МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ

Кваліфікаційна робота
магістра

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КОНФЛІКТА ПОКОЛІНЬ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Виконав: студент ІІ курсу,
групи 8.0544
спеціальності 054 «Соціологія»
освітньої програми «Соціологія»
Д.Я. Марущак

Керівник: д.філос.,н., професор, професор кафедри соціології, М.А. Лепський

Рецензент: к.соц.н., доцент кафедри соціології,
О.В. Бондаренко

Запоріжжя – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Соціології та управління
Кафедра Соціології
Рівень вищої освіти Магістр
Спеціальність 054 «Соціологія»
Освітня програма «Соціологія»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
В.О. Скворець _____
21 березня 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ

Марущаку Данилу Яновичу

1. Тема роботи (проекту) Репрезентація конфлікта поколінь в соціальних медіа

Керівник роботи Лепський М.А., д.філос.,н., професор

Затверджені наказом ЗНУ від 19 березня 2025 року № 418-с

2. Строк подання студентом роботи 10 грудня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи 1. Mannheim K. The Problem of Generations. Essays on the Sociology of Knowledge. Routledge, 1952. 250 p.; 2. Hall S. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. London : SAGE, 1997. 560 p..; 3.Twenge J. M. Generation Me. New York : Atria Books, 2006. 320 p.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1. Уточнити зміст основних понять: «репрезентація конфлікту поколінь», «соціальні медіа». 2. Дослідити генезу соціологічного дослідження репрезентації конфлікта поколінь в соціальних медіа. 3. Проаналізувати методологічні принципи і підходи дослідження репрезентації конфлікта поколінь в соціальних медіа. 4. Розглянути соціологічні контексти феномену конфлікту поколінь. 5. Визначити соціальні медіа як канал масової комунікації. 6. З'ясувати особливості репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа. 7. Обґрунтувати емпіричний метод дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа. 8. Проаналізувати результати соціологічного дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа. 9. Надати рекомендації щодо вдосконалення міжпоколінного діалогу в соціальних медіа.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

_____

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Лепський М.А., професор кафедри соціології	02.09.25	02.09.25
Розділ 2	Лепський М.А., професор кафедри соціології	04.10.25	04.10.25
Розділ 3	Лепський М.А., професор кафедри соціології	01.11.25	01.11.25

7. Дата видачі завдання 21 березня 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір та формулювання теми роботи	Березень 2025	*виконано*
2.	Опрацювання наукових джерел	Квітень-Червень 2025	*виконано*
3.	Робота над вступом	Липень-Серпень 2025	*виконано*
4.	Робота над першим розділом	Вересень 2025	*виконано*
5.	Робота над другим розділом	Жовтень 2025	*виконано*
6.	Проведення соціологічного дослідження	Жовтень-Листопад 2025	*виконано*
7.	Робота над третім розділом	Листопад 2025	*виконано*
8.	Робота над висновками	Листопад 2025	*виконано*

Студент _____ Д.Я. Марущак

Керівник роботи (проекту) _____ М.А. Лепський

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Т.О. Ратушна

РЕФЕРАТ

Магістерська робота: складається з 63 сторінок, 55 позиції у списку літератури, 2 додатків.

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ, КОНФЛІКТ ПОКОЛІНЬ, СОЦІАЛЬНІ МЕДІА

Мета наукового дослідження: визначити тенденції репрезентації конфлікту поколінь у соціальних медіа у сприйнятті цього явища представниками різних вікових груп.

Об'єкт наукового дослідження: представники різних поколінь як учасники онлайн-комунікації та користувачі соціальних медіа.

Предмет наукового дослідження: ставлення представників різних поколінь до репрезентації конфлікту поколінь у соціальних медіа.

Метод наукового дослідження: глибинні напівструктуровані інтерв'ю.

Гіпотеза дослідження: Репрезентація конфлікту поколінь у соціальних медіа формується переважно через стереотипізовані та поляризовані образи, що по-різному сприймаються представниками різних поколінь і можуть як посилювати, так і зменшувати міжпоколіннєву напругу.

Висновки: 1. Соціальні медіа формують спрощені та емоційно забарвлені образи поколінь, у яких домінують меми, гумор і стереотипи. Це популяризує тему, але водночас закріплює поверхові уявлення про вікові групи.

2. Репрезентація конфлікту поколінь є циклічним медіапроцесом: створення стереотипу, його емоційне підсилення, алгоритмічне поширення та подальша трансформація. Алгоритми посилюють конфліктність, конструюючи уявлення про суперечності.

3. Покращення міжпоколінної комунікації потребує розвитку цифрової етики та медіаграмотності, спрямованої на зменшення ейджизму й упереджень. Відповідальна онлайн-взаємодія має формуватися користувачами, платформами, освітою та громадським сектором.

SUMMARY

Master's thesis consists of 63 pages, 55 literature sources, 2 annexes.

REPRESENTATION, GENERATION CONFLICT, SOCIAL MEDIA

Research purpose is to identify the tendencies of representation of the generation conflict in social media as perceived by representatives of different age groups.

Research object is representatives of different generations as participants of online communication and users of social media.

Research subject is the attitudes of different generations toward the representation of the generation conflict in social media.

Research method is semi-structured in-depth interviews.

Research hypothesis is that the representation of the generation conflict in social media is formed predominantly through stereotyped and polarized images that are perceived differently by various generations and may both intensify and reduce intergenerational tension.

Conclusions: 1. Social media generate simplified and emotionally charged images of generations, dominated by memes, humor, and stereotypes. This makes the topic more visible while simultaneously reinforcing superficial perceptions of age groups.

2. The representation of the generation conflict operates as a cyclical media process that includes the creation of a stereotype, its emotional amplification, algorithmic circulation, and further transformation. Platform algorithms enhance conflict-oriented content, effectively constructing—rather than merely reflecting—intergenerational contradictions.

3. Improving intergenerational communication requires the development of digital ethics and media literacy aimed at reducing ageism and biases. Responsible online interaction should be fostered by users, platforms, educational institutions, and the civic sector.

ЗМІСТ

ВСТУП 6

1.1. Уточнення змісту основних понять: «репрезентація конфлікту поколінь», «соціальні медіа» 9

1.2. Генеза соціологічного дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа 11

1.3. Методологічні принципи і підходи дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа 16

РОЗДІЛ 2 22

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНФЛІКТА ПОКОЛІНЬ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА 22

2.1. Соціологічні контексти феномену конфлікту поколінь 22

2.2. Соціальні медіа як канал масової комунікації 27

2.3. Особливості репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа 31

РОЗДІЛ 3 35

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНФЛІКТУ ПОКОЛІНЬ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА 35

3.1. Емпіричне дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа 35

3.2. Аналіз результатів соціологічного дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа 37

3.3. Рекомендації щодо вдосконалення міжпоколінного діалогу в соціальних медіа 50

ВИСНОВКИ 55

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ 59

ДОДАТКИ 64

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасний інформаційний простір є динамічним середовищем, в тому числі конфліктним, у якому взаємодіють і репрезентують свої погляди, ідеї, інтереси, цінності представники різних поколінь – від наймолодших користувачів цифрових платформ до людей старшого віку. Водночас відмінності у цінностях, стилях життя, інформаційних уподобаннях та способах спілкування часто стають підгрунтям для виникнення конфліктів між поколіннями. Відсутність конструктивного діалогу лише посилює напругу, підвищує рівень агресивності та сприяє закріпленню негативних стереотипів між поколіннями. Соціальні медіа, завдяки швидкому поширенню контенту, можуть перетворювати окремі непорозуміння на масштабні інформаційні конфлікти, у які залучаються все нові групи користувачів, таким чином, конфлікт набуває більшої напруженості, шо ускладнює його врегулювання. Для зниження напруги між поколіннями та формування конструктивного діалогу науковці різних країн досліджують нові комунікативні стратегії та медіа практики, які дозволяють перетворювати соціальні медіа з поля конфлікту на простір взаєморозуміння. Аналіз репрезентації конфлікту поколінь у цифрових платформах є одним з таких перспективних напрямів, адже саме через медіа відображення суспільство формує своє уявлення про взаємини між різними віковими групами. Саме тому у даній роботі ми вважаємо за доцільне детально розглянути репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа.

Ряд визначених дослідників які зробили суттєвий внесок у вивчення поколінь та міжпоколіннєвих суперечностей, таких як: К. Маннгайм, Т. Парсонс і Л. Козер заклали теоретичні основи аналізу поколінь, їхньої структури та конфліктної взаємодії, тоді як Р. Інглгарт і З. Бауман досліджували ціннісні трансформації в умовах сучасності. Питання цифрової комунікації та репрезентації поколіннєвих відмінностей у медіа розкривали М. Кастельс, Г. Дженкінс і Д. Бойд, а проблематику українського поколіннєвого контексту

вивчали Є. Головаха, Н. Паніна та М. Лепський. Сукупність цих підходів формує теоретичну основу для аналізу репрезентації конфлікту поколінь у соціальних медіа.

