

a depository of cultural symbols, an intellectual product of the Internet community's collective creativity. It is also a unique communicative unit, based on the rethinking, paronomasia, means comic, precedent, additional connotations etc. Internet meme is popular because it is a sign of clip thinking and a means to condense a lot of information into a concise form.

Key words: Internet communication, virality, meme, Internet meme, creolized meme, text meme

РОЛЬ АВТОРА В (ДЕ)ЛЕГІТИМАЦІЇ ПОДІЇ В НОВИНАХ

Чадюк Марія

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

m.chadiuk@ukma.edu.ua

За дослідженням «Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа у 2021 році», 63% респондентів дізнаються новини з соцмереж (з них 19% обирають тільки це джерело), а 48% використовують з цією метою інтернет-сайти. Станом на січень 2022 року соцмережі й три новинні сайти увійшли до переліку двадцяти п'яти найбільш популярних веб-ресурсів серед українців (згідно з даними Kantar Smeter). Такі рейтинги засвідчують те, що новини мають значний потенціал для формування громадської думки.

Однак хоч одним із засадничих принципів журналістики є об'єктивність, дотримуватися цієї вимоги вдається не завжди. Р. Фовлер, чії праці вважають фундаментальними для критичної лінгвістики [Catalano & Waugh, 2020: 13], наголошував на суб'єктивності викладу в новинах, який завжди здійснюється з певного погляду [Fowler 1991: 10]. Ступінь оприявленості авторської позиції різниться: від експліцитної оцінки того, про що повідомляють, до, наприклад, встановлення зв'язків між певними фактами, адже «через запропонування причин і відношень між різними подіями медіа можуть формувати погляди інших, навіть без зазначення того, у що аудиторії варто вірити чи про що думати» [Graber 1992: 10]. Та й сам факт обрання певної події для новини уже докладається до формування журналістом «порядку денного» для суспільства [McCombs & Reynolds 2009: 229].

Вагомою є роль автора і для (де)легітимації певної дії, від чого великою мірою залежатиме висновок читачів про її (не)правомірність. Значний внесок автора новини в репрезентацію події і недостатня вивченість його ролі для (де)легітимації повідомлюваних дій зумовлюють актуальність дослідження.

Легітимація є об'єктом вивчення багатьох дисциплін. У філософії, юриспруденції, соціальних і політичних науках їй присвячено численну кількість праць, але її дослідження із застосуванням критичного дискурс-аналізу (КДА) є менш поширеним [Van Dijk 1997: 255]. У КДА легітимацію визначають як «процес, за допомогою якого мовець уповноважує чи надає дозвіл певному типу соціальної поведінки. Отже, це обґрунтування поведінки (ментальної чи фізичної)» [Reyes 2011: 782]. Вона не є мовленнєвим актом у класичному розумінні, оскільки реалізується у різних мовленнєвих актах [Rojo & van Dijk 1997]. І хоча, згідно з КДА, легітимація майже завжди реалізується у дискурсі, є й інші способи її вияву, наприклад, вибори [Rojo & van Dijk 1997]. Тож «коли ми говоримо про дискурс легітимації, це є скороченням від вислову *соціополітична легітимація, реалізована в дискурсі*» [Rojo & van Dijk 1997: 531]. Щоправда, деколи легітимацію розглядають як визначення авторитетності респондента [Третяк 2014].

