

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет географії, туризму та історії
Кафедра соціології та масових комунікацій

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри _____ Ірина Грабовець

Реєстраційний № _____

«___» _____ 2025 р.

Ейджизм українських ЗМІ: причини і наслідки

Кваліфікаційна робота

студента IV курсу групи СМК-21

ступінь вищої освіти «бакалавр»

спеціальності 054 «Соціологія»

Саковича Дмитра Олександровича

Керівник: кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціології та масових комунікацій
Приходько Олена Олексіївна

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECTS _____ Кількість балів _____

Голова ЕК _____

Члени ЕК _____

Кривий Ріг – 2025

ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Сакович Дмитро Олександрович, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавав і не одержував недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело. Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомлений. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕЙДЖИЗМУ.....	7
1.1. Сутність, поняття, природа причини, виникнення ейджизму, як соціальне явище.....	7
1.2 Шляхи подолання ейджизму в сучасному суспільстві.....	13
Висновки до першого розділу.....	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МЕДІАПРОСТОРУ.....	20
2.1 Структура та специфіка сучасного українського медіа-простору.....	20
2.2 Особливості ейджизму в сучасному українському медіа-просторі.....	24
Висновки до другого розділу.....	27
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОЯВІВ ЕЙДЖИЗМУ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ.....	29
3.1. Програма дослідження контент-аналізу ейджизму в українських ЗМІ, їх причини та наслідків.....	29
3.2 Результати контент-аналізу, щодо наявності ейджизму в українському медіа.....	32
3.3 Рекомендації щодо подолання ейджизму в українських ЗМІ.....	36
Висновки до третього розділу.....	37
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42

ВСТУП

Актуальність дослідження ейджизму в українських ЗМІ зростає в умовах постійних змін у соціумі та медіапросторі. Проблема дискримінації за віком, що часто виражається у медіа через стереотипи і несправедливі уявлення про різні вікові групи, має серйозні наслідки для суспільства. ЗМІ, як основний канал комунікації, формують не лише інформаційний контекст, але й соціальні норми, що можуть посилювати або, навпаки, змінювати ставлення до певних категорій населення, залежно від їх віку.

Стереотипи, які активно поширюються в медіа, часто створюють хибні уявлення про старших людей, зображуючи їх як неспроможних або неактивних членів суспільства. Проблема ейджизму досліджували як в українському, так і в міжнародному контексті. Науковці такі як Р. Батлер, Н. Гапон, Л. Магдисюк, Л. Міщиха, Ж. Новікова, Е. Коген, Е. Палмор, аналізували вплив вікової дискримінації на суспільну динаміку, рівень толерантності, міжпоколінні відносини, а також на репрезентацію вікових груп у ЗМІ. Зокрема, у фокусі досліджень часто перебували медійні стереотипи щодо людей літнього віку або молоді, які формують викривлені уявлення про їхню соціальну роль. Проте питання прояву ейджизму в українських онлайн-медіа й досі залишається недостатньо вивченим, що й зумовлює актуальність даної кваліфікаційної роботи. Медіа можуть ігнорувати або знижувати важливість молодіжних ініціатив, зосереджуючи увагу лише на вузькому колі проблем чи груп людей. Таке упереджене висвітлення має наслідки, які проявляються в зниженій соціальній активності та рівні довіри до різних вікових груп, а також у посиленні міжпоколінніх розривів.

Причини ейджизму в українських ЗМІ можуть мати як соціокультурний, так і економічний характер. Поглиблені стереотипи стосовно віку виникають внаслідок традиційного підходу до «молодіжних» та «старших» категорій, а також через недостатню освіченість медійників у питаннях різних вікових реалій. Часто медіа вважають молодих людей більш «прибутковими» та

«активними» аудиторіями, тому увага до старшого покоління обмежена або поверхнева.

Наслідки ейджизму в ЗМІ мають широкий соціальний вплив. Вони проявляються в ускладненні інтеграції людей старших вікових груп в сучасне суспільство, зниженні їх участі в суспільному житті та соціальних процесах. Крім того, стереотипи про молодь, що часто сприймається як «недосвідчена» або «недостойна», також можуть обмежувати розвиток та реалізацію потенціалу цієї вікової групи. Тому боротьба з ейджизмом у ЗМІ є важливою складовою соціальної та культурної трансформації України.

Мета дослідження полягає у тому, щоб теоретично дослідити та обґрунтувати причини і наслідки ейджизму українських ЗМІ.

Для виконання мети кваліфікаційної роботи ставимо такі завдання:

1. Дослідити сутність, поняття, природа причини, виникнення ейджизму, як соціальне явище;
2. Визначити шляхи подолання ейджизму в сучасному суспільстві;
3. Проаналізувати структуру та специфіку сучасного українського медіа-простору;
4. Визначити особливості ейджизму в сучасному українському медіа-просторі;
5. Здійснити аналіз контенту українських медіа з точки зору ейджизму;
6. Розробити рекомендації;

Об'єкт дослідження: Ейджизм як соціальне явище в українському медіапросторі;

Предмет дослідження: Особливості прояву ейджизму в українських ЗМІ, його причини та вплив на суспільні уявлення про вікові групи.

Практичне значення роботи полягає у тому, що результати дослідження можуть мати широке застосування у конкретній галузі. Отримані дані дозволяють більш точно оцінювати існуючі проблеми, пропонувати ефективні шляхи їх вирішення, що може позитивно вплинути на розвиток даної сфери. Рішення поставлених завдань допоможе покращити роботу в цій області,

впровадити новітні підходи та методики, що, у свою чергу, сприятиме підвищенню ефективності практичної діяльності. Практичне застосування результатів дослідження також може мати значення для розвитку теорії, вдосконалення професійних стандартів та підвищення кваліфікації спеціалістів.

Завдання роботи передбачає досягнення конкретних результатів, які важливі для вирішення актуальних проблем у досліджуваній сфері. Від успішного вирішення поставлених завдань залежить не лише точність висновків, а й можливість практичного впровадження результатів у різних аспектах діяльності. Це може призвести до покращення методів роботи, оптимізації процесів, а також створення нових інструментів або технік, що будуть корисні для фахівців у відповідній галузі.

Методи дослідження. У роботі було використано комплекс методів: теоретичні (аналіз наукових джерел, узагальнення понять, класифікація форм ейджизму), емпіричні (контент-аналіз публікацій українських онлайн-ЗМІ), а також методи порівняння та інтерпретації результатів.

Гіпотеза: Українські засоби масової інформації часто демонструють ейджистські тенденції, що проявляється у стереотипному зображенні різних вікових груп, а це, своєю чергою, сприяє закріпленню дискримінаційних настанов у суспільстві.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури. Робота представлена в себе _ сторінку друкованого тексту, а також включає в себе _ джерело зі списку використаної літератури.

Апробація результатів. Основні положення даної кваліфікаційної роботи були апробовані на VIII Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції «Інформаційне суспільство і Природа: вектори взаємовпливу» (Криворізький Державний Педагогічний Університет, м. Кривий Ріг, 21-22 листопада 2024 року).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕЙДЖИЗМУ

1.1. Сутність, поняття, природа причини, виникнення ейджизму, як соціальне явище

Ейджизм як соціальне явище з'являється внаслідок стереотипних уявлень та негативних оцінок, пов'язаних з віковими характеристиками людей. Це дискримінація або упереджене ставлення до людей різного віку, яке може проявлятися в різних формах, зокрема у вигляді соціальної ізоляції, обмеження прав або неприязні в міжособистісних взаємодіях. Це явище активно вивчається як у міжнародному, так і в українському науковому середовищі. Дослідники приділяють увагу як його соціальним і психологічним наслідкам, так і способам прояву в медіа та культурних практиках. Значний внесок у вивчення ейджизму зробили такі науковці, як Р.Батлер, Е. Палмор, Н. Гапон та Е.Когена чії роботи допомогли сформувати теоретичну базу для подальших досліджень і аналізу дискримінаційних механізмів, пов'язаних з віком. Поняття ейджизму охоплює як упередження щодо людей старшого віку, так і стереотипи, що стосуються молоді, і включає в себе не лише індивідуальні, але й структурні форми дискримінації в суспільстві.

Природа ейджизму тісно пов'язана з соціальними та культурними умовами, які сприяють формуванню певних уявлень про вікові категорії. У багатьох випадках ці уявлення базуються на стереотипах, що відображаються в медіа, освіті, політиці та навіть в повсякденному житті. Вони можуть проявлятися у вигляді упередженого ставлення до людей, коли старші за віком часто вважаються неактивними або недієздатними, а молодь – недосвідченою або несерйозною. Така категоризація призводить до соціальних і культурних бар'єрів, що обмежують можливості для розвитку та самореалізації людей різних вікових груп.

З точки зору соціальної теорії, ейджизм є результатом багатьох факторів: від історичних умов до сучасних економічних і політичних реалій. Суспільства, що ставляться до віку через призму економічної продуктивності чи фізичних можливостей, схильні до виникнення таких упереджень. У сучасних умовах швидких технологічних змін і змін на ринку праці, де інноваційність і мобільність часто вважаються основними цінностями, старші покоління можуть опинитися в ситуації, де їхній досвід і знання не отримують належної оцінки, а молодь — в умовах, де їхній потенціал недооцінюється.

Виникнення ейджизму як соціального явища є частиною більш широких процесів соціалізації і культурної адаптації до нових умов. В умовах швидких змін в соціальній і економічній сферах, люди часто орієнтуються на нові цінності та моделі поведінки, що спричиняє зміну ставлення до старших і молодших груп. Ці зміни можуть бути результатом різноманітних соціальних рухів, а також зміни у ставленні до освіти, роботи та особистих досягнень. Проблема ейджизму потребує комплексного підходу та уваги на всіх рівнях: від індивідуального до суспільного [11].

Ейджизм (ageism) – це дискримінація людей на основі їх належності до певної вікової категорії, яка має місце як у формальних, так і в неформальних аспектах суспільного життя. Він проявляється в бажанні взаємодіяти та приймати тільки тих, хто відповідає заздалегідь визначеним віковим стандартам [18].

Цей термін було введено американським ученим-геронтологом Р. Батлером у 1969 році в рамках дослідження вікової стратифікації та суспільних норм, які акцентують увагу на продуктивності та ефективності. Спочатку поняття було пов'язане з тим, як суспільство оцінює різні вікові групи та їхні можливості.