Проблемна ситуація. У цифровому середовищі зростає репрезентативна роль соціальних медіа, в яких взаємодія представників різних поколінь стала постійною та невід'ємною частиною соціального повсякденного життя. При цьому ціннісні орієнтири, культурний досвід і комунікативні звички різних вікових груп значно відрізняються. У соціальних медіа ці відмінності часто виявляються у формі суперечок, саркастичних коментарів, мемів і навіть масових «онлайн-баталій». Наприклад, обговорення актуальних тем у Facebook чи TikTok може швидко перерости у міжпоколіннєвий конфлікт. Молодь критикує старших за «застарілий світогляд» та «нездатність адаптуватися до сучасності», тоді як старші користувачі звинувачують молоде покоління у «безвідповідальності» та «поверхневості». Ефект анонімності та швидке поширення контенту призводять до того, що навіть дрібні непорозуміння набувають масштабів масової дискусії. Подібні ситуації створюють середовище, у якому негативні стереотипи лише посилюються, а спроби діалогу замінюються взаємними звинуваченнями. У результаті соціальні медіа, які потенційно можуть бути інструментом для обміну досвідом та налагодження взаєморозуміння, перетворюються на майданчик загострення міжпоколіннєвої напруги. Таким чином, виникає потреба у комплексному аналізі того, як саме конфлікт поколінь репрезентується у цифровому просторі, які наративи і візуальні образи формують уявлення про «своє» та «чуже» покоління, а також у визначенні можливих шляхів перетворення соціальних медіа на платформу конструктивної комунікації.

Об'єктом дослідження є конфлікт поколінь як соціальний феномен в умовах цифрової комунікації.

Предметом дослідження є репрезентація конфлікту поколінь в контенті соціальних медіа.

Мета дослідження є тенденції репрезентації конфлікту поколінь у соціальних медіа в умовах цифрової комунікації.

Для досягнення поставленої мети було поставлено низку *наукових завдань*:

- уточнити зміст основних понять: «репрезентація конфлікту поколінь», «соціальні медіа»;
- дослідити генезу соціологічного дослідження репрезентації конфлікта поколінь в соціальних медіа;
- проаналізувати методологічні принципи і підходи дослідження репрезентації конфлікта поколінь в соціальних медіа;
- розглянути соціологічні контексти феномену конфлікту поколінь;
- визначити соціальні медіа як канал масової комунікації;
- з’ясувати особливості репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа;
- обґрунтувати емпіричний метод дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа;
- проаналізувати результати соціологічного дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа;
- надати рекомендації щодо вдосконалення міжпоколінного діалогу в соціальних медіа.

Гіпотеза дослідження. Репрезентація конфлікту поколінь у соціальних медіа формується переважно через стереотипізовані та поляризовані образи, що по-різному сприймаються представниками різних поколінь і можуть як посилювати, так і зменшувати міжпоколіннєву напругу.

Структура дипломної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку літератури та додатків.

РОЗДІЛ 1
МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНФЛІКТА ПОКОЛІНЬ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

1.1. Уточнення змісту основних понять: «репрезентація конфлікту поколінь», «соціальні медіа»

Вище вказані положення є основою даної дипломної роботи. Уточнення цих понять необхідне задля їх чіткого розуміння, а також усвідомлення, у яких науках вони застосовуються і яким чином формують основу дослідження.

«Репрезентація конфлікту поколінь» інтегрує два складники – репрезентацію та конфлікт поколінь. У соціальних і культурологічних науках термін репрезентація (від лат. repraesentatio – «представлення, зображення») означає не лише відображення реальності, а й процес її конструювання через мову, символи, образи та наративи. Стюарт Холл наголошує, що репрезентація є ключовим механізмом формування культурних смислів: «ми не просто описуємо світ – ми створюємо його уявлення» [1]. Це означає, що конфлікти, у тому числі між поколіннями, в медіа та культурі постають не у «чистому» вигляді, а у формі певних символічних конструкцій, які впливають на суспільне сприйняття. Ми погоджуємося з цим визначенням підкреслюючи, що у репрезентації присутні такі важливі для нас аспекти: по-перше, репрезентація - це відображення об’єктивної реальності суб’єктом, по-друге – у цьому процесі є суб’єктивний відбір і соціальне конструювання уявлень, по-третє, в репрезентації відбувається осмислення та переосмислення реальності у соціальній взаємодії, по-четверте, в соціальній взаємодії, є акти соціальної комунікації, поведінки і діяльності її маніфестація уявлень в соціальному світі.

Конфлікт поколінь як соціальний феномен має глибоке історичне та культурне підґрунтя. У класичній праці The Problem of Generations (1928) Карл Маннгайм розглядав покоління як соціальні утворення, що формуються спільним історичним досвідом і колективною пам’яттю [2]. У сучасних

дослідженнях, зокрема у працях Дж. Твенге та Дж. Хау, підкреслюється, що відмінності між поколіннями найяскравіше проявляються у сфері цінностей, стилів життя та використання технологій [3].

В українській соціології питання поколінь активно досліджувала О. Козловець, яка розглядає покоління як соціокультурні спільноти, що мають специфічні орієнтації, зумовлені історичними умовами їхнього становлення [4, с. 67-70]. Н. Паніна трактує конфлікт поколінь як різновид соціального протистояння, що виникає на ґрунті відмінностей у цінностях та соціальних практиках різних вікових груп [5, с. 112-115].

Таким чином, репрезентація конфлікту поколінь у сучасному медійному просторі може визначатися як процес відображення та символічного конструювання суперечностей між поколіннями через дискурси, стереотипи, меми та культурні образи. Вона не лише фіксує вже наявні соціальні відмінності, але й може посилювати або пом’якшувати протистояння між поколіннями залежно від способу подачі.

Соціальні медіа визначаються як інтерактивні інтернет-платформи, що надають користувачам можливість створювати та поширювати власний контент, комунікувати один з одним і формувати спільноти [6, с. 58]. Згідно з Д. Бойдом і Н. Еллісон, соціальні мережі є «мережевими комунікаційними платформами, які дозволяють конструювати публічні чи напівпублічні профілі, будувати соціальні зв’язки та переглядати зв’язки інших» [7]. В. Іванов підкреслює, що соціальні медіа відрізняються від традиційних ЗМІ тим, що «кожен користувач стає одночасно і споживачем, і виробником інформації» [8, с. 45]. Л. Найдьонова додає, що вони виступають «дзеркалом і водночас каталізатором суспільних настроїв» [9, с. 96]. Соціальні медіа не лише відображають уже наявні соціальні проблеми, а й формують нові способи їх переживання та інтерпретації. Це особливо актуально для конфлікту поколінь, адже платформи на кшталт TikTok, Instagram чи Twitter часто слугують майданчиками, де молодь висловлює власну позицію у протиставленні старшим поколінням.

Таким чином, соціальні медіа можна визначити як ключове середовище, у якому відбувається репрезентація конфлікту поколінь, оскільки саме тут найбільш наочно проявляються символічні образи, стереотипи та дискурсивні практики, що формують уявлення суспільства про взаємовідносини між поколіннями.

Отже, уточнення понять дозволило нам чітко окреслити їх зміст і значення для дослідження. Репрезентація конфлікту поколінь – це процес відображення та символічного конструювання суперечностей між поколіннями через дискурси, символи, наративи та культурні образи. Вона демонструє, що конфлікти між віковими групами виникають не у «чистому» вигляді, а формуються в соціальному та культурному контексті.

Соціальні медіа виступають ключовим середовищем, у якому відбувається така репрезентація. Вони поєднують функції створення та споживання контенту, формування соціальних зв’язків і відображення суспільних настроїв. Через медіа суперечності між поколіннями набувають символічної форми, що впливає на суспільне сприйняття і може як посилювати, так і пом’якшувати протистояння між віковими групами.

Таким чином, у межах цієї роботи «репрезентація конфлікту поколінь» розглядається як процес формування уявлень про суперечності між поколіннями, а «соціальні медіа» – як середовище, де ці процеси проявляються найбільш наочно, що створює основу для подальшого аналізу конфліктів поколінь у сучасному інформаційному просторі.

1.2. Генеза соціологічного дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа

Проблематика поколінь належить до однієї з найдавніших у соціальній думці. Вже античні філософи звертали увагу на суперечності між молодими та старшими поколіннями, що виявлялися у відмінностях цінностей і стилів життя.

Платон у своїй праці «Держава» вказував на необхідність передачі моральних і культурних норм від старших до молодших, наголошуючи при цьому на ризиках їхнього неприйняття [10]. Аристотель розглядав виховання як механізм гармонізації стосунків між віковими групами [11]. Уже на цьому етапі підкреслювалась роль між поколіннями їхньою взаємодією у підтриманні соціальної стабільності та передаванні культурних цінностей, що згодом знайшло своє продовження в соціологічних теоріях.