У межах КДА легітимацію досліджують за допомогою різноманітних

методологій [Björkqvall & Höög 2019: 401]. На це є кілька причин. Насамперед численність підходів до аналізу легітимації зумовлена специфікою КДА, ознакою якого є застосування різних теоретичних підґрунть (frameworks) і прийомів. Загалом виокремлюють шість основних сфер, з якими він пов'язаний — когнітивна лінгвістика та психологія, корпусна лінгвістика, постструктуралізм, прагматика й системна функційна граматика [Hart & Cap 2004: 7], а з огляду на динамізм розвитку КДА можна припустити, що нині ця кількість є більшою. Зокрема, системна функційна граматика М. Халідея стала засадничою для праць Т. ван Левена [Van Leeuwen 2008]. Він виокремив чотири категорії, за допомогою яких дія репрезентується як (не)правомірна [Van Leeuwen & Wodak 1999; Van Leeuwen 2008]. Його методологію розробляють інші дослідники, додаючи нові стратегії, наприклад, апеляції до емоцій і альтруїзму [Reyes 2011], або/та застосовують для вивчення мультимодальної легітимації [Maskay 2015]. Деколи базою для дослідження легітимації стає теорія аргументації [KhosraviNik 2015] чи когнітивна лінгвістика [Потятиник 2016]. Водночас чимало праць послуговуються здобутками з різних сфер, використовуючи і категорії Т. ван Левена, і теорію аргументації, а також прийоми з риторики, аналіз синтаксичних структур, референції та ін. [Rojo & van Dijk 1997]. Хоч міждисциплінарність вважають перевагою КДА [Catalano & Waugh 2020], вона зумовлює і певні недоліки, найголовнішим з яких можна вважати відсутність висвітлення взаємозв'язку між категоріями й стратегіями, які виокремлюються і/чи якими послуговуються у цих працях [дет. Hansson 2015].

Зазвичай легітимацію розглядають у зв'язку з певними політичними подіями [Kopf 2020; Reyes 2011; Simonsen 2019], коли політикам чи інституціям потрібно підтвердити свою авторитетність і правомірність власних дій. Водночас поширеними є також праці, присвячені легітимації в організаційному дискурсі [дет. Vaara & Tienari 2008]. Медіадискурс стає об'єктом для вивчення в обох випадках [KhosraviNik 2015; Van Leeuwen & Wodak 1999; Zhu & McKenna 2012]. Проте в цих працях часто наголошують тільки на тому, як політики, представники громадськості легітимують власні позиції чи делегітимують позиції інших. Натомість мало уваги приділено тому, якою є роль автора для репрезентації і (де)легітимації події у новинному тексті.

Мета цієї розвідки — з'ясувати, які прийоми використовує автор статті, аби (де)легітимувати подію. Дослідження виконано у межах критичного дискурс-аналізу й ґрунтовано на методології легітимації Т. ван Левена. Учений виокремлює чотири категорії, у яких реалізується легітимація — авторизація, моральна оцінка, раціоналізація, міфопоетика [Van Leeuwen 2008: 105], які в працях інших дослідників потрактовано як стратегії [Reyes 2011; Simonsen 2019]. Категорія авторизації охоплює кілька підкатегорій: мовець може покликатися на персональний авторитет, авторитет експерта, лідерів думок, більшості (дію обґрунтовують тим, що «більшість так чинить»), імперсональний авторитет й авторитет традиції [Van Leeuwen 2008: 106–109]. Категорія моральної оцінки теж має власні підкатегорії: оцінка, абстракція (коли певну дію репрезентують як вияв певної позитивної практики) й аналогія [Van Leeuwen 2008: 109–112]. Третю категорію, раціоналізацію, Т. ван Левен поділяє на інструментальну й теоретичну. Інструментальну здійснюють через апеляцію до певної мети, результатів (ефекту), що суспільство визнає правильними. А теоретична легітимує через визначення, пояснення чи передбачення, у такий спосіб пов'язуючи певну дію з тією, що сприймається як правильна. Легітимацію завдяки міфопоетиці «передають через наратив, результатом якого є винагородження легітимної дії і покарання нелегітимної дії» [Van Leeuwen 2008: 106].

Матеріалом стали сто найбільш популярних новин (червень 2020 — травень 2021), опубліковані на 25 найбільш популярних новинних ресурсах (згідно з рейтингом Інтернет асоціації України за грудень 2019 року — найновіші дані станом на червень

2020).