Термін «ейджизм», що позначає дискримінацію за віковою ознакою, є досить поширеним і активно використовуваним у наукових дослідженнях. Як зазначав Р. Батлер, ейджизм полягає в упередженому ставленні або дискримінації щодо певної вікової категорії, зокрема, літніх людей. Особливістю

цієї форми дискримінації є те, що вона може стосуватися кожної людини, коли вона досягає певного віку, який стає приводом для упередженого ставлення. Крім того, культурний контекст відіграє важливу роль у прояві ейджизму, оскільки в різних культурах ставлення до людей похилого віку може сильно відрізнятися. Наприклад, у традиційних суспільствах, таких як Японія, старші люди зазвичай користуються особливою повагою та шаною [18].

Дослідження Е. Палмора, проведене у рамках опитування «The Ageism Survey: First Findings», дозволило виокремити найбільш поширені форми вікової дискримінації через соціологічне опитування. Він запропонував власну методологію для проведення такого дослідження, яка отримала широку увагу у науковому середовищі. Однак це дослідження також зазнало певної критики [22].

Так, Е. Коген звернув увагу на те, що хоча питання, порушені в дослідженні, є важливими, відповіді потребують більш глибокого аналізу, який повинен враховувати не лише сприйняття літніх людей, але й інші важливі чинники, що можуть впливати на існування та прояви ейджизму [22].

Н. Гапон. конкретизує поняття соціального ейджизму у гендерному аспекті і зазначає, що це таке явище, яке виявляється в обмеженому доступі до ресурсів і відчужені від участі у прийнятті рішень, найбільше стосується певних вікових груп жіночого населення та обумовлює їх готовність до виїзду за межі країни [14. с. 72].

Детальніше проаналізуємо поняття «ейджизм» у таблиці 1.1.

Аналіз таблиці показує, що поняття «ейджизм» має різні трактування в залежності від дослідника.

Таблиця 1.1

Визначення концепції поняття «ейджизм»

Автор	Визначення
-------	------------

Продовж. Таблиці 1.1

Р. Батлер	Ейджизм – це упереджене ставлення або дискримінація щодо певної вікової категорії, зокрема літніх людей, яке може торкнутися будь-якої людини, коли вона досягає певного віку.
Е. Палмор	Ейджизм визначається через соціологічне опитування, яке виявляє форми вікової дискримінації.
Е. Коген	Ейджизм потребує глибшого аналізу, який враховує не тільки ставлення до літніх людей, а й інші чинники, що впливають на прояви дискримінації.
Н. Гапон	Соціальний ейджизм – це обмежений доступ до ресурсів та відчуженні жіночого населення певних вікових груп від участі у прийнятті рішень.

Джерело: створено автором

Р. Батлер акцентує увагу на дискримінації за віковою ознакою, зокрема щодо літніх людей, підкреслюючи, що ця дискримінація може торкнутися будь-якої людини, як тільки вона досягає певного віку. Таке визначення дає широке розуміння ейджизму як явища, яке стосується всіх людей, а не лише літніх, та акцентує на соціальному значенні віку як маркера для упередженого ставлення.

Е. Палмор, у свою чергу, фокусується на дослідженні ейджизму через соціологічні опитування, що дозволяють виявити конкретні форми вікової дискримінації. Цей підхід дає можливість зібрати емпіричні дані про поширення ейджизму в різних соціальних контекстах, однак не дає глибокого аналізу причин, які стоять за цими формами дискримінації. Визначення Е. Палмора

зосереджене на практичному вимірі вивчення цього явища через кількісні та якісні методи дослідження.

Е. Коген звертає увагу на те, що для розуміння ейджизму недостатньо лише описувати ставлення до літніх людей, але й важливо враховувати інші соціальні чинники, які можуть впливати на прояви дискримінації. Це вказує на необхідність більш комплексного підходу до дослідження, який враховує не лише вікові, але й соціальні, економічні, культурні та психологічні аспекти. Такий підхід дозволяє побачити ейджизм не тільки як стереотипи щодо певної вікової групи, але й як частину більш широкої соціальної динаміки.

Н. Гапон акцентує на соціальному ейджизмі, зокрема в контексті гендерних аспектів, і вказує на проблему обмеженого доступу жінок певних вікових груп до ресурсів і їх відчуження від участі у прийнятті рішень. Це визначення відкриває важливий вимір ейджизму, який тісно пов'язаний з гендерною дискримінацією, де жінки не тільки стикаються з віковими обмеженнями, а й зазнають додаткових бар'єрів через свою стать. Такий підхід дозволяє краще зрозуміти, як вікові та гендерні стереотипи переплітаються в сучасному суспільстві.

Загалом, кожен із авторів надає власну перспективу на концепцію «ейджизму», що дозволяє комплексно розглядати це явище. Визначення Р. Батлера та Е. Палмора дають основне уявлення про те, що таке ейджизм і як його можна виміряти, тоді як Е. Коген і Н. Гапон додають важливі соціальні та культурні аспекти до розуміння цього явища. Сукупність таких підходів дозволяє поглибити аналіз і виявити складні взаємозв'язки між віковою дискримінацією та іншими соціальними чинниками.

З усіх визначень найближче до комплексного розуміння ейджизму знаходиться трактування Р. Батлера, який акцентує увагу на тому, що дискримінація за віковою ознакою може стосуватися будь-якої вікової групи, зокрема літніх людей. Це визначення є загальним і універсальним, оскільки підкреслює, що ейджизм може виявлятися на будь-якому етапі життя людини, а не лише в певному віці. Такий підхід дозволяє бачити вікову дискримінацію як

явище, яке охоплює всі соціальні групи і може бути актуальним у будь-якому віці.

Однак найбільш актуальним для сучасного контексту є також визначення Н. Гапон, яка додає до поняття ейджизму важливий гендерний аспект. Її визначення особливо важливе в умовах, коли питання гендерної рівності і доступу до ресурсів є одними з основних у соціальних науках. Це дозволяє розглядати ейджизм не лише як соціальне явище, яке пов'язане з віком, а й як складну соціальну проблему, що включає в себе взаємодію вікових та гендерних стереотипів. Таким чином, поєднання визначень Р. Батлера і Н. Гапон створює більш повне уявлення про ейджизм як соціальне явище.

Причини виникнення ейджизму є комплексними і багатограними, зокрема соціальними, культурними, економічними та психологічними [15]:

1. Одна з основних причин виникнення ейджизму полягає в соціальних стереотипах, які формуються через культурні уявлення про вікові групи. У багатьох суспільствах старші люди часто асоціюються з відставанням, фізичною непрацездатністю та відсутністю інтелектуальних здобутків, що призводить до негативних уявлень про них. У той же час молодь інколи сприймається як менш досвідчена або недостатньо зріла. Ці стереотипи сприяють формуванню упередженого ставлення до людей певного віку, що в свою чергу веде до їх дискримінації в різних сферах життя.

2. Іншою важливою причиною є економічні фактори. У сучасних умовах глобалізації і швидкого технологічного розвитку багато робочих місць вимагають високого рівня мобільності, технічних навичок і здатності адаптуватися до нових умов. Це створює уявлення про старших людей як менш гнучких або неготових до освоєння нових технологій, а отже, менш конкурентоспроможних на ринку праці. У свою чергу молоді люди часто розглядаються як більш енергійні та здатні до швидкої адаптації, що створює враження, що їхні можливості на ринку праці ширші. Ці економічні чинники сприяють загостренню ейджизму, особливо в таких сферах, як трудові відносини, освіта та технологічні інновації.

3. Крім того, психологічні фактори також відіграють важливу роль у виникненні ейджизму. Боязнь старіння і пов'язаних з ним фізичних і соціальних змін може стати причиною негативного ставлення до старших людей. У багатьох культурах старість асоціюється з втратою активності, незалежності та життєвої енергії, що викликає у людей страх перед старінням і відповідно перед негативними аспектами, які воно може нести. Такий психологічний бар'єр також може перетворюватися на соціальну дискримінацію, коли молодші покоління активно відштовхують старших, вважаючи їх непотрібними або менш важливими.

4. Нарешті, історичні та культурні фактори також сприяють виникненню ейджизму. У багатьох суспільствах, де старше покоління традиційно користувалося великим авторитетом, зміни в соціальних структурах та інституціях можуть викликати дезорієнтацію та виникнення нових уявлень про старші покоління. В умовах швидких змін, таких як технологічні інновації чи урбанізація, роль старших людей може зменшуватись, що створює певний розрив між поколіннями. Це, в свою чергу, породжує нові форми ейджизму, які виражаються у вигляді упереджених ставлень, соціальної ізоляції і маргіналізації старших людей.

Отже, ейджизм є соціальним явищем, що виникає внаслідок стереотипів та упередженого ставлення до людей різного віку, що призводить до дискримінації та обмеження можливостей як молоді, так і людей похилого віку. Його природа пов'язана з соціально-культурними умовами, економічними факторами та історичними традиціями, які формують сприйняття віку в суспільстві. Прояви ейджизму можуть бути як індивідуальними, так і структурними, відображаючись у професійній сфері, освіті, медіа та повсякденному житті. Дослідження цього явища вказують на необхідність глибшого аналізу його причин і пошук шляхів подолання вікової дискримінації для забезпечення рівних можливостей для всіх вікових груп.

1.2 Шляхи подолання ейджизму в сучасному суспільстві

Ейджизм є однією з форм дискримінації, що базується на вікових стереотипах і упередженнях. Він проявляється у різних сферах життя – від працевлаштування та освіти до медичного обслуговування та соціальної взаємодії. Негативне ставлення до людей певного віку може призводити до обмеження їхніх можливостей, соціальної ізоляції та погіршення якості життя. Тому подолання ейджизму є важливим завданням сучасного суспільства, що прагне до рівності та інклюзії.

Однією з основних передумов боротьби з віковою дискримінацією є формування суспільної свідомості, що базується на повазі до кожної вікової групи. Для цього необхідно змінювати усталені уявлення про молодь і людей старшого віку, пропагувати позитивні приклади активного життя в будь-якому віці та розвивати міжпоколінний діалог. ЗМІ, освіта та соціальні ініціативи можуть відігравати ключову роль у формуванні більш толерантного суспільства, де вік не стане перешкодою для самореалізації [12].