У соціології ж як самостійний об’єкт аналізу покоління почали розглядатися в межах XIX–XX ст. У класичних теоріях покоління осмислювалися через еволюційно-історичний підхід. О. Конт і Г. Спенсер розглядали зміну поколінь як фактор суспільного розвитку. Важливим етапом стало дослідження К. Маннгайма «Проблема поколінь» 1928, у якій він визначив покоління як соціально-історичні спільноти, об’єднані досвідом формування у певних історичних умовах. Маннгайм підкреслював, що відмінності у сприйнятті реальності та культурних кодах між поколіннями часто стають джерелом конфліктів [2].

Подальшого розвитку концепція поколінь отримала у межах структурного функціоналізму. Т. Парсонс і Р. Мертон розглядали покоління не лише як біологічний або віковий феномен, а як соціальну категорію, що забезпечує стабільність і адаптацію соціальної системи [12]. Старші покоління відповідальні за збереження традицій, соціальних норм і культурних цінностей, тоді як молодші – за інновації та поступові зміни у суспільстві [13]. Такий підхід дозволяє аналізувати покоління як механізм балансування між консерватизмом і змінами, підкреслюючи їхню важливу роль у підтриманні соціальної тяглості та інтеграції нових ідей у соціальну практику.

Водночас у XX ст. формується конфліктологічний підхід до вивчення поколінь, представлений працями Л. Козера та Р. Дарендорфа [14]. На відміну від функціоналістів, конфліктологи розглядали суперечності між поколіннями як природну та необхідну складову соціальної взаємодії. Вони пояснювали

конфлікти боротьбою за обмежені ресурси, владу та культурне домінування, відзначаючи, що конфлікт не є патологією, а стимулює соціальні зміни, розвиток і адаптацію суспільних структур [15]. Цей підхід дозволяє бачити конфлікти між поколіннями як рушійний механізм соціальної динаміки, що допомагає суспільству реагувати на нові виклики та трансформації.

На рубежі XX–XXI ст. унаслідок цифровізації та глобалізації тема конфлікту поколінь отримала новий вимір. Поява соціальних медіа таких як: Facebook, Instagram, TikTok, YouTube перетворилася на простір, де покоління не лише взаємодіють, але й публічно конструюють власні ідентичності. Репрезентація конфлікту поколінь тут набуває символічної форми – мемів, хештегів, візуальних кодів [16].

У сучасних дослідженнях можна виділити два ключові напрями: перший кризовий підхід – у якому конфлікт поколінь в соціальних медіа розглядається як загострення глобальної проблеми непорозуміння між традиційними та цифровими цінностями. З. Бауман у концепції «рідкої modernity» підкреслює, що швидкоплинність сучасності посилює розриви між поколіннями [17]. Другий модернізаційний підхід – тут акцент робиться на тому, що конфлікти між поколіннями є природною складовою соціальної динаміки, а соціальні медіа – простором діалогу та вироблення нових форм взаєморозуміння [18].

Розглядаючи соціальні медіа як простір репрезентації поколіннєвих конфліктів, важливо врахувати сучасні концепції медіасередовища та мережного суспільства. Ю. Габермас у своїй теорії публічної сфери підкреслює значення комунікативної раціональності та відкритого діалогу як основи суспільного порозуміння. У контексті соціальних медіа це означає формування нової, децентралізованої публічної сфери, де різні покоління мають змогу вести публічну дискусію [19, с. 150]. П. Бурдьє, аналізуючи соціальні поля та символічний капітал, наголошував, що кожне покоління відтворює власний габітус у межах медійного простору, змагаючись за визнання та культурне домінування [20, с. 110]. М. Фуко трактував знання і владу як взаємопов’язані

механізми соціального впливу, що у цифрову добу реалізуються через контроль інформаційних потоків і визначення “нормальних” практик спілкування [21, с. 70]. Ідеї М. Кастельса про мережеве суспільство дозволяють зрозуміти, як цифрові комунікації створюють горизонтальні структури взаємодії, де поколінневі ідентичності постійно перевизначаються [22]. Б. Латур, розвиваючи акторно-мережну теорію, показав, що технології, платформи і користувачі спільно формують соціальні зв’язки, у межах яких виникають і транслюються поколінневі конфлікти [23]. В українському контексті ідеї мережевості, взаємодії медіа і суспільства розвиває М. В. Туленков, який підкреслює, що соціальні медіа стають новим простором соціалізації та символічної боротьби поколінь за комунікативну владу [24, с. 34-38].

В українській соціології дослідження поколінь і конфліктів між ними мають свої особливості. Є. Головаха у працях з аналізу соціальних змін в Україні підкреслює значення ціннісних розривів між різними поколіннями, зокрема у контексті пострадянської трансформації [25, с. 45]. М. Лепський розвиває концепцію соціального передбачення, у межах якої аналізує роль поколінневого виміру як одного з ключових чинників соціальної динаміки та конфліктного потенціалу суспільства, наголошуючи, що здатність до передбачення й адаптації різних поколінь визначає можливості розвитку соціуму в умовах невизначеності [26].

Розвиваючи свої підходи, М. Лепський застосовує біографічний метод для дослідження взаємодії людини й медіа. У його концепції «медійних світів» аналізується, як індивіди різних поколінь конструюють власну реальність через медіа, формуючи ідентичності, життєві сценарії та соціальні уявлення. Біографічний метод у цьому контексті дозволяє простежити, як цифрові практики – користування соціальними мережами, створення контенту, участь у спільнотах – стають елементами життєвого шляху та показниками поколінневої належності. Таким чином, «медійні світи» постають як простір, у якому

покоління не лише комунікують, а й репрезентують власний досвід і соціальну позицію [27].

Подальший розвиток досліджень поколінь в Україні демонструє, що соціальні медіа стають не лише каналом комунікації, а й ареною конструювання міжпоколіннєвих ідентичностей. Молоді користувачі активно створюють контент, який відображає їхні цінності, культурні уподобання та соціальні орієнтири, тоді як старші покоління нерідко сприймають такі прояви як виклик традиційним нормам [28]. Значний внесок у вивчення цього процесу зроблено в Інституті соціології НАН України під керівництвом Є. Головахи, В. Ворони та О. Єрьоменка. У межах серії «Українське суспільство: моніторинг соціальних змін» досліджується динаміка цінностей, комунікативних стратегій і соціальної активності різних вікових груп в умовах цифровізації [29]. Зокрема, у роботах О. Єрьоменка аналізуються поколіннєві відмінності у цінностях і соціальних орієнтаціях українців, що дозволяє простежити, як цифрові технології впливають на характер міжпоколіннєвої взаємодії та соціального конфлікту [30]. Вплив глобальних процесів – війни, міграції, цифровізації освіти та праці – формує додатковий конфліктний потенціал поколінь: молодь швидко адаптується до нових технологій і міжнародних комунікаційних стандартів, тоді як старші покоління частіше спираються на досвід і традиційні канали інформації, що створює розриви у ціннісних та комунікативних практиках [25].

З методологічної точки зору, сучасні дослідження репрезентації конфліктів поколінь в соціальних медіа поєднують кількісні методи: опитування, аналіз статистики активності в соціальних мережах та якісні методи: контент-аналіз, аналіз дискурсу, спостереження за мем-культурою, що дозволяє комплексно відобразити як соціальні практики, так і символічні прояви конфліктів.

Як бачимо, проблематика конфлікту поколінь є давньою й водночас актуальною у соціальній думці та соціологічних дослідженнях. Від античних мислителів, які підкреслювали важливість передачі культурних і моральних норм, до сучасних соціологів, що аналізують взаємодії між поколіннями у цифровому середовищі, простежується сталість інтересу до взаємовідносин

поколінь. Класичні та функціоналістські теорії наголошують на ролі поколінь у підтриманні соціальної стабільності, тоді як конфліктологічний підхід показує, що суперечності між поколіннями є природним і навіть необхідним чинником соціальної динаміки.

У XXI столітті глобалізація та цифровізація створюють нові форми прояву цих конфліктів, особливо в соціальних медіа, де відмінності між поколіннями трансформуються у символічні форми комунікації та репрезентації. Українські соціологи підкреслюють особливості пострадянської трансформації та роль ціннісних розривів у формуванні конфліктного потенціалу.

Сучасні дослідження репрезентації конфліктів поколінь у соціальних медіа демонструють комплексний підхід, поєднуючи кількісні та якісні методи, що дозволяє відобразити як соціальні практики, так і символічні прояви міжпоколіннєвих суперечностей.

Отже, генеза соціологічного дослідження репрезентації конфлікту поколінь у соціальних медіа демонструє еволюцію від класичних концепцій К. Маннгайма, Т. Парсонса та Л. Козера, через функціоналістські та конфліктологічні теорії до сучасних цифрових підходів. Соціальні медіа не лише відображають конфлікти між поколіннями, але й стають інструментом їхньої символічної репрезентації, простором для вироблення нових смислів та моделей взаємодії. Це підкреслює, що конфлікти між поколіннями є природною складовою соціальної динаміки, стимулюють розвиток суспільства та створюють потенціал для формування нових моделей соціальної взаємодії, співпраці та взаєморозуміння.