Опосередковане висловлення авторської позиції через вибір і репрезентацію коментарів. У новинному тексті наводять у вигляді прямої чи непрямої мови коментарі різних учасників події, експертів, високопосадовців та ін., кожен з яких часто має на меті (де)легітимацію певної позиції. Водночас чи не найголовнішим для новини є позиція автора, від низки рішень якого залежить, як саме буде репрезентуватися певна ситуація, а отже, чия позиція відіграватиме у тексті головну роль. Насамперед саме автор вирішує, чий коментар згадувати у статті, а отже, якій позиції надавати публічності. Цей прийом не завжди очевидний, коли обмежуватися аналізом однієї статті, саме тому для цього дослідження проаналізовано не окремі новини, а новини з різних веб-ресурсів на ту саму тему. Зокрема, щодо президентського закону про референдум можна навести коментарі, які репрезентують цю ініціативу як правильну й неправильну, напр.: *Нагадаємо, Зеленський заявляв, що закон про референдум **нагнав страху** на низку політиків, які звикли до десятиліть "царювання"* (Tsn.ua, 8.04.2021) / *За словами голови Комітету виборців України Олексія Кошеля, у схваленому законопроекті про народовладдя є **багато ризиків**, які пов'язані з можливістю проведення штучних референдумів, винесення на них проросійських питань та піару політичних сил* (УНН, 8.04.2021). В обох прикладах для (де)легітимації використовують раціоналізацію, апелюючи до (потенційних) результатів.

Важливим є не тільки те, чий коментар вказують, а й те, як представлено цю особу та її слова. Зазвичай особу функціоналізують [Van Leeuwen 2008: 42], тобто вказують посаду особи в держструктурі, церковній ієрархії, авторитетних організаціях — у такий спосіб авторитет інституції поширюється на її представника [Rojo & van Dijk 1997: 543] — або ж зазначають фах, наукове звання, напр.: *Держсекретар США Ентоні Блінкен зі свого боку закликав звільнити Навального "негайно і без усіляких умов"* (Obzrevatel, 2.02.2021) / *Найкращу роботу визначали **фахівці з геральдики, історії, юриспруденції та мистецтвознавства*** (24tv, 19.11.2020). Таке представлення посилює авторитетність особи, а отже, і її висловлень, що легітимують певну дію.

Утім, не кожна інституція, організація чи посада надають авторитетності, напр.: *Екстререгіонал Деркач стверджує, що розмова відбулася 30 квітня 2015 року. Через два місяці після важких боїв і трагедії в Дебальцевому* (24tv, 9.07.2020) / *Пропагандистка Кремля Симоньян просить Росію "забрати Донбас додому": відео* (Сьогодні, 28.01.2021). У такому випадку (де)легітимація, що міститься у коментарі цієї особи, нейтралізується. Водночас наведення думки осіб, що вороже ставляться до українців, має й іншу мету — їхня реакція здійснює протилежний результат, напр.: *Зазначимо, у президента РФ Володимира Путіна відреагували на можливу відмову США від санкцій проти "Північного потоку-2". У Кремлі **позитивно сприйняли** цю інформацію* (Главком, 20.05.2021). Наведення такої реакції опонентів сприяє делегітимації того, що скасували санкції.

Автор може й поставити під сумнів слова інших, використовуючи мовні засоби, що є маркерами ймовірності й невпевненості: частки *начебто, буцімто, нібито*, прикметники *ймовірний, можливий, схожий*, дієслова *приписувати, підносити*, вигуки, вставні слова та речення, конструкції *під приводом того, що тощо*, напр.: *Глава РФ розважливо (**аякже!**) і спокійно відповів, що це не питання, а провокація, що Росія (**звісно**) ніколи не втручалася у внутрішні справи інших країн* (Главком, 17.12.2020).

Автор може не тільки ставити під сумнів, а й оцінювати певні позиції, напр.: *Президент Росії Володимир Путін **хибно** звинуватив Україну в небажанні припинення війни на Донбасі й зазначив, що лише посилюватиме сприяння ОРДЛО* (Obzrevatel, 17.12.2020). Цю функцію виконують не тільки прикметники чи прислівники, а й лапки, напр.: *Сам Деркач переконує, що ці аудіозаписи потрапили до нього від **"журналістів-***

розслідувачів", імена яких він не назвав (24tv, 9.07.2020).