Важливим кроком у подоланні ейджизму є створення рівних умов для всіх вікових груп у професійній сфері. Роботодавці мають відмовитися від вікових обмежень при прийомі на роботу та цінувати досвід і компетенції працівників незалежно від їхнього віку. Водночас молоді фахівці повинні отримувати рівні можливості для кар'єрного зростання без упередженого ставлення. Розвиток програм наставництва, підвищення кваліфікації та адаптація робочого середовища до потреб людей різного віку сприятимуть подоланню вікової нерівності.

Окрім змін у трудовій сфері, важливо забезпечити доступність освіти, охорони здоров'я та соціального захисту для людей усіх вікових категорій. Активне залучення людей старшого віку до громадської діяльності, волонтерства та культурного життя сприятиме їхній соціалізації та зменшенню негативних стереотипів. Лише комплексний підхід, що охоплює зміни в законодавстві, освіті, трудовій політиці та медіапросторі, дозволить подолати ейджизм і створити суспільство рівних можливостей.

Як не парадоксально, але ейджизму сприяє і розвиток високих технологій та поява штучного інтелекту. На думку директора Інституту людства майбутнього Оксфордського університету Н. Бострома, завдячуючи штучному інтелекту вже сьогодні скорочуються робочі місця [19]. На 2030 рік кількість робочих місць скоротиться на 20-25%, а в майбутньому і взагалі стрімко скоротяться такі професії, як офіс-менеджер, юрист, бухгалтер, журналіст, водій грузового транспорту [13]. Така ситуація не тільки підвищує конкуренцію на робочому місці, викликає «велику нерівність... у прибутках, багатстві й можливостях» (К. Шваб, Т. Маллере), а й змінює ставлення до людей за віковими ознаками, насамперед людей похилого віку, які стають «безкорисним класом», все більше потребуючи допомоги з боку суспільства (Ю. Харарі).

Для того щоб подолати проблему ейджизму у нашому суспільстві, важливо почати з освітніх ініціатив. Освітні програми, які спрямовані на підвищення обізнаності про негативний вплив ейджизму, мають допомогти людям різного віку краще розуміти цю проблему. Це важливий крок у формуванні культури взаємоповаги та підтримки.

Наступним важливим етапом є прийняття законів, що забороняють дискримінацію за віковою ознакою. Такий крок забезпечить юридичний захист для людей різних вікових груп та створить правову основу для боротьби з дискримінацією на всіх рівнях. Закони повинні бути чіткими та ефективними, щоб гарантувати рівні права для всіх.

Ще одним важливим напрямком є створення можливостей для взаємодії між різними поколіннями. Спільні проекти, ініціативи та програми можуть стати платформами для покращення розуміння та співпраці між людьми різних вікових категорій. Це сприятиме розвитку взаємної підтримки та зміцненню соціальних зв'язків [3].

Серед завдань, які сприяють старшим людям, важливо сприяти активному старінню. За допомогою пропаганди здорового способу життя, доступу до культурних та освітніх заходів для літніх людей можна значно покращити якість

їхнього життя. Це також допоможе старшим людям відчувати себе потрібними та активними членами суспільства.

Крім того, роль соціальних мереж у боротьбі з ейджизмом важко переоцінити. Створення платформ, де старші люди можуть знаходити підтримку, ділитися досвідом і будувати взаємозв'язки, має велике значення. Соціальні мережі можуть бути потужним інструментом для забезпечення інтеграції людей похилого віку у сучасне соціальне життя.

Подолання ейджизму також потребує комплексного підходу. Необхідно, щоб усі сфери суспільства – від уряду до громадських організацій – брали участь у вирішенні цієї проблеми. Взаємодія різних секторів допоможе створити середовище, де всі люди незалежно від віку почуваються захищеними і підтриманими.

Поширення позитивних прикладів і історій людей старшого віку, які реалізували себе в різних сферах життя, має важливе значення для боротьби з ейджизмом. Це дозволить змінити ставлення до старших людей, показавши, що вони можуть бути активними і впливовими членами суспільства.

Немаловажним є також розвиток різноманітних соціальних і культурних ініціатив, які сприяють залученню людей старшого віку до активного життя. Важливо створювати умови, які дозволяють їм брати участь у культурних, спортивних та громадських заходах, що зміцнює почуття належності до суспільства [8].

Для подолання ейджизму важливо працювати і з молодшими поколіннями. Тільки так можна сформувати суспільство, яке поважає людей незалежно від їх віку. Виховання толерантності та поваги до різних вікових груп починається з раннього віку.

Однією з складових боротьби з ейджизмом є підвищення доступу до медичних послуг для старших людей. Адже здоров'я і доступ до медичної допомоги є важливими аспектами, які впливають на якість життя людей похилого віку. Гарантуючи рівний доступ до медичних послуг, ми можемо значно покращити життя літніх людей.

Важливим є і забезпечення соціальної підтримки для старших людей, які можуть відчувати себе ізольованими. Система підтримки має включати не лише медичні, але й соціальні, психологічні послуги, які допоможуть людям похилого віку адаптуватися до змін у житті та зберегти активну соціальну позицію [2].

Важливим аспектом є також боротьба з економічними проблемами літніх людей. Багато людей після виходу на пенсію стикаються з фінансовими труднощами. Забезпечення гідних умов пенсійного забезпечення є необхідним для того, щоб старші люди могли жити без фінансових обмежень.

Прийняття культурних змін є важливим для формування суспільства, яке визнає важливість всіх вікових груп. Суспільство повинно розуміти, що кожна людина, незалежно від її віку, має право на повагу, підтримку та рівні можливості для розвитку.

Справжнє подолання ейджизму неможливе без зміни ставлення до старших людей на рівні масової свідомості. Залучення медіа, культури та освіти до формування позитивного іміджу старшого покоління допоможе створити образ людей похилого віку як активних учасників суспільного життя [1].

Не можна забувати й про те, що зміни у ставленні до старших людей мають відбуватися на індивідуальному рівні. Кожен з нас може зробити свій внесок у боротьбу з ейджизмом, починаючи з власних переконань, змінюючи ставлення до старших людей у своєму оточенні.

Тільки за умови, коли суспільство активно працює над усіма аспектами цієї проблеми – від освіти до законодавства, від культурних ініціатив до соціальної підтримки, – ми зможемо створити справедливе та толерантне суспільство для всіх вікових груп.

Таким чином, подолання ейджизму в сучасному суспільстві потребує комплексного підходу, що включає зміни в освітній, правовій, економічній та соціальній сферах. Важливими заходами є впровадження освітніх програм, які сприяють усвідомленню проблеми вікової дискримінації, прийняття законодавчих ініціатив для забезпечення рівних прав, а також створення умов для активної взаємодії між поколіннями. Крім того, важливу роль відіграє

підтримка активного старіння, забезпечення доступу до медичних і соціальних послуг та розширення можливостей для професійної реалізації людей незалежно від віку. Лише формування культури поваги та інклюзивності дозволить подолати вікові упередження та створити суспільство рівних можливостей для всіх.

Висновки до першого розділу

Ейджизм як соціальне явище є складним і багатограним феноменом, що виникає через стереотипне сприйняття віку та його соціокультурні інтерпретації. Це упереджене ставлення або дискримінація щодо певної вікової категорії, яке може проявлятися у різних сферах життя: на ринку праці, у соціальній взаємодії, медичному обслуговуванні та інших аспектах суспільного функціонування. Важливим є те, що ейджизм може торкнутися кожної людини на певному етапі її життя, що робить цю проблему особливо актуальною для вивчення та вирішення.

Дослідження показують, що ейджизм не лише впливає на окремих індивідів, а й має негативні наслідки для суспільства в цілому. Обмеження доступу людей до ресурсів та можливостей через вікову дискримінацію призводить до зниження їхньої продуктивності, самооцінки та якості життя. Соціальна ізоляція та маргіналізація старших або молодших груп також можуть спричиняти економічні та психологічні проблеми, які позначаються на всіх аспектах соціальної взаємодії.

Аналіз різних підходів до вивчення ейджизму демонструє, що його причини коріняться у стереотипах, культурних традиціях та соціальних нормах. З одного боку, певні суспільства, наприклад, східні культури, можуть демонструвати більш позитивне ставлення до літніх людей, розглядаючи їх як джерело мудрості та досвіду. З іншого боку, західні суспільства, які акцентують увагу на продуктивності та інноваціях, можуть знецінювати внесок старших

поколінь. Це свідчить про необхідність культурно-специфічного підходу до подолання ейджизму.

Однією з головних складових боротьби з ейджизмом є формування усвідомленого ставлення до віку як нейтрального фактору, що не повинен визначати можливості чи права людини. Для цього важливу роль відіграють освітні ініціативи, що сприяють руйнуванню вікових стереотипів, а також правові механізми, які забезпечують рівні можливості для всіх вікових категорій. Важливим є також впровадження політик, спрямованих на підтримку активного старіння та інтеграцію представників різних вікових груп у суспільне життя.

Дослідження таких науковців, як Р. Батлер, Е. Палмор, Е. Коген та Н. Гапон, дають змогу глибше зрозуміти природу та наслідки ейджизму. Їхні підходи демонструють як соціологічний, так і психологічний аспекти цього явища, що дозволяє формувати комплексне уявлення про його механізми та шляхи подолання. Виявлення різних форм ейджизму через соціологічні опитування та аналіз культурних особливостей допомагає адаптувати методи боротьби з дискримінацією відповідно до конкретного соціального контексту.

Таким чином, ейджизм є глибоко вкоріненим у суспільстві явищем, яке потребує системного підходу для його подолання. Важливою умовою зменшення проявів ейджизму є комплексна взаємодія між державними структурами, освітніми закладами та громадськими організаціями. Усвідомлення проблеми, розробка ефективних антидискримінаційних заходів та формування толерантного суспільства є ключовими факторами у подоланні цього соціального явища.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МЕДІАПРОСТОРУ

2.1 Структура та специфіка сучасного українського медіа-простору

Сучасний український медіа-простір є складною та динамічною системою, що відображає як глобальні тенденції розвитку інформаційних технологій, так і специфічні національні особливості. Він охоплює традиційні засоби масової інформації, такі як телебачення, радіо та друковані видання, а також цифрові платформи, соціальні мережі та онлайн-ЗМІ. Різноманіття форматів та каналів комунікації забезпечує широкий доступ до інформації, проте водночас породжує виклики, пов'язані з якістю контенту, маніпуляціями та інформаційною безпекою.