1.3. Методологічні принципи і підходи дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа

Методологія соціологічного дослідження репрезентації конфлікту поколінь у соціальних медіа ґрунтується на поєднанні загальнонаукових принципів, класичних соціологічних концепцій та сучасних підходів, що враховують специфіку цифрового середовища.

Одним із фундаментальних є принцип історизму, він вимагає розглядати конфлікт поколінь як феномен, що змінювався разом із розвитком суспільства та комунікаційних технологій. Якщо для античних мислителів головним було питання передачі культурних і моральних норм від старших до молодших, то у XX–XXI століттях, із появою мас-медіа і особливо соціальних мереж, акцент переноситься на публічне відтворення відмінностей між віковими групами. Така перспектива дозволяє побачити, що соціальні медіа не створюють нових конфліктів «з нуля», а трансформують уже існуючі суперечності у нові комунікативні та символічні форми [31]. Логічним продовженням цього підходу є принцип соціокультурної детермінації, оскільки історична зміна форм конфлікту завжди відбувається у тісному зв’язку з культурними кодами та практиками повсякденності. Репрезентація поколіннєвих суперечностей у соціальних медіа здійснюється не лише через соціально-економічні відмінності, а й через символи, жарти, меми, візуальні образи, що конструюють межу між «своїми» та «чужими». У цьому сенсі особливо значущою є концепція Стюарта Холла про репрезентацію як процес конструювання значень, яка пояснює, чому цифрове середовище стає ареною боротьби культурних кодів між поколіннями [1]. Разом з тим, аналіз репрезентації поколіннєвих конфліктів неможливий без урахування їхнього системного виміру. Принцип системності дозволяє інтегрувати локальні суперечності у ширший контекст соціальної динаміки. У цій перспективі конфлікт поколінь постає як відображення модернізаційних процесів, глобалізації, цифровізації та трансформації соціальних інститутів. Соціальні медіа розглядаються вже не просто як канали комунікації, а як автономне середовище, де формуються нові ідентичності та соціальні структури [17]. Важливим доповненням виступає принцип міждисциплінарності. Якщо системність відкриває макроперспективу, то міждисциплінарність дозволяє деталізувати різні виміри поколіннєвого конфлікту. Соціологія виявляє соціальні умови його виникнення, культурологія простежує символічні форми вираження, медіазнавство досліджує специфіку цифрових платформ, а психологія пояснює

поведінкові відмінності між поколіннями. Робота Д. Бойда про молодіжну комунікацію в соцмережах показує, що цифрове середовище не лише відтворює, а й посилює поколіннєві межі [32].

Спираючись на дані принципи, у своєму дослідженні ми використовуємо низку теоретико-методологічних підходів. Наприклад, структурно-функціональний підхід дозволяє побачити покоління як взаємодоповнювальні елементи соціальної системи: старші зберігають традиції, тоді як молодші продукують інновації. У соцмережах це відображається у відмінностях стилів комунікації та форм самопрезентації [33]. Проте такого функціонального бачення недостатньо, оскільки суперечності між поколіннями часто набувають гострого й відкритого характеру. Тут актуальним стає конфліктологічний підхід, який трактує конфлікт як неминучий механізм соціального розвитку. У цифровому просторі це проявляється через публічні дискусії, мемні війни чи наративи, що протиставляють «традиційні» та «цифрові» цінності. При цьому конфлікт виконує не лише деструктивну, а й конструктивну роль, стимулюючи соціальні зміни [14]. Щоб зрозуміти, як ці суперечності набувають повсякденного виміру, доречно залучати символічний інтеракціонізм. Він показує, що конфлікт формується у конкретних актах комунікації – у коментарях, жартах, мемах та візуальних кодах, які закріплюють образи «молодих» і «старших». У цьому сенсі репрезентація конфлікту є результатом мікровзаємодій, що щодня відтворюються в онлайн-середовищі [34]. Однак ці символічні процеси не можна відривати від владних відносин. Саме тут стає релевантним дискурсивний підхід, який пояснює, як у соціальних мережах через мову та наративи відтворюється боротьба за домінування. Поколіннєві конфлікти у цьому контексті постають як боротьба за право визначати легітимні цінності й знання [35]. Завершальним елементом є медіасоціологічний підхід. Якщо дискурсивна перспектива пояснює, як відбувається боротьба за значення, то медіасоціологія показує, чому саме соціальні медіа стають ключовим простором цієї боротьби. Теорія «мережевого суспільства» М. Кастельса

демонструє, що цифрові платформи не лише відображають реальність, а й самі формують нові умови соціальної організації, завдяки чому конфлікт поколінь набуває глобального виміру [18].

Для отримання емпіричних даних про суб'єктивні сприйняття та індивідуальний досвід представників різних поколінь у соціальних медіа ми застосували глибинне напівструктуроване інтерв'ю. Цей метод дозволяє безпосередньо дослідити суб'єктивні сприйняття та досвід представників різних поколінь у соціальних медіа, отримати інформацію про те, як вони конструюють власні уявлення про конфлікт поколінь, які символи, жарти чи візуальні образи використовують для його репрезентації, а також як оцінюють різні форми цифрової комунікації. Напівструктуровані глибинні інтерв'ю забезпечують гнучкість у спілкуванні, поєднують заздалегідь підготовлені тематичні блоки з відкритими питаннями, що стимулює респондентів до розгорнутих відповідей і дозволяє досліджувати як індивідуальні наративи, так і їхні соціокультурні контексти. Цей метод виступає мостом між теоретичною моделлю і реальним цифровим досвідом користувачів, інтегруючи емпіричні дані у загальний аналіз репрезентації поколіннєвого конфлікту.

Таким чином, дослідження репрезентації конфлікту поколінь у соціальних медіа демонструє, що цей феномен є багаторівневим і багатоплановим. Поєднання принципів історизму, соціокультурної детермінації, системності та міждисциплінарності дозволяє враховувати як історичні та культурні умови виникнення конфлікту, так і особливості цифрового середовища, у якому він проявляється. Використання структурно-функціонального, конфліктологічного, символічного, дискурсивного та медіасоціологічного підходів забезпечує комплексний аналіз суперечностей між поколіннями на макро- та мікрорівнях, а також дозволяє простежити механізми їхньої репрезентації в онлайн-комунікаціях. У результаті соціальні медіа постають не просто каналом передачі інформації, а активним простором, де формуються нові соціальні практики, ідентичності та культурні значення, а конфлікт поколінь стає як

віддзеркаленням, так і стимулом соціальних трансформацій. Застосування глибинного напівструктурованого інтерв'ю дозволяє підтвердити та конкретизувати ці висновки на основі реальних досвідів користувачів різних поколінь, показуючи, як вони сприймають і репрезентують суперечності у цифровому середовищі. Таким чином, поєднання теоретичного аналізу та емпіричних даних забезпечує комплексне та багатовимірне розуміння феномену конфлікту поколінь у соціальних медіа.

В цьому розділі ми уточнили основні поняття репрезентація конфлікту поколінь – це процес відображення та символічного конструювання суперечностей між поколіннями через дискурси, символи, наративи та культурні образи. Вона демонструє, що конфлікти між віковими групами виникають не у «чистому» вигляді, а формуються в соціальному та культурному контексті. Соціальні медіа виступають ключовим середовищем, у якому відбувається така репрезентація. Вони поєднують функції створення та споживання контенту, формування соціальних зв'язків і відображення суспільних настроїв. Через медіа суперечності між поколіннями набувають символічної форми, що впливає на суспільне сприйняття і може як посилювати, так і пом'якшувати протистояння між віковими групами. У межах цієї роботи «репрезентація конфлікту поколінь» розглядається як процес формування уявлень про суперечності між поколіннями, а «соціальні медіа» – як середовище, де ці процеси проявляються найбільш наочно, що створює основу для подальшого аналізу конфліктів поколінь у сучасному інформаційному просторі.

Дослідили генезу соціологічного дослідження репрезентації конфлікта поколінь в соціальних медіа, яка демонструє еволюцію від класичних концепцій К. Маннгайма, Т. Парсонса та Л. Козера, через функціоналістські та конфліктологічні теорії до сучасних цифрових підходів. Соціальні медіа не лише відображають конфлікти між поколіннями, але й стають інструментом їхньої символічної репрезентації, простором для вироблення нових смислів та моделей взаємодії. Це підкреслює, що конфлікти між поколіннями є природною

складовою соціальної динаміки, стимулюють розвиток суспільства та створюють потенціал для формування нових моделей соціальної взаємодії, співпраці та взаєморозуміння.