Висловлення авторської позиції. Через вимогу об'єктивності автор рідко висловлює своє ставлення прямо. Закономірно, що поодинокими є випадки, коли журналіст вдається, наприклад, до іронії: *В крісло виконувача обов'язків цей діяч потрапив з другої спроби, адже тиждень тому профільний комітет Верховної Ради не підтримав його кандидатуру, і «слугам народу» забракло голосів для призначення. Однак такі дрібниці не стали серйозною перешкодою на шляху до міністерського крісла* (Главком, 25.06.2020). Здебільшого автор послуговується прийомами легітимації або висловлює свою позицію через надання певної інформації, яка може спонукати читача до певних висновків. Зокрема, автори статей використовують всі, виокремлені Т. ван Левеном, прийоми, окрім міфопоетики: *Рік тому суд Падуї визнав його винним і засудив до 24 років позбавлення волі, хоча навіть прокурор наполягав на 17 роках* (Сьогодні, 3.11.2020) — імперсональний авторитет; *Зараз серед наявних районів існує велика диспропорція, яку хочуть виправити, аби утворення відповідали сучасним вимогам для організації ефективної місцевої влади* (Tsn.ua, 17.07.2020) — мета.

Визначеність висновків, до яких спонукає автор, наводячи певну інформацію, варіюється: від підозри в неправдивості до чіткого підсумку, що наведена інформація — брехня. Підозру в неправдивості автор творить у різний спосіб: 1) підважуванням підґрунтя легітимації, напр.: *23 травня білоруські диспетчери посадили у Мінську літак, який прямував з Афін у Вільнюс, заявивши, що у ньому вибухівка. Тоді затримали засновника телеграм-каналу NEXTA Романа Протасевича та його дівчину Софію Сапегу, водночас жодної вибухівки на борту не знайшли* (24tv, 29.05.2021); 2) підважуванням авторитету осіб, які прийняли певне рішення — класичний прийом [Rojo & van Dijk 1997], напр.: *Партія Польщі Право і справедливість (PiS) давно прагнула обмежити право на аборт, але відступила через негативну реакцію громадськості — «чорний протест». У 2016 році проти виступили близько 100 тисяч осіб. Більшість суддів Конституційного суду призначила саме PiS* (НВ, 18.02.2021); 3) інформуванням про зміну свідчень/документів, напр.: *"Ну, я гадаю, наша країна теж багато кого вбила, Джо", — відповів Трамп. Через кілька днів після того він спробував дати контекст своїм словам* (УНІАН, 19.03.2021); 4) представленням звинувачення як абсурдного, напр.: *Активіста вважають винним у викраденні Сергія Щербіча з метою заволодіння його грошима. До речі, мовиться про 300 гривень* (24tv, 23.02.2021); 5) представленням певної дії як нелогічної, напр.: *Цікаво, що звільнити Степанова вирішили саме зараз, коли Україна і світ загалом почали оговтуватися від перших хвиль епідемії й стали активніше вакцинувати своїх громадян* (Obzrevatel, 18.05.2021); 6) зазначенням про відсутність причини, напр.: *Втім, 10 квітня 2019 року Порошенко відсторонив Степанова з посади голови Одеської облдержадміністрації. Офіційної причини такого рішення не було, натомість різні політичні сили подавали свою версію такого рішення* (24tv, 28.07.2020) та ін.

В інших випадках автор наводить факти, що прямо вказують на брехню, непослідовність, невиконання обіцянки, відсутність доказів, напр.: *Семенченко не раз розповідав журналістам, що здобув освіту в Чорноморському вищому військово-морському училищі імені Нахімова. А потім здобував економічні знання в технічному університеті. В інтерв'ю The Guardian Семенченко представився кінорежисером* (Obzrevatel, 27.03.2021) / *Зеленський заявив, що хоче збудувати "місто-сад" для переселенців з Криму, але далі бажання справа поки не пішла* (УНН, 4.03.2021).