Український медіа-простір перебуває під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, серед яких особливу роль відіграють політичні процеси, економічна ситуація та міжнародний контекст. Важливим аспектом є регулювання діяльності медіа, що здійснюється через законодавчі акти та органи контролю, зокрема Національну раду з питань телебачення і радіомовлення. Водночас розвиток цифрових технологій та соціальних мереж сприяє децентралізації інформаційного простору, даючи змогу окремим блогерам та незалежним медіапроектам впливати на суспільну думку нарівні з традиційними ЗМІ.

Особливістю українського медіа-простору є його значна політизованість та залежність від власників медіахолдингів, які часто використовують інформаційні ресурси для просування власних інтересів. Це створює ситуацію, за якої певні медіа можуть демонструвати упередженість, що ускладнює доступ аудиторії до об'єктивної інформації. Однак, паралельно з цим, розвиваються незалежні журналістські ініціативи, які прагнуть забезпечити неупереджене висвітлення подій та сприяти медіаграмотності населення [5].

В короткий період незалежності України відбувалися значні зміни в публічній та інформаційній політиці. Ці процеси можна пояснити тим, що успішне управління та інформаційна політика мають бути прогнозованими і чітко сформульованими. Для цього, у свою чергу, необхідно здійснити ментальні зміни, що включають підвищення культури мислення, етики громадян та рівня їх освіти, а також реформування ставлення до громадян з боку державних службовців. Важливим є також подолання олігархічних впливів на економічні, політичні та інформаційні сфери. У зв'язку з цим можна виділити кілька етапів розвитку інформаційної політики в Україні: [6]

1. Початковий етап формування інформаційної політики (1991–1997). У цей період медіапростір був насичений оптимізмом і очікуваннями швидкої демократизації та процвітання після здобуття незалежності. Саме тоді почався процес створення інститутів і законодавчих актів для формування державної інформаційної політики.

2. Період «України без Кучми» (1998–2004). На фоні стабільності і зростання економіки виникли міжнародні скандали, пов'язані з вбивством журналіста Георгія Гонгадзе та постачанням забороненої техніки до Іраку. Це спричинило масові протести під гаслом «Україна без Кучми», а також недооцінку важливості комунікаційної безпеки держави. У цей час почали розвиватися ідеї про європейську інтеграцію України.

3. Період революційного романтизму (2004–2009). Під час Помаранчевої революції виникає нова наративна конструкція про «три сорти українців». Спостерігається значний інтерес до України з боку міжнародної спільноти, а також перша газова війна з Росією. У цей період активно працює новий уряд для просування ідеї про європейське майбутнє України.

4. Період інформаційного аутсорсингу (2010–2013). Партія Регіонів починає боротися за контроль над медіапростором, при цьому у країні посилюється вплив західних радників на комунікаційну стратегію. Традиційні державні інтереси відходять на другий план, що дозволяє негативним інформаційним фреймам знову здобувати популярність.

5. Період Революції Гідності (2014–2015). На фоні політичної кризи та відсутності стабільних комунікацій виникає Революція Гідності. Водночас розпочинається активна робота ЗМІ, волонтерів і бізнесу для формування ефективних комунікаційних механізмів в умовах інформаційної війни, яку розв'язує Росія, використовуючи кризу на сході країни.

6. Формування системи інформаційної безпеки (2016–2020). У цей період Україна створює нову архітектуру державної комунікаційної політики, орієнтуючись на забезпечення національної безпеки. Ситуація стабілізується, органи влади стають більш ефективними, а міжнародна підтримка зменшується. З'являються нові фрейми, зокрема «Росія — агресор» та «Україна – жертва, яка продовжує боротьбу».

7. Період турбулентності та початок цифрової трансформації (2020–2021). Зростає роль інформаційної політики у протидії агресії з боку Росії, а також для реагування на внутрішні політичні процеси. Водночас відбуваються зміни у сфері цифрових технологій та медіа, що створює нові виклики для комунікаційної політики країни.

8. Перемога та період адаптації в умовах повномасштабної війни (2022–2024). З початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну у лютому 2022 року, країна стикається з новими, надзвичайно серйозними викликами в інформаційній політиці. Під час війни медіапростір зазнає суттєвих змін: основним завданням стає не лише захист національної безпеки, а й ефективне інформування громадян та світу про події на фронті. Відбувається мобілізація всіх можливих ресурсів для боротьби з російською пропагандою, а також для поширення правдивої інформації про ситуацію в Україні.

Структура українського медіа-простору складається з різноманітних інформаційних платформ, які можна розподілити на кілька основних груп. Кожна з них виконує свою роль у формуванні громадської думки, інформуванні населення та забезпеченні комунікації між різними соціальними групами.

До традиційних засобів масової інформації належать телебачення, радіо та друковані видання. Телебачення залишається одним із найвпливовіших каналів

комунікації, зокрема завдяки великим медіахолдингам, таким як «1+1 Media», «StarLightMedia», «Inter Media Group». Радіо відіграє важливу роль у поширенні новин, а також слугує джерелом розважального контенту. Друковані видання, хоча й втратили частину своєї аудиторії через цифровізацію, все ще залишаються важливими в аналітичній журналістиці та розслідуваннях [17].

В умовах стрімкого розвитку технологій значну частку медіа-простору займають цифрові ЗМІ, зокрема новинні сайти, блоги та незалежні медіапроекти. До ключових онлайн-ресурсів належать «Українська правда», «Лівий берег», «Цензор.НЕТ» та інші. Вони забезпечують швидке оновлення інформації, що є їхньою основною перевагою перед традиційними ЗМІ.

Соціальні мережі та платформи користувачького контенту Соціальні медіа, такі як Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Telegram, відіграють ключову роль у поширенні інформації. Багато громадян отримують новини саме через ці платформи, що впливає на зміну механізмів комунікації між медіа та аудиторією. Окрім офіційних медіа-сторінок, значний вплив мають блогери та незалежні журналісти, які можуть поширювати альтернативні точки зору.

Державні медіа, такі як «Суспільне мовлення», мають особливу роль у висвітленні подій з позиції суспільного інтересу. Також важливе місце займають регіональні видання та телеканали, які орієнтуються на місцеву аудиторію та висвітлюють питання, що не завжди потрапляють у фокус загальнонаціональних медіа [17].

Загалом, структура та специфіка сучасного українського медіа-простору формуються під впливом технологічного прогресу, суспільно-політичних змін та глобальних трендів. Важливим завданням є забезпечення балансу між свободою слова та інформаційною безпекою, а також розвиток якісного контенту, що сприятиме формуванню критичного мислення та демократичних цінностей у суспільстві.

Отже, сучасний український медіа-простір є багатошаровою системою, що поєднує традиційні та цифрові формати комунікації, адаптуючись до викликів

інформаційної доби. Він характеризується високим рівнем політизованості, впливом олігархічних структур, а також активним розвитком незалежних медіа та громадянської журналістики. Водночас цифрова трансформація сприяє децентралізації інформаційного простору, що відкриває нові можливості для плюралізму думок, але й створює загрози дезінформації та маніпуляції. Таким чином, ефективне регулювання, розвиток медіаграмотності та посилення інформаційної безпеки залишаються ключовими завданнями для подальшого формування стійкого та прозорого медіа-середовища в Україні.

2.2 Особливості ейджизму в сучасному українському медіа-просторі

Ейджизм, або дискримінація за віковою ознакою, є однією з актуальних соціальних проблем, що проявляється у різних сферах суспільного життя, зокрема у медіа-просторі. В Україні цей феномен набуває особливого значення в контексті суспільних трансформацій, коли змінюються уявлення про вік, старіння та професійну активність. Сучасні медіа, виконуючи роль формування суспільної думки, часто сприяють закріпленню стереотипів про молодість як ключову цінність, а старші покоління зображують у негативному або маргіналізованому світлі.

Українські ЗМІ, особливо розважальні та рекламні ресурси, нерідко підкреслюють ідеали молодості та краси, що призводить до створення штучних вікових бар'єрів. З одного боку, це стимулює розвиток ринку послуг, орієнтованих на омолодження, а з іншого – формує хибне уявлення про вікову непридатність для певних соціальних чи професійних ролей. Важливу роль у поширенні ейджистських наративів відіграють соціальні мережі, де вікова дискримінація може проявлятися у вигляді насмішок, стереотипних мемів та зневажливих коментарів.

Окремим аспектом проблеми є відображення старших людей у новинах та аналітичних матеріалах. Часто вони асоціюються з економічним тягарем для

держави, низькою продуктивністю чи технологічною відсталістю. Такий підхід не лише знецінює роль старшого покоління у суспільстві, а й посилює розрив між віковими групами. Попри це, в останні роки з'являються позитивні приклади подолання ейджистських тенденцій, зокрема через просування образів активного довголіття та професійної реалізації людей після 50 років.

Ейджизм у сучасному українському медіа-просторі проявляється через стереотипне зображення людей різного віку, що закріплює дискримінаційні уявлення та впливає на суспільне сприйняття. Найчастіше це стосується літніх людей, яких подають як слабких, хворобливих, неготових до змін, або ж, навпаки, як джерело мудрості, що також може бути обмежувальним стереотипом.

Українські медіа рідко показують старших людей як активних учасників соціальних процесів, а якщо й роблять це, то здебільшого в контексті виключних історій про «незвичайних» пенсіонерів, які ламають вікові стереотипи. Такі випадки подаються радше як аномалія, ніж як природна частина життя, що закріплює думку про те, що активне життя в похилому віці – це виняток, а не норма.

Телебачення, реклама та соціальні мережі переважно орієнтовані на молодіжну аудиторію, що формує культ молодості як ідеалу. Літні люди рідше стають обличчями рекламних кампаній, а якщо й з'являються в них, то здебільшого в ролі споживачів ліків, фінансових послуг або як об'єкти турботи. Це створює враження, що після певного віку людина перестає бути повноцінним учасником суспільного життя.