Проаналізували методологічні принципи і підходи дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа яке демонструє, що цей феномен є багаторівневим і багатоплановим. Поєднання принципів історизму, соціокультурної детермінації, системності та міждисциплінарності дозволяє враховувати як історичні та культурні умови виникнення конфлікту, так і особливості цифрового середовища, у якому він проявляється. Використання структурно-функціонального, конфліктологічного, символічного, дискурсивного та медіасоціологічного підходів забезпечує комплексний аналіз суперечностей між поколіннями на макро- та мікрорівнях, а також дозволяє простежити механізми їхньої репрезентації в онлайн-комунікаціях. У результаті соціальні медіа постають не просто каналом передачі інформації, а активним простором, де формуються нові соціальні практики, ідентичності та культурні значення, а конфлікт поколінь стає як віддзеркаленням, так і стимулом соціальних трансформацій. Застосування глибинного напівструктурованого інтерв'ю дозволяє підтвердити та конкретизувати ці висновки на основі реальних досвідів користувачів різних поколінь, показуючи, як вони сприймають і репрезентують суперечності у цифровому середовищі. Таким чином, поєднання теоретичного аналізу та емпіричних даних забезпечує комплексне та багатовимірне розуміння феномену конфлікту поколінь у соціальних медіа.

РОЗДІЛ 2
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНФЛІКТА ПОКОЛІНЬ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

2.1. Соціологічні контексти феномену конфлікту поколінь

Феномен конфлікту поколінь посідає важливе місце у соціологічній теорії, адже він відображає глибинні зміни у структурі суспільства, ціннісних орієнтаціях та формах соціальної взаємодії. Конфлікт між поколіннями не є випадковим або локальним явищем – він вкорінений у самій динаміці соціального розвитку, що передбачає постійне оновлення соціальних ролей, норм і культурних кодів. З позицій соціології цей конфлікт є проявом суперечності між традицією та модернізацією, між прагненням зберегти спадкоємність і потребою в інновації.

Одним із перших, хто системно осмислив феномен поколінь у соціологічному контексті, був німецький дослідник Карл Маннгайм. У праці «Проблема поколінь» (1928) він визначив покоління як соціальну спільноту, об’єднану не лише спільним віком, а передусім спільним історичним досвідом, який формує їхню «свідомість епохи» [2]. Звідси випливає, що конфлікт між поколіннями зумовлений різницею у формах сприйняття світу та соціальних реальностей. Для старших поколінь характерна орієнтація на стабільність, безпеку, усталені цінності, тоді як молодші зорієнтовані на зміни, мобільність і самовираження. У сучасному суспільстві, де зміни відбуваються надзвичайно швидко, цей розрив стає ще глибшим. У подальшому соціологічна думка розвинула ідеї Маннгайма, поєднавши їх із концепціями соціальної модернізації та ціннісної трансформації. Зокрема, Рональд Інглгарт у своїй теорії постматеріалістичних цінностей довів, що кожне нове покоління формується під впливом соціально-економічних умов свого дитинства, і тому різниться за домінуючими життєвими орієнтирами. Старші покоління, виховані у періоди нестабільності, схильні цінувати матеріальну безпеку, дисципліну та ієрархію. Молодші ж, народжені в умовах добробуту та глобальної комунікації,

орієнтуються на самореалізацію, автономію та толерантність [36]. Таким чином, конфлікт поколінь набуває не лише соціального, а й ціннісного виміру.

У сучасному медіасередовищі конфлікт поколінь набуває нового виміру, адже медіа формують своєрідні «світи», у яких різні покоління взаємодіють, соціалізуються та ресоціалізуються. Старші покоління здебільшого споживають традиційні медіателебачення, газети, радіо, що сприяє підтримці консервативних моделей сприйняття світу та усталених соціальних норм [37]. Молодші ж активно користуються цифровими платформами Instagram, TikTok, Telegram, YouTube, де швидкі інформаційні потоки та мультимодальні форми контенту стимулюють прагнення до самовираження, інноваційності та гнучкості у соціальній поведінці [32]. Таким чином, медіа не лише передають інформацію, а й створюють контексти, у яких проявляються міжпоколіннєві суперечності. Ці контексти можна розглядати як специфічні медіа-світи, що визначають способи соціалізації та ресоціалізації поколінь. Аналіз конфліктів через призму цих медіа-світів дозволяє краще зрозуміти структуру, природу і динаміку міжпоколіннєвих розбіжностей.

Перший аспект стосується типології конфліктів, яка допомагає систематизувати міжпоколіннєві суперечності у сучасному медійному просторі. Виділяють такі основні типи: ціннісний конфлікт, когнітивний конфлікт, комунікативний конфлікт та ідентичнісний конфлікт. Ціннісний конфлікт виникає через протистояння традиційних та постмодерних цінностей, представлених у різних медіа. Старші покоління, споживаючи класичні медіа телебачення, пресу, радіо, відтворюють усталені культурні та моральні норми. Молодші покоління, активно користуючись цифровими платформами, зустрічають і продукують нові культурні коди, ідеї толерантності, самовираження та інновацій. Конфлікт проявляється, наприклад, у різних оцінках соціальних або політичних явищ, що стає помітним у дискусіях на форумах, у коментарях або в мем-культурі [36]. Когнітивний конфлікт пов’язаний з різницею у способах сприйняття, обробки та інтерпретації інформації. Молодші покоління, як «цифрові аборигени», швидко орієнтуються

у потоках онлайн-контенту, здатні аналізувати мультимодальні медіа наприклад, відео, гіфки, інфографіку, тоді як старші покоління схильні до лінійного, структурованого сприйняття інформації [28]. Це нерозуміння способів комунікації часто породжує непорозуміння і формує когнітивні бар'єри між поколіннями. Комунікативний конфлікт виникає через дисбаланс у формах і стилях онлайн-спілкування. Молодші користувачі активно застосовують меми, емодзі, сленг і короткі відео, тоді як старші намагаються підтримувати класичні форми повідомлень [38]. Ця різниця у мовних та символічних кодах у соціальних мережах може призводити до непорозумінь, конфліктних інтерпретацій та навіть публічних суперечок. Ідентичнісний конфлікт проявляється у суперечностях щодо формування соціальної та цифрової ідентичності. Молодші покоління створюють гнучкі, інклюзивні або «відкриті» цифрові ідентичності, постійно змінюючи свій образ у соціальних мережах. Старші покоління більш консервативні в підходах до самопрезентації та цінують стабільність і традиційні ролі. Цей конфлікт впливає не лише на онлайн-взаємодію, а й на реальні соціальні відносини та комунікацію між поколіннями поза мережею [39].

Другий аспект стосується того, що медіа виступають ареною публічного прояву цих конфліктів. Соціальні мережі роблять видимими міжпоколіннєві розбіжності, які раніше залишалися переважно приватними. Пости, меми та відео стають символічними формами вираження цінностей, уподобань та критики з боку різних поколінь, що підсилює соціальну видимість конфлікту [40].

Третій аспект полягає в тому, що медіа сприяють процесу ресоціалізації, коли покоління взаємно впливають на формування цінностей та моделей поведінки. Молодші користувачі, отримуючи доступ до нових медіа-середовищ, формують альтернативні моделі поведінки та ціннісні орієнтири. Старші покоління через медіа адаптуються до нових норм комунікації або підтримують традиційні моделі [41]. Така взаємодія одночасно підтримує конфлікт і стимулює соціальну трансформацію.

В українському контексті ця проблематика розглядається у працях Наталії Паніної, Євгена Головахи та інших дослідників, які звертають увагу на

соціокультурні зрушення після 1991 року. На думку Паніної, українське суспільство характеризується «ціннісним розривом» між поколіннями, спричиненим різною соціалізацією – радянською для старших і пострадянською, глобалізованою для молодших. Це проявляється в оцінці політичних подій, ставленні до праці, сім'ї, гендерних ролей, а також у способах комунікації. Саме ці розбіжності формують соціальне напруження, яке виявляється як у публічних дискусіях, так і у повсякденних практиках [42]. Соціологічний аналіз поколіннєвих конфліктів неможливий без урахування структурного виміру суспільства. У межах структурно-функціональної теорії Т. Парсонса покоління розглядаються як взаємопов'язані елементи соціальної системи, що виконують різні, але взаємодоповнювальні функції. Однак порушення балансу між ними – наприклад, коли старші утримують контроль над владними ресурсами, а молодші втрачають можливість соціальної мобільності – призводить до конфліктів. Цей структурний аспект особливо актуальний для посттрансформаційних суспільств, де соціальні інститути переживають кризу адаптації [12].

Інший підхід до розуміння конфлікту поколінь запропонував Ульріх Бек у теорії «суспільства ризику». Він вказував, що у сучасному глобалізованому світі покоління розрізняються не лише за віком, а й за рівнем готовності до нових ризиків – технологічних, екологічних, економічних. Старші схильні до обережності та опори на досвід, тоді як молодші прагнуть інновацій, навіть якщо вони несуть невизначеність. Цей конфлікт між стабільністю і ризиком стає головною соціальною лінією напруги XXI століття [43]. Значний внесок у розуміння міжпоколіннєвих процесів зробила також Маргарет Мід, яка у своїй роботі «Культура і світ дитинства» (1970) описала перехід від постфігуративних до конфігуративних і пре-фігуративних культур. Якщо раніше молодші покоління навчалися у старших, то тепер – навпаки: діти й підлітки часто стають носіями нових знань і технологічних навичок, недоступних старшим. Цей переворот у комунікативних і навчальних ролях створює новий тип поколіннєвої напруги, коли традиційна вертикаль авторитету руйнується [44].