Автор не завжди коментує (де)легітимацію одразу після її наведення. Існує низка компонентів тексту новини, у яких журналіст наводить інформацію, що послаблює чи посилює (де)легітимацію. Одним із них є довідки, які набувають різних форм: 1) абзац із підзаголовком «Нагадаємо», де наводять попередні дії, які засвідчують, що

неправомірний вчинок, який (імовірно) здійснив хтось, вже не перший; 2) абзац із заголовком «Важливо!/Зверніть увагу» нерідко використовують для наведення контраргументів; 3) коротку довідку про людину застосовують, аби послабити чи посилити репутацію певної особи, а значить і статус та достовірність її слів. Наприклад, у статті про законопроект В. Зеленського з метою скорочення повноважень Окружного адміністративного суду Києва нагадано для легітимації рішення Президента: *Напередодні ОАСК повернув проспекту Степана Бандери у Києві стару назву – Московський. Також цей суд скасував постанову Кабміну про нову редакцію українського правопису. Крім того, главу ОАСК Павла Вовка підозрюють у спробі захоплення влади. ВАКС навіть двічі дозволив примусово доставити Вовка до суду (24tv, 15.02.2021).* Подібну роль відіграє гіперпосилання на інші новини на цьому ж ресурсі, які вищезгаданими способами виконують функцію послаблення чи посилення легітимації, напр.: *ЧИТАЙТЕ ТАКОЖ: Зеленський робить велику помилку — Сенцов (Gazeta.ua, 08.07.2020)* — для делегітимації рішення президента використано категорію звернення до авторитету й моральну оцінку.

Позиція автора, коли її вміщено в заголовку, має особливий потенціал для формування думки читача. Заголовок є першим, що бачить користувач у стрічці новин і звідки дізнається про ситуацію [дет. Kiklewicz 2017: 201]. У заголовку автор може 1) використати мовні засоби, що не мають ціннісної чи оцінної конотації, тобто є нейтральними; 2) навести коментар, що (де)легітимує дію; 3) застосувати прийоми легітимації для власного потрактування певної дії; 4) наголосити на певній інформації, зокрема, за допомогою парцеляції; 5) оцінити певну особу чи/та її дію; 6) застосувати іронію.

(Де)легітимація в новинах відіграє важливу роль для формування суспільної думки про певну подію. Попри те що цей феномен нерідко стає об'єктом вивчення дослідників КДА, роль автора у репрезентації певних подій як (не)правомірних значно рідше привертає увагу вчених. Однак, хоч текст новини часто містить різні позиції, які подають певну дію як (не)правильну, саме автор нерідко прямо чи непрямо відводить певним коментарям панівну роль, а інші нейтралізує чи переміщує на периферію, а також сам використовує стратегії для легітимації дій. Аналіз новин засвідчив, що роль автора для легітимації події реалізована у виборі: 1) коментарів, які варто додавати у текст статті, відповідно, і позицій, які в них висловлені; 2) способу представлення тих, хто коментує ситуацію; 3) оцінки, яку надають коментарям, та засобів репрезентації їх достовірності. До того ж автор самостійно може застосовувати прийоми легітимації під час опису певної дії, наводити інформацію, що спонукає читача до висновку про недостовірність певних тверджень, або використовувати іронію. Особливого значення ці прийоми набувають тоді, коли їх використано в заголовку статті.

Література

Потятиник 2016: Потятиник, У. П.: Легітимація консервативних фреймів: когнітивний аналіз. In: Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Іноземна філологія. № 1. 2016, с. 53–57.