В українських ЗМІ можна помітити тенденцію до ейджистського дискурсу у сфері працевлаштування. Поширені матеріали про труднощі, з якими стикаються люди після 45-50 років при пошуку роботи, а також про небажання роботодавців наймати представників старших поколінь. Проблему часто подають без критичного аналізу причин або шляхів її вирішення, що лише посилює негативні уявлення.

Крім дискримінації літніх людей, у медіа існує і зворотний ейджизм – недооцінка молоді. Молодих спеціалістів нерідко зображають як недосвідчених, легковажних або неспроможних приймати серйозні рішення. Це помітно в політичному дискурсі, де молодь часто сприймають як таку, що «ще не готова» до управлінських посад або суспільно важливих ініціатив.

Ейджизм проявляється і в гендерному аспекті, зокрема щодо жінок. У медіа існує негласна «вікова планка» для жінок у публічному просторі: вони стикаються з тиском щодо зовнішнього вигляду, необхідності виглядати молодшими та відповідати певним стандартам. У той же час чоловіки навіть у зрілому віці часто продовжують сприйматися як авторитетні та привабливі фігури.

Українські медіа також інколи використовують ейджистські жарти або риторику в гумористичних програмах та шоу. Літніх людей можуть зображати як буркотливих, повільних або нездатних розуміти сучасний світ, що підсилює упередження та бар'єри між поколіннями. Молодь також може бути об'єктом стереотипізації, наприклад, як «ледарі, що не хочуть працювати».

У соціальних мережах ейджизм може проявлятися через мову ворожнечі або некоректні висловлювання щодо віку. Популярні блогери чи інфлюенсери часом вдаються до ейджистських висловів, навмисно підкреслюючи негативні риси певних вікових груп або висміюючи їх спосіб життя.

Вплив західних трендів на український медіа-простір поступово сприяє появі більш інклюзивних наративів, проте вони ще не стали домінуючими. Ідеї про активне старіння, рівні можливості для всіх поколінь та подолання вікових бар'єрів лише починають інтегруватися в українське суспільство через деякі незалежні медіа та соціальні ініціативи.

Попри певний прогрес, ейджизм залишається значною проблемою в українських медіа, закріплюючи нерівність між віковими групами та формуючи суспільні уявлення, які впливають на кар'єрні перспективи, рівень соціальної залученості та загальну якість життя людей різного віку.

Аналізуючи особливості ейджизму в сучасному українському медіа-просторі, важливо враховувати як його відкриті прояви, так і приховані форми, що впливають на суспільні уявлення про вік. Усвідомлення цієї проблеми та боротьба з дискримінаційними підходами в медіа є важливими кроками до формування більш інклюзивного інформаційного середовища, яке б сприяло рівноправному ставленню до людей різного віку.

Таким чином, ейджизм у сучасному українському медіа-просторі проявляється через стереотипне зображення різних вікових груп, що впливає на суспільні уявлення та формує вікову дискримінацію. Літніх людей часто представляють як пасивних або технологічно відсталих, а молодь – як недосвідчену та легковажну, що створює соціальні бар'єри. Значний вплив на поширення ейджистських наративів мають телебачення, реклама та соціальні мережі, де культ молодості подається як ідеал, а старший вік – як перешкода для активного життя. Попри це, останні тенденції свідчать про поступове впровадження інклюзивного підходу, що сприяє подоланню вікових стереотипів та формуванню більш рівноправного медійного середовища.

Висновки до другого розділу

Аналіз сучасного українського медіа-простору дозволяє визначити його складну структуру та багатовимірний характер. Поєднання традиційних та цифрових медіа створює широкий інформаційний ландшафт, що забезпечує доступ до різноманітного контенту. Водночас розвиток інформаційних технологій сприяє децентралізації медіа-простору, надаючи можливість незалежним журналістським ініціативам і блогерам впливати на суспільну думку.

Важливим чинником, що визначає функціонування медіа в Україні, є політичний та економічний контекст. Значна частина засобів масової інформації належить олігархам, які використовують їх у власних інтересах, що призводить

до упередженого висвітлення подій. Це обмежує доступ громадян до об'єктивної інформації та підвищує ризики маніпуляцій громадською думкою.

Водночас сучасний український медіа-простір характеризується високим рівнем політизованості, що особливо помітно у періоди виборчих кампаній та соціальних криз. З одного боку, це сприяє активному залученню громадян до політичного життя, а з іншого – створює сприятливі умови для поширення дезінформації та фейкових новин.

Значним викликом для українських медіа є питання інформаційної безпеки. В умовах триваючої війни з Росією посилюється необхідність боротьби з пропагандою та кіберзагрозами. Українські ЗМІ відіграють ключову роль у забезпеченні інформаційного захисту держави, а також у мобілізації суспільства на підтримку національних інтересів.

Розвиток цифрових технологій та соціальних мереж сприяв формуванню нових форматів подачі інформації. Громадяни отримали можливість самостійно створювати контент, що розширює можливості для комунікації та громадянської журналістики. Однак це також загострює проблему контролю за достовірністю інформації та протидії маніпулятивним технологіям.

Отже, український медіа-простір є складним і динамічним середовищем, що перебуває у стані постійної трансформації. Для його подальшого розвитку необхідно посилювати механізми регулювання, сприяти незалежній журналістиці та підвищувати рівень медіаграмотності населення. Лише за таких умов можливо забезпечити об'єктивність, прозорість і стійкість інформаційного середовища в Україні.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОЯВІВ ЕЙДЖИЗМУ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

3.1 Програма дослідження контент-аналізу ейджизму в українських ЗМІ, їх причини та наслідків.

У сучасному українському суспільстві, що перебуває у стані глибоких соціальних трансформацій, проблема ейджизму набула особливої актуальності. Як зазначав Р. Батлер, ейджизм є стійкою формою дискримінації, що базується на стереотипах щодо віку, і має тенденцію закріплюватися у суспільних установках та культурних практиках [20, с. 34]. Попри активні дискусії щодо прав людини та рівності, вікова дискримінація часто залишається прихованою, особливо в інформаційному просторі. ЗМІ не лише відображають реальність, але й формують її, закріплюючи в суспільній свідомості ті чи інші уявлення про різні соціальні групи, зокрема — вікові.

З урахуванням висновків теоретичного розділу, в якому було проаналізовано сутність, форми та наслідки ейджизму, наступним етапом дослідження стало проведення якісно-кількісного аналізу медіаконтенту. Використання методу контент-аналізу новинних матеріалів дало змогу дослідити особливості репрезентації різних вікових груп у українських ЗМІ, зокрема: частоту згадування віку, тональність подачі інформації, наявність стереотипних уявлень та контексти, у яких актуалізуються вікові категорії.

Мета дослідження: Визначити кількість згадок про представників різних вікових груп у публікаціях українських ЗМІ та проаналізувати їхній зміст з метою виявлення проявів ейджизму.

Об'єкт дослідження: Новинні публікації українських онлайн-ЗМІ, публікації, що належать до тематичних рубрик «Кримінал», «Освіта», «Культура» та «Здоров'я».

Предмет дослідження: Змістові характеристики текстів, що демонструють вікову упередженість або нейтральне/позитивне зображення вікових груп.

Завдання дослідження:

1. Дослідити особливості висвітлення вікових груп у українських онлайн-ЗМІ через аналіз частоти згадок, акцентів на віці, форм ейджизму (стереотипи, тональність, контексти).
2. Порівняти їхнє представлення в різних рубриках, щоб визначити, де вікові упередження виражені найбільше.
3. Проаналізувати контент у статтях з ейджизмом та розробити рекомендації щодо подолання ейджизму, на основі дослідження.

Гіпотези дослідження:

- Припустимо, що у публікаціях українських ЗМІ ейджизм проявляється у формі негативного або стереотипного зображення літніх людей;
- Припустимо, що вікова упередженість виявиться у рубриках «Кримінал» та «Здоров`я».

Метод дослідження: Контент-аналіз, що поєднує кількісний та якісний підходи для вивчення медіатекстів, ілюстрацій та відео.

Критерії та вибірка: Для дослідження було сформовано цільову вибірку, яка ґрунтувалася на заздалегідь визначених критеріях виявлення потенційних проявів ейджизму в онлайн-матеріалах. Було взято 5 онлайн ЗМІ. Вибірка здійснювалася за спеціальними критеріями, які дозволяють ідентифікувати потенційні прояви ейджизму у змісті новинних матеріалів.

Для початку аналізу, було створено особливі критерії оцінювання онлайн-статей. Перш за все увага була зосереджена на виявленні будь-яких згадок про вік, незалежно від їхньої семантичної навантаженості та комунікативної функції в тексті. Також у межах дослідження оцінювалося, чи є вік інформативно виправданим елементом тексту, чи він використовується виключно як формальний маркер, що може вказувати на латентні форми ейджизму, враховувався характер лексичних конструкцій, зокрема — вживання

стереотипної лексики або емоційно забарвлених визначень, таких як “старенький”, “пенсіонерка”, “молодик” тощо.

Логічний аналіз понять:

Контент-аналіз - це метод дослідження, який використовується для інтерпретації змісту текстових даних. Цей метод включає обробку тексту та подальшу інтерпретацію результатів. Контент-аналіз іноді використовується як узагальнюючий термін для всіх методів систематичного аналізу об’єктивних політичних текстів, а також текстів джерел масової комунікації, хоча з іншого боку, таке розширене розуміння контент-аналізу не є правильним, але через свою технологічність він дійсно посідає особливе місце серед аналітичних методів, крім того, оскільки його об’єктом дослідження є сам текст, він дуже адаптивний для успішного використання в дослідженнях різного типу.

Ейджизм – форма соціальної дискримінації, що ґрунтується на віковій ознаці та проявляється у стереотипному сприйнятті, упередженому ставленні або нерівному обходженні з представниками певних вікових груп [20].

Формальний контент-аналіз — це метод дослідження інформаційних матеріалів, який ґрунтується на чітко структурованих правилах і кількісних показниках.

Неформальний контент-аналіз — метод, що передбачає якісне опрацювання змісту текстів чи зображень з акцентом на інтерпретацію змістових смислів.

Вік — це хронологічний показник, що відображає кількість років, прожитих людиною з моменту народження.

Вікові групи — класифікація населення за віком, що використовується в демографії, соціології та статистиці.