Сучасна соціологія також звертає увагу на медіатизацію соціальних відносин, яка суттєво трансформує взаємодію поколінь. За спостереженням Ентоні Гідденса, у «пізньомодерному суспільстві» соціальна реальність дедалі більше конструюється через медіа та символічні системи. Це означає, що конфлікти між поколіннями дедалі частіше відбуваються не лише в сім'ї чи на роботі, а у публічному просторі – через репрезентації, дискурси й культурні символи [41]. Таким чином, медіа стають середовищем, у якому соціальні розбіжності набувають видимості. Варто також згадати про концепцію «ліквідної модерності» Зигмунда Баумана, яка допомагає зрозуміти, чому поколіннєві межі стають дедалі нестабільнішими. У світі, де соціальні структури постійно змінюються, ідентичності стають тимчасовими, а зв'язки – поверхневими. Старші покоління, сформовані в умовах «твердих» соціальних структур, сприймають таку несталість як втрату орієнтирів. Молодші ж бачать у ній свободу. Це породжує не лише ціннісний, а й екзистенційний конфлікт, коли сторони не просто мають різні погляди, а живуть у різних типах соціальної реальності [17].

Суттєвим є і гендерний та інституційний вимір поколіннєвих відмінностей. Дослідження Патрісії Грінфілд (2009) показало, що глобальні культурні зміни призводять до переходу від колективістських до індивідуалістичних моделей соціалізації. Це відбивається на взаєминах між поколіннями в родині, на роботі та в освіті, де молодші покоління дедалі частіше ставлять під сумнів авторитет ієрархії [45]. Подібні тенденції спостерігаються і в українських реаліях: за даними Інституту соціології НАН України, рівень довіри між поколіннями поступово знижується, особливо у питаннях цінностей, політики та культури [46]. Загалом соціологічні контексти конфлікту поколінь охоплюють взаємодію макро- і мікрорівнів соціальної структури. На макрорівні конфлікт відображає процеси модернізації, глобалізації, економічної нестабільності, тоді як на мікрорівні він проявляється у повсякденній комунікації, соціалізації, формуванні ідентичностей. У сучасному світі цей феномен стає дедалі складнішим через прискорення інформаційних потоків і культурну поліфонію. Як зазначає Джон

Томпсон, сучасне суспільство є «медіатизованою ареною», де різні соціальні групи змагаються за право визначати норми й цінності. Конфлікт поколінь у цьому контексті – не лише боротьба за ресурси чи владу, а й боротьба за культурне значення [37].

Підводячи підсумки, соціологічні контексти конфлікту поколінь показують, що цей феномен є результатом взаємодії історичних умов, культурних кодів, соціальних ролей та ціннісних орієнтацій. Конфлікти проявляються як у традиційних сферах життя – сім'ї, освіті, роботі, так і у цифровому просторі, де медіа виступають ареною публічної дискусії та символічної репрезентації. Соціологічні концепції К. Маннгайма, Р. Інглхарта, З. Баумана, Дж. Томпсона і українських дослідників Н. Паніної, Є. Головахи підкреслюють, що суперечності між поколіннями виконують конструктивну роль, сприяючи соціальній динаміці, адаптації та трансформації суспільних норм. В умовах цифровізації конфлікт набуває нових форм прояву, стаючи видимим у публічному дискурсі та культурних практиках, що створює основу для його репрезентації у соціальних медіа.

2.2. Соціальні медіа як канал масової комунікації

Соціальні медіа сьогодні виступають ключовим каналом масової комунікації, що поєднує функції інформаційного обміну, соціальної взаємодії та культурної репрезентації.

У сучасному комунікаційному середовищі розрізняють традиційні та нові медіа. До традиційних мас-медіа належать преса, газети, журнали, радіо, телебачення, кінематограф та зовнішня реклама. Вони характеризуються централізованим виробництвом інформації, редакційним контролем змісту та односпрямованою комунікацією, де аудиторія виступає переважно в ролі пасивного споживача. На відміну від традиційних ЗМІ, нові медіа розвиваються на основі цифрових технологій таких як: вебпортали, блоги, онлайн-реклами, цифрова музика, комікси, стрімінгові відеосервіси і насамперед соціальні медіа. Вони функціонують на основі інтерактивності, мультимедійності та можливості

користувача не лише отримувати, а й створювати й поширювати інформацію. Принципово важливою відмінністю є характер комунікації, якщо традиційні медіа мають ієрархічну модель, то соціальні медіа реалізують мережеву модель, у якій немає централізованого контролю. Цей мережевий характер комунікації виявляється у різних форматах цифрових платформ від Вікіпедії як колективної форми продукування знань, до торрент-мереж, заснованих на горизонтальному обміні інформаційними файлами, і до соціальних мереж, де кожен користувач має можливість створювати контент і формувати власні аудиторії [40]. Згідно концепції М. Кастельса, становлення «мережевого суспільства» створило нову логіку комунікації – горизонтальну, децентралізовану й інтерактивну [22]. Соціальні мережі такі як: Facebook, Instagram, TikTok, YouTube – стають відкритими комунікативними платформами, де відбувається обмін поглядами, культурними нормами та соціальними моделями поведінки. Вони утворюють публічні простори, в яких різні вікові групи не лише співіснують, а й взаємодіють, інколи вступаючи у суперечності. Важливою особливістю соціальних медіа є можливість формування спільнот на основі інтересів, стилю життя або світоглядних позицій. Ці мережеві об’єднання часто функціонують як альтернативні джерела соціалізації. Молодше покоління, яке виросло із постійним доступом до цифрових технологій, засвоює моделі поведінки через динамічні формати контенту: короткі відео, меми, стрімінговий контент. Старші покоління, навпаки, тяжіють до текстового та новинного жанру, де пріоритетом є аналітика та інформаційна стабільність. Українські дослідження підтверджують, що молодь домінує в TikTok та Instagram, тоді як старші покоління частіше використовують Facebook та Viber [47]. Це свідчить про наявність відмінних комунікативних практик, що формують різні способи участі у соціальних процесах.

Соціальні мережі також впливають на характер міжособистісної комунікації. Ш. Туркл наголошує, що цифрові технології створюють «ілюзію близькості», забезпечуючи постійний контакт, але не гарантуючи глибини

взаємодії. Молоде покоління сприймає цифрову комунікацію як повноцінну, адже соціалізується в умовах швидких обмінів репліками та реакціями. Для старших поколінь характерна інша норма спілкування – особиста присутність, повільний діалог, емоційна включеність [48]. Таким чином, різниця у сприйнятті якості комунікації стає підґрунтям для міжпоколінних непорозумінь. Значний вплив на структуру комунікації в соціальних медіа мають алгоритми, що відповідають за формування індивідуальних стрічок контенту. Е. Парізер пояснює, що «фільтрові бульбашки» створюють для кожного користувача замкнутий інформаційний простір, де переважає контент, що відповідає його переконанням. Унаслідок цього представники різних вікових груп можуть існувати в відмінних символічних реальностях, маючи різні інтерпретації подій, різні інформаційні джерела та різні моделі реакції на соціальні процеси. Це ускладнює діалог і може провокувати конфліктні ситуації, оскільки кожна сторона виходить з «власної правди» [49].

Соціальні медіа також виконують функцію представлення та символічного моделювання конфлікту поколінь. Візуальні образи, жарти, інтернет-меми та хештеги стають не лише засобами самоіронії чи розваги, але й інструментами ідентифікації та відмежування. Так, мем «ok boomer» – поширений спосіб молоді позначити іронічне неприйняття ціннісних орієнтацій старших поколінь. У відповідь старші користувачі часто критикують «надмірну чутливість» або «залежність від технологій» молодших. У такий спосіб соціальні мережі не просто відтворюють, а посилюють символічні кордони між віковими групами. Молодше покоління використовує соціальні мережі переважно як простір самопрезентації та конструювання ідентичності, експериментуючи з власним образом і соціальними ролями. Старші ж користувачі схильні розглядати їх як інструмент підтримки міжособистісних зв’язків та інформування. Різні цілі присутності в мережі формують різні моделі поведінки та різні очікування щодо комунікації, що також може спричиняти напруження [32].

Подібні символічні конструкції можуть підсилювати стереотипи та напруження у міжпоколінних відносинах. Соціальні медіа можна розглядати як «публічну арену» конфліктів поколінь, де відбувається відкритий дискурс і формування суспільного порозуміння. Г. Дженкінс підкреслює, що користувачі не лише споживають контент, а й продукують його, створюючи нові культурні смисли, що дає молодшому поколінню перевагу у формуванні публічного дискурсу [40].