Рейтинг популярних сайтів 2022: Рейтинг популярних сайтів за січень 2022. [Електронна версія]. Режим доступу: URL: <https://cutt.ly/fZQrDyl>

Ставлення населення до медіа 2021: «Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа у 2021 році». Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. [Електронна версія]. Режим доступу: URL: <https://cutt.ly/RZQrfnL>

ТОП-100 новинних сайтів 2020: ТОП-100 новинних сайтів суспільно-політичної тематики за грудень 2019. [Електронна версія]. Режим доступу: URL: <https://cutt.ly/xZQr1z5>

- Третьяк 2014: Третьяк, Ю. Ю.: Стратегії і тактики легітимації комунікативно-дискурсивних ролей респондента в жанрі французького газетно-журнального інтерв'ю. In: Проблеми семантики слова, речення та тексту. № 33. 2014, с. 213–220.
- Björkqvall & Höög 2019: Björkqvall, A. & Höög, C. N.: Legitimation of value practices, value texts, and core values at public authorities. In: *Discourse & Communication*. Vol. 13(4). 2019, p. 398–414.
- Catalano & Waugh 2020: Catalano, T. & Waugh, L. R.: *Critical Discourse Analysis, Critical Discourse Studies and Beyond*. Springer, Cham 2020.
- Hart & Cap 2014: Hart, C. & Cap, P.: *Contemporary Critical Discourse Studies*. Bloomsbury Publishing, London; Oxford; New York; New Delhi; Sydney 2014.
- Fowler 1991: Fowler, R.: *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. Routledge, London 1991.
- Graber 1992: Graber, D. A.: *Mass media and American politics*. CQ Press, Washington 1992.
- Hansson 2015: Hansson, S. Discursive strategies of blame avoidance in government: A framework for analysis. In: *Discourse & Society*. Vol. 26(3). 2015, p. 297–322.
- KhosraviNik 2015: KhosraviNik, M.: Macro and micro legitimation in discourse on Iran's nuclear programme: The case of Iranian national newspaper Kayhan. In: *Discourse & Society*. Vol. 26 (1). 2015, p. 52–73.
- Kiklewicz 2017: Kiklewicz, A.: Фрагментация текста как средство персуазивности в информационных интернет-сервисах. In: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. VIII (1). 2017, с. 185–205.
- Kopf 2020: Kopf, S.: 'This is exactly how the Nazis ran it': (De)legitimising the EU on Wikipedia. In: *Discourse & Society*. Vol. 31(4). 2020, p. 411–427.
- Mackay 2015: Mackay, R. R.: Multimodal legitimation: Selling Scottish independence. In: *Discourse & Society*. Vol. 26 (3). 2015, p. 323–348.
- McCombs & Reynolds 2009: McCombs, M. & Reynolds, A.: *How the news shapes our civic agenda*. In: *Media effects: advances in theory and research*. Routledge, New York 2009, p. 1–16.
- Reyes 2011: Reyes, A.: Strategies of legitimation in political discourse: From words to actions. In: *Discourse & Society*. Vol. 22 (6). 2011, p. 781–807.
- Rojo & van Dijk 1997: Rojo, L. M., & Van Dijk, T. A.: There Was a Problem, and It Was Solved: Legitimizing the Expulsion of Illegal Migrants in Spanish Parliamentary Discourse. In: *Discourse & Society*. Vol. 8(4). 1997, p. 523–566.
- Simonsen 2019: Simonsen, S.: Discursive legitimation strategies: The evolving legitimation of war in Israeli public diplomacy. In: *Discourse & Society*. Vol. 30(5). 2019, p. 503–520.
- Vaara & Tienari 2008: Vaara, E., & Tienari, J.: A Discursive Perspective on Legitimation Strategies in Multinational Corporations. In: *The Academy of Management Review*. Vol. 33(4). 2008, p. 985–993.
- Van Dijk 1998: Van Dijk, T. A.: *Ideology: A multidisciplinary approach*. Sage Publications, Inc., London et al. 1998.
- Van Leeuwen 2008: Van Leeuwen, T.: *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford University Press, New York 2008.
- Van Leeuwen & Wodak 1999: Van Leeuwen, T. & Wodak, R.: Legitimizing immigration control: A discourse-historical analysis. In: *Discourse Studies*. Vol. 1(1). 1999, p. 83–118.
- Zhu & McKenna 2012: Zhu, Y., & McKenna, B.: Legitimizing a Chinese Takeover of an Australian Iconic Firm: Revisiting Models of Media Discourse of Legitimacy. In: *Discourse and Society*. Vol. 23(5). 2012, p. 525–552.