Медіаобраз — це уявлення або образ, який формується в інформаційному просторі (ЗМІ) щодо певної особи, соціальної групи або явища. Медіаобраз людей різного віку формується через вибір теми, лексики, візуального супроводу, а також стилю подання матеріалу.

Онлайн-медіа — медіа, що регулярно поширює інформацію у текстовій, аудіо-, аудіовізуальній чи іншій формі в електронному (цифровому) вигляді за допомогою мережі Інтернет на власному веб-сайті, крім медіа, які віднесені цим Законом до аудіовізуальних медіа [9].

Контент — це інформаційне заповнення медіаканалів, що включає тексти, зображення, аудіо та відео, призначене для аудиторії. Може бути створений професіоналами або користувачами для новин, розваги, аналізу або реклами та розповсюджується через різні медіаплатформи. [16].

Рубрика — структурна одиниця медійного контенту, яка відображає тематичне спрямування новини.

Кримінал — рубрика, в якій особи певного віку часто зображуються у контексті правопорушень або жертв злочину.

Освіта — медійна категорія, що стосується процесу навчання та виховання.

Культура — тематична група новин, присвячених творчості, мистецтву, дозвіллю.

Здоров'я — розділ, у якому вік подається у зв'язку зі станом фізичного і психічного здоров'я.

Період контент-аналізу: січень – березень 2025 року.

3.2. Результати контент-аналізу, щодо наявності ейджизму в українському медіа.

Контент-аналіз здійснювався з метою виявлення випадків ейджистських висловлювань або стереотипного зображення представників різних вікових груп у публікаціях українських онлайн-медіа. На початковому етапі виникли труднощі з добором джерел, оскільки на вебсайтах провідних загальнонаціональних медіа, були відсутні архіви або функціонал вибору публікацій за тематичними рубриками, що ускладнює реалізацію

систематичного контент-аналізу. З огляду на це, для дослідження були обрані криворізькі та всеукраїнські онлайн-ЗМІ, до яких належать "Рудана", "Перший міський", "Перший криворізький", "На часі", а також київське онлайн-видання "Главком", що висвітлює як загальнонаціональні, так і регіональні новини. Ці ресурси раніше вже використовувалися для аналітичних цілей, а також мають зручну структуру подачі матеріалів, зокрема наявність рубрикації та доступ до публікацій за датами.

Наступним етапом було обрано чотири основні рубрики: "Освіта", "Кримінал", "Культура" та "Здоров'я". Вибір саме цих тематичних напрямів обґрунтовується результатами дослідження Інституту масової інформації, яке засвідчує, що українські користувачі найчастіше споживають новинний контент саме у цих категоріях.

Водночас з аналізу були свідомо виключені рубрики, пов'язані з військовою тематикою, політикою та економікою, попри те, що за даними того ж дослідження ІМІ саме вони демонструють найвищі показники перегляду [10]. Це рішення зумовлене кількома чинниками. По-перше, інформація в зазначених рубриках часто має жорстко нормативний, офіційний або стратегічний характер, що значно ускладнює ідентифікацію ейджистських висловлювань через переважання сухої фактографії. По-друге, теми війни, економіки й політики нерідко передбачають акцент на подіях, а не на соціальних групах, зокрема вікових, що знижує ймовірність виявлення стереотипізації за віковою ознакою. Таким чином, для цілей дослідження були обрані ті рубрики, де персоналізація новин і згадування конкретних осіб різного віку трапляються частіше, що дає змогу точніше виявити наявність або відсутність ейджизму.

Подальші таблиці та діаграми дослідження можна побачити у додатку Б.

Після завершення етапу відбору джерел та тематичних рубрик було здійснено первинне структурування контенту для подальшого аналізу. З цією метою усі новинні публікації, відібрані в межах дослідження, були розподілені відповідно до чотирьох основних інформаційних блоків: "Кримінал", "Освіта", "Культура" та "Здоров'я". Такий підхід дозволив систематизувати інформацію та

створити кількісну базу для подальшого аналізу змісту з точки зору виявлення ознак ейджизму.

З Таблиці 1, найбільша кількість матеріалів припадає на кримінальну тематику — 1505 публікацій, що майже в десять разів перевищує кількість матеріалів у рубриці “Освіта”. Інші рубрики представлені більш рівномірно: 248 публікацій у рубриці "Культура" та 237 — у “Здоров’я”.

Після кількісного розподілу матеріалів за рубриками було проведено другий етап дослідження — безпосередній контент-аналіз відібраних новин на предмет наявності ейджистських проявів. З метою рівноцінного контент-аналізу, було прийнято рішення сформувавши Таблицю 2 з вибіркою за принципом рівного представлення кожного медіа у межах певної тематики, а саме: для рубрики "Кримінал" було відібрано по 40 матеріалів з кожного з п’яти онлайн-видань, що склало загалом 200 новин. У категоріях "Освіта" та "Культура" проаналізовано по 20 публікацій з кожного медіа — відповідно по 100 матеріалів у кожній рубриці. У тематичному блоці "Здоров’я" вибірку становили по 30 новин з кожного джерела, що дозволило охопити 150 матеріалів загалом. Також в таблицю входять зображення людей різної вікової категорії (негативні, нейтральні та позитивні). До нейтральних образів відносилися публікації, у яких вік або соціальна вікова приналежність згадувалися формально, без оцінювальних суджень, стереотипізації чи емоційного забарвлення. Статті з позитивними образами містили приклади активної соціальної чи професійної діяльності осіб різного віку, їхні досягнення та внесок у громаду. Новини з негативними образами містили в собі стереотипи, знецінення або надмірне акцентування на віці — зокрема, повторне згадування вікової категорії, використання узагальнюючих або забарвлених термінів.

Найбільш численною категорією виявилися нейтральні образи (365 матеріалів, 67 %), де вікова приналежність згадувалася у фактичному ключі. Новини з позитивними образами охоплюють 60 публікацій (11 % від загальної кількості матеріалів з ознаками ейджизму), у яких осіб різного віку зображено в активному, соціально значущому або професійному контексті — як тих, що

досягають успіхів, займаються волонтерством, беруть участь у громадському житті чи демонструють приклади особистої ініціативи. Матеріали з негативним образом (68 випадків, або 12 %) демонстрували випадки особливої уваги віку, а також стереотипні узагальнення.

Із загальної вибірки у 550 проаналізованих публікацій було виявлено 218 матеріалів з ознаками ейджизму. Подальший аналіз цих текстів дозволив класифікувати їх у таблицю за чотирма основними типами прояву вікової дискримінації: формальне згадування віку, стереотипізація, узагальнення та знецінення.

Найбільш поширеним виявився тип «формальне згадування віку» — 110 випадків (51 %), коли вік або вікова категорія згадувалися без емоційного забарвлення, але в контексті, що не мав змістової потреби у такій інформації. Часто це стосувалося повідомлень на кшталт: «чоловік віком 67 років скоїв злочин» або «жінка 72 років стала жертвою», де вік згадувався як додаткова, але необґрунтована характеристика. Другу за чисельністю групу склали матеріали зі стереотипізацією — 66 випадків (30 %). У таких текстах та ілюстраціях простежувались сталі уявлення про певну вікову групу до теми. Наприклад, молодь часто описувалась терміном «молодик» з негативним або зневажливим відтінком, а літні люди — як «бабусі» чи «пенсіонери», незалежно від теми матеріалу. Один із прикладів — публікація про студентів, де зазначалося: «Аспірантам у середньому 24-25 років. Це вік, коли людина вже переважно не живе вдома, закладає сім'ю, відповідно їй треба за щось жити...». Узагальнення за віковою ознакою фіксувалися у 24 публікаціях (10 %). Це проявлялося у висловлюваннях на кшталт «знайшли молодика, який зухвало пограбував пенсіонера» або «бобові є незамінними продуктами для молодості шкіри після 40 років», що формують упереджені судження щодо певної вікової групи. Найменше було зафіксовано випадків знецінення — 19 (9 %), де вік використовувався як привід для демонстрації безпорадності, залежності або несамотійності. У таких публікаціях зустрічались фрази на зразок: «34-річний

чоловік, який вештався неподалік і не знав, куди задіяти надлишок енергії», або ілюстрації які показують лише одну вікову групу людей у певних темах.

Приклади статей за образами та типами прояву знаходяться у додатку В.

З отриманих даних можна зробити висновок, що ейджизм в українських онлайн-медіа найчастіше проявляється не у відкритій дискримінації, а в опосередкованих формах — через необґрунтовані згадки віку, вживання стереотипізованих назв та узагальнень.

3.3 Рекомендації щодо подолання ейджизму в українських ЗМІ

Написання новинної статті — це структурований процес, що передбачає уважний добір фактів, точність формулювань та етичну відповідальність перед аудиторією. Хоча інколи новини створюються в умовах браку часу, коли важко ретельно дібрати кожне формулювання або синонім, але навіть в оперативному режимі журналісти повинні пам'ятати про свою роль у формуванні суспільних наративів. Особливо це стосується зображення соціальних груп, зокрема вікових: важливо уникати узагальнень, стереотипів і неетичних формулювань, які можуть сприяти поширенню ейджизму.

Щоб зменшити рівень ейджизму в українських ЗМІ, можна запропонувати такі рекомендації: По-перше, варто уникати зайвого акцентування на віці особи, якщо це не має прямого зв'язку з темою матеріалу. Вказівка на вік повинна бути виправданою, а не використовуватися як маркер провини, слабкості або нездатності.

По-друге, доцільно відмовитися від узагальнень і стереотипізованих висловів на зразок «пенсіонер», «молодик», «бабуся», «старенький» тощо. Замість цього бажано вживати нейтральні або точні формулювання, наприклад: «жінка 65 років», «студент», «людина літнього віку» тощо.

Редакціям варто впроваджувати внутрішні стандарти й глосарії недискримінаційної мови та зображень у відео чи ілюстраціях, а також навчання

для журналістів з питань етичного висвітлення тем, пов'язаних із віком. Також, бажано активізувати дослідження та моніторинг контенту з боку професійних медійних організацій і громадських ініціатив, щоб своєчасно фіксувати випадки ейджизму та створювати відкритий зворотний зв'язок для редакцій.

Якщо дивитись на рекомендації упровадження вищезазначених підходів, то це сприятиме не лише зниженню рівня ейджизму, але й підвищенню професійної культури журналістики, що базується на повазі до людської гідності, різноманіття й соціальної відповідальності.