Соціальні медіа характеризуються різноманітними жанрами та структурними елементами, які визначають специфіку комунікації. Серед жанрів виділяють інформаційні пости, розважальні публікації, освітній контент, відеоблоги, стріми, меми, опитування та інтерактивні конкурси. Кожен жанр виконує певну функцію наприклад, інформаційні пости забезпечують отримання знань, розважальний контент стимулює емоційне залучення, а інтерактивні формати спонукають користувачів до обговорення та активної участі [50]. Структура соціальних медіа включає: авторів контенту, індивідуальних користувачів або команди, що продукують та поширюють повідомлення; фоловерів та активних учасників, користувачі, що коментують, ставлять лайки, поширюють контент; пасивних користувачів, які споживають контент без активної взаємодії, але впливають на алгоритми платформи; механізми зворотного зв’язку, наприклад лайки, емодзі, коментарі, репости, які сигналізують автору про реакцію аудиторії та впливають на видимість контенту; зворотна поведінка, дії користувачів поза платформою, наприклад, купівля товару чи участь у події після перегляду контенту; хейтери та ботоферми, які формують конкуренцію, провокують конфлікти та впливають на популярність матеріалів; астротурфінг, організовані коментарі підтримки або просування сторінки, що штучно підвищують її популярність; аналітика та стратегії, використання Google Analytics та внутрішніх інструментів платформ для оцінки популярності контенту, активності користувачів та ефективності комунікаційних стратегій [51].

Таким чином, соціальні медіа є не просто каналом передачі інформації, а активним середовищем масової комунікації, де відбувається символічне конструювання конфлікту поколінь. Вони дозволяють як відображати вже існуючі суперечності, так і формувати нові культурні наративи та моделі взаємодії між віковими групами, стаючи ключовим елементом сучасної соціальної динаміки.

2.3. Особливості репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа

Репрезентація конфлікту поколінь у соціальних медіа формується на перетині ціннісних відмінностей між віковими групами та специфіки цифрового комунікативного середовища. Якщо соціологічні теорії пояснюють природу конфлікту як наслідок різних історичних умов соціалізації, то у соціальних медіа ці відмінності набувають візуально-символічної форми, матеріалізуючись у мові, образах, форматах контенту та поведінкових моделях [46]. Ці платформи стають простором, де відображаються не лише фактичні відмінності, а й конструюються культурні уявлення про покоління, що активно впливають на сприйняття одне одного.

Соціальні медіа створюють середовище публічної видимості соціальних відмінностей, де представники різних поколінь не просто співіснують, а взаємно інтерпретують практики одне одного. У процесі взаємної спостережуваності формуються стереотипізовані уявлення про «молодь» і «старших», що не завжди відповідають реальному досвіду взаємодії [43]. Молодші користувачі часто позиціонують себе через іронічні образи та меми, тоді як старші через дискурси відповідальності та життєвого досвіду.

Ключову роль у репрезентації конфлікту поколінь відіграють жанрові формати контенту: меми, короткі відео, GIF, стріми, жарти, хештеги, опитування та інформаційні пости. Ці форми дозволяють конденсувати складні соціальні повідомлення в лаконічні та впізнавані символи. Наприклад, мем «ok boomer» іронічно висловлює неприйняття авторитету старших та відмову від вертикальної моделі комунікації, тоді як відповідні меми старших користувачів

критикують молодь за «залежність від технологій» або «поверхневість» [41]. Як зазначає Дженкінс, цифрова культура функціонує за логікою реміксу та колективної інтерпретації, що робить меми механізмом виробництва соціальних смислів, дозволяючи користувачам формувати спільне уявлення про різні покоління [40].

Особливий вимір репрезентації конфлікту поколінь проявляється у різниці комунікативних стилів. Молодші покоління тяжіють до динамічної, образної та фрагментованої комунікації, заснованої на швидких реакціях, відеофрагментах та самоіронії. Старші натомість орієнтуються на текстову аргументацію, апеляцію до досвіду та нормативність мовлення [52]. У результаті форма комунікації сама стає змістом конфлікту: молодь сприймає старших як «повчальних», тоді як старші бачать у молодих «поверхневість». Ці відмінності у стилях комунікації часто підсилюють стереотипи і формують символічні межі, які визначають, що кожне покоління вважає прийнятним або «нормальним».

Суттєвим чинником є алгоритмічна селекція контенту, яка формує індивідуальні інформаційні простори користувачів. За концепцією «фільтрових бульбашок» Е. Парізера соціальні платформи підбирають контент залежно від попередньої активності користувача, його взаємодії та соціальних зв’язків [49]. Як наслідок, представники різних поколінь часто перебувають у різних медіареальностях, отримуючи відмінні джерела інформації та різні способи інтерпретації подій, що підсилює міжпоколінний конфлікт. Різниця комунікативних стилів також відіграє ключову роль, адже молодші покоління тяжіють до динамічної, образної та фрагментованої комунікації, заснованої на швидких реакціях та самоіронії, тоді як старші орієнтуються на текстову аргументацію, апеляцію до досвіду та нормативність мовлення [52]. Форма комунікації стає змістом конфлікту, молодь сприймає старших як «повчальних», старші бачать у молодих «поверхневість».

Водночас соціальні медіа репрезентують структуровані образи поколінь, старші часто зображаються як носії стабільності, ієрархічних норм та

економічної відповідальності, тоді як молодші, як більш гнучкі, індивідуалістичні та технологічно компетентні. Ці образи функціонують як культурні ролі, що не лише відображають, а й конструюють соціальні очікування [53]. Репрезентація в цьому випадку виступає не дзеркалом реальності, а механізмом створення соціального знання про те, хто є покоління [54]. Через ці культурні ролі соціальні медіа стають активним середовищем формування норм, цінностей та символічних кордонів між поколіннями.

Отже, соціальні медіа не лише відображають конфлікт поколінь, але й стають активним середовищем його конструювання та посилення, впливаючи на формування культурних наративів, символічних кордонів і соціальних очікувань між віковими групами. Описані жанри, ролі користувачів, механізми взаємодії та алгоритмічний вплив формують структуру соціальних медіа, яка визначає специфіку репрезентації конфлікту поколінь.

В цьому розділі ми розглянули соціологічні контексти феномену конфлікту поколінь які показують, що цей феномен є результатом взаємодії історичних умов, культурних кодів, соціальних ролей та ціннісних орієнтацій. Конфлікти проявляються як у традиційних сферах життя – сім'ї, освіті, роботі, так і у цифровому просторі, де медіа виступають ареною публічної дискусії та символічної репрезентації. Соціологічні концепції К. Маннгайма, Р. Інглхарта, З. Баумана, Дж. Томпсона і українських дослідників Н. Паніної, Є. Головахи підкреслюють, що суперечності між поколіннями виконують конструктивну роль, сприяючи соціальній динаміці, адаптації та трансформації суспільних норм.В умовах цифровізації конфлікт набуває нових форм прояву, стаючи видимим у публічному дискурсі та культурних практиках, що створює основу для його репрезентації у соціальних медіа.

Визначили соціальні медіа як канал масової комунікації у якому соціальні медіа є не просто каналом передачі інформації, а активним середовищем масової комунікації, де відбувається символічне конструювання конфлікту поколінь. Вони дозволяють як відображати вже існуючі суперечності, так і формувати нові

культурні наративи та моделі взаємодії між віковими групами, стаючи ключовим елементом сучасної соціальної динаміки.

З’ясували особливості репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа які не лише відображають конфлікт поколінь, але й стають активним середовищем його конструювання та посилення, впливаючи на формування культурних наративів, символічних кордонів і соціальних очікувань між віковими групами.

РОЗДІЛ 3
ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНФЛІКТУ ПОКОЛІНЬ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

3.1. Емпіричне дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа

Емпіричний етап дослідження спрямований на виявлення того, як представники різних вікових груп сприймають, інтерпретують та оцінюють прояви міжпоколінного конфлікту у цифровому середовищі. Для організації дослідження була розроблена програма соціологічного дослідження (Додаток А), яка визначила об’єкт, предмет, мету, завдання та логіку збору даних. Програма стала основою для формування інтерв’ю-гайду та планування всіх етапів збору та аналізу інформації.

Для збору даних застосовано якісний підхід, що дозволяє досліджувати індивідуальні смисли та інтерпретації респондентів. Основним методом стало глибинне напівструктуроване інтерв’ю, оскільки воно забезпечує одночасно структурованість і гнучкість у якому заздалегідь визначені тематичні блоки гарантують порівнянність відповідей, а відкритість питань дозволяє заглиблюватися в індивідуальний досвід та спонтанні реакції. Вибір цього методу обґрунтований складністю досліджуваного явища, адже репрезентації конфлікту поколінь у соціальних медіа включають не лише фактичні повідомлення, а й суб’єктивні оцінки, емоційні реакції та культурні стереотипи, які важко зафіксувати за допомогою опитувань або спостереження. Напівструктуроване глибинне інтерв’ю навпаки дозволяє отримати детальні оповіді респондентів, виявити їхні мотиви та стратегії взаємодії, уточнювати відповіді для глибшого розкриття теми, а тематична організація інтерв’ю гарантує систематизацію та порівнянність даних.

Інтерв’ю проводилися за допомогою інтерв’ю-гайду, який включав тематичні блоки: досвід користування соціальними медіа, сприйняття образів різних поколінь, форми прояву конфлікту поколінь, емоційні реакції на контент

та можливості зменшення міжпоколінної напруги. Така структура дозволяє отримати як описові, так і інтерпретативні відповіді для комплексного аналізу досліджуваного явища.