Summary

(De)legitimization in the news plays an important role in shaping public opinion about a certain event. Although (de)legitimization often analysed in CDA, the role of the author of news draws the attention of scientists much less often. This article is devoted to techniques by which the author of the article can strengthen or weaken the legitimacy of a certain event. These techniques are divided into two groups depending on whether the author's point of view is expressed directly or indirectly, that is through the presentation of other people's points of view.

The first group includes the use of legitimation strategies, irony, and implicatures, which is created by providing information that weakens the credibility of certain statements. The second group includes techniques for presenting comments and people who provide them.

Key words: legitimation, delegitimization, media, news, author, critical discourse analysis

ДИСКРИМІНАЦІЯ ПІДЛІТКІВ В УКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ ТА ЇЇ МОВНО-ДИСКУРСИВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ

Баландіна Надія

Національний університет «Одеська політехніка»

nadiyabalandina@gmail.com

Гуманітарна місія ЗМІ полягає в забезпеченні соціальної злагоди, зокрема й між різними поколіннями. Інформація про неповнолітніх має бути особливо виваженою, навіть якщо вона претендує на сенсаційність. При її висвітленні особливо важливими є морально-етичні засади, імперативами яких є дитиноцентризм і толерантність. Конкретніше про це йдеться в «Кодексі етики українського журналіста», зокрема у п. 18 зазначено: «Журналіст має бути особливо обережним при висвітленні питань, пов'язаних із дітьми» [КЕУЖ 2013: п.18]. Услід за міжнародними практиками Національна експертна комісія України з питань захисту суспільної моралі розробила для ЗМІ спеціальні рекомендації, з-поміж яких у контексті цього дослідження важливі такі положення: «уникати використання стереотипів та сенсаційного подання матеріалів з метою просування журналістських повідомлень, що стосуються дітей»; «ретельно зважувати усі можливі наслідки публікації будь-якого матеріалу про дітей, зводячи можливість ризику для них до мінімуму» [Рекомендації... 2011].

Актуальність цих документів важко недооцінити: ЗМІ мають пряме відношення до процесів соціалізації людей, вони не тільки відображають дійсність, а й створюють її інтерпретаційні моделі. У переважній більшості зазначені положення сприймаються журналістами з розумінням, проте все ще трапляються матеріали, що керуються сенсаційністю, роздувають емоційність, навішують ярлики, що в наслідку підштовхує масову аудиторію до хибних узагальнень, трансферів вчинків однієї особи на усю групу та ін. У цьому випадку вже йдеться про негативні впливи, менша шкода від яких – маніпуляція свідомістю, більша – дискримінація. І саме про неприйнятні дії – дискримінаційні медіапрактики за ознакою неповноліття – ітиметься в цій розвідці.

Її метою є аналіз новинного контенту українських інтернет-видань за 2021 р. з виявами ейджизму стосовно підлітків та конкретизація застосованих дискримінаційних практик.

Методологічною основою аналізу слугували міркування О. Белих [Белих 2009], О. Макарової та О. Гоцуляк [Макарова, Гоцуляк 2020]; М. Смирнової [Смирнова 2016], Т. Тукової [Тукова 2020], М. Єлігулашвілі та ін. [Єлігулашвілі та ін. 2015] та ін. науковців про дискримінаційні утиски, насамперед за віком, які прийнято вважати ейджизмом. Певною мірою ця розвідка є аспектуальним розвитком ідей Н. Баландіної та О.

Панькевич [Баландіна, Панькевич 2021], які вивчали ейджизм в інтернет-виданнях стосовно старшого покоління і ввели в науковий обіг термін *медіаейджизм*.