання соціальних медіа та інтернет-платформ дозволяє українським спортивним журналістам швидко та ефективно обмінюватися інформацією з колегами з інших країн, сприяючи культурному обміну та розвитку міжнародних спортивних зв'язків.

Відповідно до цього, варто встановити, що спортивна журналістика в умовах агресії проти України не тільки залишається важливим засобом інформування громадськості про спортивні події, але і відіграє ключову роль у формуванні та зміцненні національної свідомості та єдності.

«Дослідниці О. Шпакова та О. Терханова систематизують виклики, які постають в умовах війни перед футбольною журналістикою:

- баланс між спортом і політикою;
- безпека журналістів;
- доступ до інформації;
- моральні дилеми;
- маніпуляція інформацією;

– роль у формуванні громадської думки» [5, с. 106].

Визначено, що футбольні журналісти в умовах агресії проти України відіграють важливу роль у забезпеченні об'єктивного висвітлення подій, а також у виявленні та протидії маніпуляціям інформацією.

Питання трансформації футбольної журналістики в умовах війни є дуже актуальним та складним, адже агресія проти країни може вплинути на різні аспекти життя, у тому числі й на спортивні події та звітність про них. У таких умовах футбольні журналісти можуть стикатися з різними викликами та обмеженнями. Наприклад, можуть виникати певні обмеження щодо свободи слова та вираження власної думки через політичний тиск або цензуру.

«У цьому контексті А. Карнаух зазначає, що посилюються спроби використання спортивних подій як інструменту політичного пропаганди. З іншого боку, у таких умовах зростає важливість об'єктивності та професійної етики у футбольній журналістиці. Журналісти відчувають більшу відповідальність за збереження об'єктивності та передачу об'єктивної інформації про спортивні події»[2, с. 110].

В загальному, варто встановити, що трансформація футбольної журналістики в умовах агресії проти України призводить до змін у способах звітування про спортивні події, підвищення важливості професійних стандартів та етики.

Висновки. Отже, спортивна (зокрема, футбольна) журналістика в Україні в умовах війни переживає складний період, де об'єктивність, незалежність та етичні стандарти є основою діяльності працівників медіа. Від журналістів вимагається не лише професійна майстерність у висвітленні спортивних подій, але й вміння вибудувати інформаційний майданчик, платформу для вираження патріотичних почуттів та підтримки оборонної справи, що дозволяє зберегти довіру медіаспоживачів.

Література:

1. Гусев А. В. Історія та функціонально-типологічні особливості спортивної медіакомунікації : дис. ... канд. наук із соц. ком. Дніпро, 2016. 194 с.
2. Карнаух А. С. Особливості формування іміджу в системі спортивних комунікацій. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2018. № 2. С. 110–115.
3. Нігматулін О. Топ-10 найпопулярніших сайтів спортивних новин. URL: <https://prnews.io/uk/blog/sport-portaly.html>

4. Сазонова Ю. О. Спортивна журналістика України: історія, еволюція, трансформація : монографія. Миколаїв: вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 276 с.

5. Шпакова О. О., Терханова О. В. Особливості інтернет-журналістики на прикладі «Sport.ua», «Football.ua» та «UA-Футбол». 2023. Вип. 10. С. 112.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-393-4-45>

**TRICKSTER ARCHETYPE IN MODERN ADVERTISING:
SEMIOTIC AND COMMUNICATIVE ASPECT
(UKRAINIAN AND POST-YUGOSLAV CONTENT)**

**АРХЕТИП ТРІКСТЕРА У СУЧАСНІЙ РЕКЛАМІ:
СЕМІОТИЧНО-КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ
(УКРАЇНСЬКИЙ ТА ПОСТЮГОСЛАВСЬКИЙ КОНТЕНТ)**

Slyusar V. M.

*Doctor of Philosophy,
Associate Professor,
Head of the Department
of Philosophical and Historical Studies
and Mass Communications,
Zhytomyr Polytechnic State University
Zhytomyr, Ukraine*

Слюсар В. М.

*доктор філософських наук, доцент,
завідувач кафедри філософсько-
історичних студій та масових
комунікацій
Державний університет
«Житомирська політехніка»
м. Житомир, Україна*

Rudyk A. S.

*3rd year student of the Faculty
of Pedagogical Technologies
and Lifelong Education
Zhytomyr Polytechnic State University
Zhytomyr, Ukraine*

Рудик А. С.

*студентка III курсу факультету
педагогічних технологій та освіти
впродовж життя
Державний університет
«Житомирська політехніка»
м. Житомир, Україна*

Рекламна комунікація є складовою масової й відображає в собі її актуальні тренди. Реклама розуміється як комунікативна діяльність спонукального характеру, метою якої є привернення уваги до об'єкта рекламування для взаємного обміну [1:2]. Одним з інструментів є використання архетипів для привернення уваги, серед яких вирізняється й архетип трікстера. Він має міфологічну природу, оскільки часто поряд із архаїчним образом культурного героя, чия діяльність спрямована на