Висновки до третього розділу

Для дослідження ейджизму в українських ЗМІ було взято 5 онлайн-медіа, з них 4 були криворізькими та 1 національний. Для аналізу було створено особливі критерії оцінювання, які полегшували пошук прихованих текстів з ейджизмом. Дослідження охопило чотири основні рубрики: "Кримінал", "Освіта", "Культура" та "Здоров'я", що дозволило виявити ключові тенденції у висвітленні різних вікових груп.

Аналіз показав, що найбільша кількість матеріалів припадає на кримінальну тематику, де вік часто згадується без об'єктивної потреби. У переважній більшості випадків (67%) вікова приналежність згадувалася нейтрально, проте у 12% матеріалів виявлено негативні образи, пов'язані зі стереотипами та надмірним акцентуванням на віці. Позитивні образи різних вікових груп зустрічалися лише у 11% публікацій.

Найпоширенішими проявами ейджизму виявилися формальне згадування віку (51% випадків) та стереотипізація (30%). Візуальний супровід публікацій часто підсилював стереотипні уявлення, особливо щодо літніх людей, які зображувалися переважно у ролі жертв або пасивних учасників подій.

Результати дослідження підтвердили гіпотези про те, що ейджизм у українських ЗМІ найчастіше проявляється у прихованих формах через

непотрібні згадки віку, стереотипну лексику та візуальні образи. Особливо це помітно у кримінальній рубриці та матеріалах про здоров'я. Молодь частіше згадувалася у нейтральному чи позитивному контексті, але із закріпленням певних кліше.

На основі отриманих результатів розроблено рекомендації для подолання ейджизму в медіа, які включають відмову від стереотипних ярликів, обережність у вказівці віку та увагу до візуального супроводу матеріалів. Запропоновані підходи сприятимуть підвищенню професійних стандартів журналістики та формуванню більш об'єктивного образу різних вікових груп у медіапросторі.

ВИСНОВКИ

Дискримінація за статтю, національністю, релігією чи соціальним статусом, залишається актуальною проблемою сучасного суспільства, зокрема в медійному просторі. Одним із менш помітних, але не менш шкідливих її проявів є ейджизм — упереджене ставлення або дискримінація людей на основі віку. Ейджизм проявляється всюди, починаючи від упереджень пов'язаних з віком, закінчуючи обмеженням прав у соціумі. Незважаючи на те, що суспільство все частіше звертає увагу на рівність та толерантність, вікові стереотипи залишаються глибоко вкоріненими у публічному дискурсі. Не рідко можна почути як дорослі дорікають молодшому в чомусь у зв'язку з нібито відсутністю життєвого досвіду або навпаки, людей похилого віку обмежують і ставляться занадто дбайливо, хоча вони ще багато що можуть довести. Пов'язано це зі стереотипним мисленням, яке формується століттями, а з появою цифрових технологій, коли абсолютно кожна людина має можливість не лише споживати, а й продукувати інформацію, такі стереотипи почали ще активніше поширюватися. Особливо це помітно у сфері онлайн-журналістики, де швидкість подачі матеріалу нерідко превалює над точністю формулювань та етикою. У цьому контексті медіа виконують не лише інформативну, а й соціалізаційну функцію, впливаючи на формування уявлень про норми, ролі та межі прийнятної поведінки в суспільстві.

Сам аналіз ґрунтується на теоретичній частині в якій розглядалися терміни ейджизму, його виникнення, природу та прояви в суспільстві не лише з негативного, а й з позитивного боку. Але варто розуміти, що навіть прояви турботи та уважності до людей похилого віку хоч і здаються благими намірами з психологічної точки зору можуть мати зворотний ефект. Коли така допомога ґрунтується лише на віковій ознаці, без реальної необхідності, це може викликати у старших людей відчуття власної неповноцінності, залежності або втрати контролю над життям.

У роботі було проведено емпіричне дослідження на основі контент-аналізу публікацій українських онлайн-медіа з метою виявлення ознак ейджизму. Усього було відібрано 1505 матеріалів, з яких для детального аналізу сформовано вибірку з 550 статей за визначеними рубриками. У межах цієї вибірки в 218 статтях зафіксовано прояви вікової дискримінації різних форм. Така кількість становить майже 40% усіх проаналізованих одиниць вибірки, що дозволяє зробити висновок: вікова дискримінація в українському медіапросторі має не поодинокий, а системний характер. Це підтверджує актуальність проблеми та необхідність її вирішення як на професійному, так і на суспільному рівнях.

Найпоширенішими стали: формальне зазначення віку без контексту, узагальнення та вживання стереотипних позначень стосовно як людей літнього віку, так і молоді. У результаті дослідження було встановлено, що ейджизм у медіа нерідко проявляється скоріше за все для емоційного забарвлення чи неусвідомлено — через звичні мовні шаблони, та недостатню етичну чутливість журналістів або намагання спростити повідомлення для швидкого сприйняття аудиторією. Аналіз показав, що подібні формулювання впливають на формування сприйняття різних вікових груп у суспільстві, закріплюючи упередження та обмеження.

Також було проаналізовано ілюстрації та фотографії, в яких, навіть без прямого текстового вказування, тематика підсвідомо або візуально асоціюється з певною віковою групою.

На основі проведеного емпіричного дослідження було запропоновано можливі шляхи подолання проблеми ейджизму в українських медіа. Зокрема, йдеться про необхідність уникати невинновданого акценту на віці, стереотипних формулювань і зображень, які закріплюють вікові упередження. Запропоновано впровадження редакційних стандартів етичної мови, навчання журналістів щодо вікової чутливості, а також розвиток механізмів моніторингу контенту з боку медійних і громадських організацій. Такий підхід сприятиме не лише

зменшенню дискримінації за віком, але й зміцненню стандартів відповідальної журналістики в цілому.

Таким чином, дослідження підтвердило, що ейджизм у медійному просторі України є реальною та системною проблемою, яка проявляється як у змісті, так і у візуальному супроводі публікацій. Аналіз продемонстрував недостатню етичну чутливість до вікових питань у журналістській практиці, що, своєю чергою, впливає на суспільне сприйняття віку та підтримує стереотипи. Запропоновані у роботі рекомендації мають практичне спрямування й можуть бути використані редакціями, журналістами та медіаосвітніми платформами для підвищення якості контенту, формування інклюзивного інформаційного простору й розвитку журналістики, що ґрунтується на повазі до людської гідності незалежно від віку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базовий дохід для пенсіонерів: як це працюватиме і що буде з пенсіями.
URL: <https://kp.ua/ua/economics/a653070-bazovij-dokhid-dlja-pensioneriv-jak-tsepratsjuvatime-i-shcho-bude-z-pensijami> (дата звернення: 20.04.24).
2. Бойко І. Для пенсіонерів в Україні запровадять «базовий дохід». URL: <https://www.unian.ua/society/v-ukrajini-dlya-pensioneriv-vvedut-bazoviy-dohid-yakce-pracyuvatime-novini-ukrajini-11904291.html> (дата звернення: 20.04.2024).
3. Войтюк Т. Пандемія посилила проблему дискримінації за віком в усьому світі. URL: <https://suspilne.media/114786-pandemia-posilila-problemudiskriminacii-za-vikom-v-usomu-sviti-oon/> (дата звернення: 20.04.2024).
4. Голованова Н. В. Медіапростір як складова ноосфери. Ноосферна парадигма в публічному управлінні: теорія, історія, сучасність: матер. наук.-практ. конф. (Харків, ХарПІ НАДУ, 15 березня 2017 р.). С. 88-93.
5. Голованова Н. В. Образ інформаційного суспільства як чинник розвитку держави. Публічне управління XXI ст.: традиції та інновації: матер. XVII міжнар. наук. конгресу (Харків, ХарПІ НАДУ, 27 квітня 2017 р.). С. 117-120.
6. Голованова Н. В. Пріоритети державної інформаційної політики. Актуальні проблеми розвитку управлінських систем: досвід, тенденції, перспективи: матер. щорічн. наук.-практ. конф. (Харків, ХарПІ НАДУ, 5 квітня 2017 р.). URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/conf/2017-3/doc/1/06.pdf>
7. Грабовець І. Приходько О. Медіа як інструмент у попередженні та боротьбі із сексуальним домаганням та дискримінацією Людина в українському суспільстві в системі цінностей прав людини: сучасний вимір медіадіяльності :Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 14 травня 2021 р.). – К. : Інститут журналістики, 2021. –С. С.289-293. URL: <http://journ.univ.kiev.ua/nauka1/materialy-konferentsiy> (дата звернення: 20.03.24).
8. Ейджизм в Україні: круглий стіл. URL: <https://khisr.kharkov.ua/eydzhyzmv-ukraini-kruhlyy-stil/> (дата звернення: 17.04.2024).

9. Закон України Про медіа URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення 22.04.2025)
10. Інститут масової інформації. URL : <https://imi.org.ua/>
11. Магдисюк Л. І. Теоретико-емпіричні межі поняття ейджизму у психології. Теоретичні і прикладні проблеми психології. 2013. №3. С.167-173.
12. Макарова О.В., Гоцуляк О.О. Питання ейджизму в Україні. Молодий вчений. Юридичні науки. 2020. № 8(84). С. 74–77.
13. Міщиха Л. П. Психологічні особливості життєвої кризи похилого віку. Вісник Одеського національного університету : збірник наукових праць. Одеса, 2011. Т. 16, вип. 11, ч. 1: Психологія. С. 344–351
14. Надія Гапон. Суб'єктивація української жінки: філософсько-антропологічний дискурс другої половини ХХ сторіччя. Вісник Львівського університету. Серія: філософські науки. – 2006. – Вип. 9. – 290 с.
15. Новікова Ж.М. Особливості соціального становища людей похилого віку: теоретичне дослідження. Наукові студії із соціальної та політичної психології : збірник статей. 2011. Вип. 26. С. 65–75.
16. Печериця Н.М. Соціально-педагогічна корекція ейджизму студентської молоді в освітньо-культурному середовищі ЗВО : дис. ... канд. пед. наук. Харків, 2020. 267 с.
17. Потятиник Б.В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. Львів : ПАІС, 2010. 244 с.
18. Скрипченко О. В. Загальна психологія : навч. посібник / О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднічук. Київ: А.П.Н., 1999. 463 с.
19. Bostrom N. Superintelligence: Paths, dangers, strategies. Oxford University Press, 2014. 328 p
20. Butler, R. Ageism. The Encyclopedia of Aging. New York: Springer Publishing Co.1995. P. 38–39
21. Cohen, S. E. (2001). The Complex Nature of Ageism: What Is It? Who Does It? Who Perceives It? The Gerontologist, 41, 5, 1 October, 2001, 576–577. Retrieved from <https://academic.oup.com/gerontologist/article/41/5/576/596571>

22. Palmore E. The Ageism Survey: First Findings. The Gerontologist. Volume 41. Issue 5, 1 October 2001, P. 572–575. URL: <https://academic.oup.com/gerontologist/article/41/5/572/596570> (дата звернення: 4.11.2024)

ДОДАТКИ

Додаток А.

Результати моніторингу Інституту масової інформації.



<https://imi.org.ua/monitorings/natsionalni-novyny-dominuyut-mistsevi-vidhodyat-v-tin-tematychnyj-analiz-novyn-za-sichen-2025-i66521>

Додаток Б.

« Таблиця 3.1 »

Розподіл новинних публікацій за тематичними рубриками у вибраних українських онлайн-ЗМІ

	Кримінал	Освіта	Культура	Здоров'я
Рудана	263	45	81	39
На часі	50	1	2	0
Перший міський	272	30	23	33
Перший криворізький	219	24	32	62
Главком	701	62	110	103
Усього	1505	162	248	237

«Таблиця 3.2»

Структура аналізу проявів ейджизму у новинних публікаціях одного онлайн-ЗМІ за тематичними рубриками (січень — березень 2025 року)

Категорія	Проаналізовано (у вибірці)	З ейджизмом	Позитивний образ	Нейтральний образ	Негативний образ
Освіта	100	29	23	71	6
Кримінал	200	140	-	89	51
Культура	100	28	25	75	3
Здоров'я	150	20	12	130	8
Усього:	550	218	60	365	68

«Таблиця 3.3»

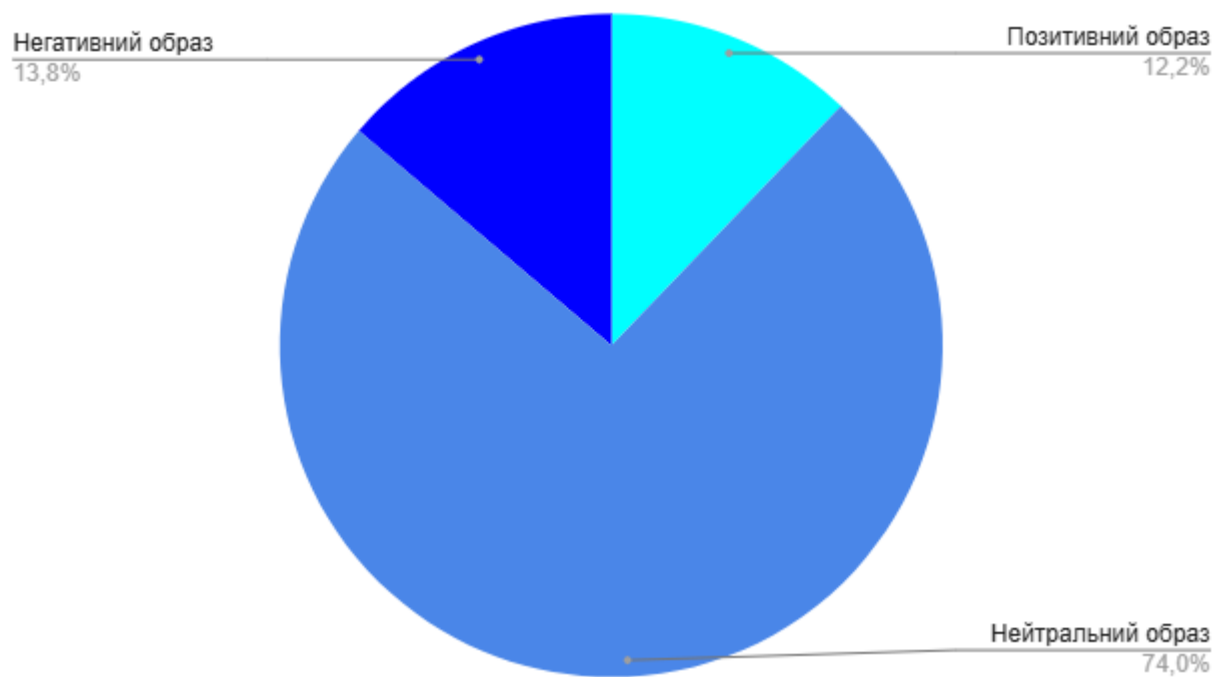
Частота виявлення ознак ейджизму за типами проявів

Тип прояву ейджизму	Кількість випадків	Відсоток від загальної кількості (%)
Формальне згадування віку	110	51 %
Стереотипізація	66	30 %
Узагальнення	24	10 %
Знецінення	19	9 %
Усього	218	100 %

Рисунок 1. Частота виявлення ознак ейджизму за типами проявів



Рисунок 2. Співвідношення образів до проаналізованих статей з вибірки



Приклади типу ейджизму:

Формальне згадування віку

У заголовку та тексті акцентовано вікову категорію ("учні", "підлітки"), що є обґрунтованим у контексті теми булінгу

Булінг у Кривому Розі: поліцейські провели інтерактивне заняття для учнів ліцею-інтернату

21:05, 08 березня 2025

Читати



1KR.UA в Telegram

1KR.UA в Viber



Фото: Криворізьке районне управління поліції

Цього тижня психологи Криворізького районного управління поліції провели інтерактивне заняття для вихованців Криворізького ліцею-інтернату з посиленою військово-фізичною підготовкою. Тема зустрічі – булінг.

Про це повідомили у Криворізькому районному відділі поліції.

Булінг – це повторювані, навмисні дії агресивного характеру, спрямовані на приниження, залякування або фізичне насилля щодо іншої людини. Найчастіше такі прояви можна спостерігати серед підлітків у школах, де жертви зазнають морального, фізичного чи психологічного тиску. Однак із розвитком технологій булінг почав поширюватися й у цифровому середовищі, зокрема у соціальних мережах.

Під час заняття поліцейські разом з підлітками визначили, що таке булінг, розглянули основні форми його прояву, такі як: фізичне насильство (удари, штовхання), психологічний тиск (образи, погрози, поширення чуток), а також кібербулінг – цькування в Інтернеті. Також обговорили можливі наслідки для потерпілих, як психологічні, так і фізичні.

Спеціалісти пояснили, як важливо правильно реагувати на подібні ситуації і як розпізнати ознаки булінгу. Разом з поліцейськими учні проаналізували типові ситуації, що можуть виникати у школі чи поза її межами, і міркували, як діяти в таких випадках.

На завершення поліцейські наголосили, що в будь-яких складних ситуаціях не слід мовчати – необхідно одразу звертатися до дорослих або звертатися за допомогою до поліції.

<https://1kr.ua/news-100091.html>

Стереотипізація

Тема зниження ліків, зображена літня жінка, як "типовий споживач ліків".

Українські фармвиробники знизять ціни на найпопулярніші ліки: повний список

Ростислав Вонс
19 лютого, 2025, 16:04
glavcom.ua



Раніше президент України заявив про необхідність конкретних рішень для більшої доступності цін на ліки для українців
фото: Ліки України

Ціни знизяться на препарати для лікування застудних захворювань, вітаміни, мікроелементи, ліки проти тиску тощо

Українські виробники фармацевтики підписали декларацію, в якій погодилися з 1 березня знизити на 30% відпускні ціни на 100 ліків, що мають найбільший попит серед населення. Про це **повідомила** пресслужба Міністерства охорони здоров'я.

До переліку увійшли **ліки**, які застосовують при кашлі та застудних захворюваннях, антигістамінні, протизапальні та протиревматичні препарати, вітаміни та мікроелементи, ліки проти тиску, противиразкові засоби, заспокійливі, очні краплі, назальні спреї тощо.

<https://glavcom.ua/country/health/ukrajinski-farmvirobniki-znizjat-tsini-na-najpopuljarnishi-liki-povnij-spisok-1045770.html>

Узагальнення

“Знайшли молодика, який зухвало пограбував пенсіонера”.

У КРИВОМУ РОЗІ ЗНАЙШЛИ МОЛОДИКА,
ЯКИЙ ЗУХВАЛО ПОГРАБУВАВ ПЕНСІОНЕРА

КРИМІНАЛ 17.01.25 - 10:13



Посеред білого дня. У Кривому Розі затримали молодика, який пограбував літнього чоловіка.

Злочин стався торік 15 грудня. Зловмисник накинувся на 72-річного пенсіонера, коли той клав гроші до каси у відділенні банку Центрально-Міського району.

36-річний нападник вихопив купюри і втік .

Справою зайнялись слідчі оперативної групи, оперативники кримінальної поліції КРУП та патрульні поліцейські.

<https://rudana.com.ua/news/u-kryvomu-rozi-znayshly-molodyka-yakyy-zuhvalo-pograbuvav-pensionera>

Знецінення

“34-річний чоловік, який вештався неподалік і не знав, куди задіяти надлишок енергії” - створює образ недорослої, несерйозної особи

**У КРИВОМУ РОЗІ ЧОЛОВІК ПОБИВ ЛІТНЮ
ЖІНКУ. ЇЇ ГОСПІТАЛІЗУВАЛИ**

КРИМІНАЛ 23.01.25 - 10:12



Як рука піднялася? У Кривому Розі молодик біля магазину відгамселив літню жінку. З тяжкими травмами пенсіонерку відразу госпіталізували, а нападника затримали.

Прикра подія сталася ще 18 січня. 77-річна жінка йшла повз магазин, коли на неї раптово накинувся незнайомець.

Правоохоронці затримали агресора. Ним виявився 34-річний чоловік, який вештався неподалік і не знав, куди задіяти надлишок енергії.

За скоєне йому тепер загрожує від 5 до 8 років позбавлення волі, - розповіли в обласній поліції.

<https://rudana.com.ua/news/u-kryvomu-rozi-cholovik-pobyyv-litnyu-zhinku-yiyi-gospitalizuvaly>