Генеральну сукупність становили користувачі соціальних медіа в Україні, що належать до різних вікових груп, яка сформована за теорією поколінь Ніла Хоува та Вільяма Штрауса. Вибірка включала п’ять поколінь: покоління Z 17–25 років, покоління Y міленіали 26–35 років, покоління X 36–45 років, Baby Boomers 46–60 років та мовчазне покоління 60+ років [55]. Загалом було опитано 15 респондентів по три особи з кожної групи. Формування вибірки здійснювалося комбінованим способом через оголошення у соціальних мережах, академічне середовище та метод «сніжної кулі». Усі респонденти активно користуються соціальними медіа та надали добровільну згоду на участь.

Інтерв’ю проводилися онлайн за допомогою платформи Zoom з дотриманням усіх етичних принципів, гарантувалася анонімність, конфіденційність, право відмови від участі на будь-якому етапі та психологічний комфорт респондента. Запитання формулювалися так, щоб уникнути емоційного напруження або посилення міжпоколінних стереотипів.

Дослідження реалізовувалося у кілька етапів. На підготовчому етапі уточнювалися об’єкт та предмет дослідження, а також розроблявся інтерв’ю-гайд. Пілотажний етап передбачав проведення пробних інтерв’ю для перевірки зрозумілості формулювань та логіки розмови. Основний польовий етап включав індивідуальні онлайн-інтерв’ю з аудіозаписом та веденням дослідницьких нотаток. Завершальний аналітичний етап передбачав транскрибування змістових фрагментів (Додаток Б), тематичне кодування даних та формування узагальнених висновків.

Для аналізу було проведено операціоналізацію змінних у якій виділено такі категорії: форми репрезентації конфлікту поколінь (меми, жарти, наративи, образи), емоційний тон контенту (позитивний, іронічний, конфліктний), комунікаційні форми взаємодії та ставлення респондентів. Це дозволило виявити

загальні тенденції сприйняття конфлікту поколінь та специфіку його інтерпретації в різних вікових групах.

Таким чином, емпіричне дослідження, побудоване на основі напівструктурованих глибинних інтерв'ю та програмно організованого збору даних, що створює міцну основу для аналізу репрезентації конфлікту поколінь у соціальних медіа, виявлення смислів та уявлень респондентів, а також оцінки впливу цифрового контенту на міжпоколінні стосунки.

3.2. Аналіз результатів соціологічного дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа

Під час аналізу результатів напівструктурованих глибинних інтерв'ю було виявлено широкий спектр уявлень, емоцій та досвідів, пов'язаних з темою міжпоколінної взаємодії у цифровому просторі. Соціальні медіа виступають не лише каналом комунікації, а й важливим соціокультурним середовищем, у якому респонденти стикаються з уявленнями про власне та інше покоління, рефлексують щодо різниць, а також осмислюють способи взаєморозуміння. Представники різних вікових груп по-різному описують контент про покоління, однак усі визнають, що цифровий простір значною мірою впливає на формування образів та взаємних очікувань. Аналіз структуровано за змістовими блоками програми дослідження й супроводжується прямими цитатами респондентів, що дозволяє зберегти автентичність висловлювань і глибше зрозуміти соціальні смисли, які вони в них вкладають.

Блок 1. Комунікаційна поведінка та медіаспоживання

Покоління Z (17–25 років)

Респонденти цього покоління демонструють найвищу гнучкість у користуванні соціальними платформами. Їхні медіапрактики характеризуються швидким перемиканням, активним використанням відеоформатів і пріоритетом візуального контенту.

«Найчастіше користуюся Telegram, YouTube, TikTok та Instagram» (P4, 22 р.).

«TikTok подобається тим, що там багато життєвого та реалістичного контенту» (Р5, 22 р.).

«Користуюся Instagram, Facebook та TikTok» (Р7, 19 р.).

Вони віддають перевагу коротким, динамічним форматам, що дозволяє не лише споживати інформацію, а реагувати на неї майже миттєво. Характерною є й пасивність у взаємодії, адже переважно дивляться, але рідко коментують:

«Лайки ставлю рідко, коментую ще рідше» (Р4, 22 р.).

Покоління Y (26–35 років, міленіали)

Міленіали поєднують традиційні та сучасні платформи, орієнтуючись на функціональність і корисність:

«Instagram — як щоденний додаток» (Р11, 28 р.).

«Telegram для новин і комунікації, TikTok — для розваг» (Р9, 30 р.).

«Користуюся Instagram та TikTok» (Р10, 32 р.).

Для цього покоління соцмережі це баланс між роботою, дозвіллям і саморозвитком.

Покоління X (36–45 років)

Це найбільш структурована у своїх практиках група. Платформи чітко розділені за сферами:

«Viber потрібен для роботи, Instagram для покупок, TikTok для розваг» (Р6, 43 р.).

«Whatsapp для роботи, Telegram для спілкування, TikTok щоб відпочити» (Р1, 42 р.).

«TikTok використовую, щоб розслабитися після роботи» (Р3, 43 р.).

Вони не шукають у соцмережах ідентичності чи самовираження для них це практичний інструмент.

Baby Boomers (46–60 років)

Boomers здебільшого обирають канали новин та інформаційні ресурси:

«Здебільшого Facebook та Telegram… Нові платформи типу TikTok практично не використовую» (Р14, 52 р.).

«Користуюся Facebook та Instagram, а Telegram для новин і професійних каналів» (Р15, 47 р.).

«Instagram використовує моя донька, я дивлюся новини й сторіс» (Р12, 50 р.).

Для цієї групи соцмережі це «вікно в інформаційний простір».

Мовчазне покоління (60+ років)

Найстарші респонденти використовують соцмережі переважно для новин і родинної комунікації:

«Найчастіше переглядаю новини та слідкую за подіями» (Р2, 70 р.).

«Telegram потрібен, щоб бути ближче до рідних» (Р8, 71 р.).

«Здебільшого Facebook і Telegram. Іноді YouTube для довших відео та новин» (Р13, 63 р.).

«У Facebook читаю новини, групові обговорення, іноді меми… На YouTube дивлюсь історичні відео, документальні фільми» (Р13, 63 р.).

«В основному переглядаю. Лайки ставлю рідко, коментарі майже не пишу» (Р13, 63 р.).

Мовчазне покоління демонструє найбільш стримані та інформативно орієнтовані практики користування соцмережами. Вони використовують цифрові платформи не для самовираження чи розваг, а насамперед для отримання новин, підтримання зв’язку з рідними та доступу до освітнього чи документального відеоконтенту.

Аналіз цифрових практик респондентів різних поколінь демонструє глибоку диференціацію у способах взаємодії з соціальними медіа, що зумовлено не лише віком, але й історичними умовами соціалізації та рівнем цифрових компетенцій. Покоління Z (17–25 років) використовує соцмережі як природне середовище існування: вони органічно поєднують кілька платформ, швидко перемикаються між форматами, надають перевагу візуальному і динамічному контенту. Їхня взаємодія з платформами характеризується високою гнучкістю та відсутністю чітких тематичних або функціональних меж. Це підкреслює, що Z сприймають цифровий простір не як окрему частину життя, а як його

продовження, що поєднує соціальність, розваги та інформаційність без жорсткого поділу.

Міленіали (26–35 років), навпаки, демонструють більш структуроване споживання: вони поєднують інформативність та розвагу, активно використовують соцмережі для роботи, навчання та професійного розвитку. Для них соцмережі це не просто середовище дозвілля, а важливий інструмент організації життя та підтримання соціальних контактів.

Покоління X (36–45 років) найчіткіше структурує свої цифрові практики. Платформи у цій групі розподілені за конкретними функціями: робота, спілкування, розваги. Це покоління сприймає соцмережі інструментально, тобто використовує їх не для самовираження чи соціальної демонстрації, а насамперед як інструмент вирішення повсякденних задач.

Baby Boomers (46–60 років) орієнтовані на інформацію, новини, суспільно-політичні події та офіційні джерела. Їхня цифрова поведінка менш різноманітна, а коло платформ переважно обмежене тими, що забезпечують стабільність та зрозумілість.

Мовчазне покоління (60+ років) демонструє найбільш обмежений набір практик, зосереджуючись на новинах та родинній комунікації. Для них соцмережі це спосіб не залишатися відірваними від соціального життя та підтримувати зв’язок із близькими.

Таким чином, у межах цього блоку чітко проявляється поколінська логіка взаємодії з цифровим середовищем: молодші покоління гнучкі, візуальні та мультизадачні, середні структуровані та раціональні, старші інформативні та мінімалістичні. Саме ці відмінності створюють основу для різного бачення міжпоколінних відносин у соцмережах і пояснюють подальші інтерпретації контенту про покоління.

Блок 2. Сприйняття образів поколінь у соцмережах

Покоління Z (17–25 років)

«Не подобається, коли нашому поколінню приписують безвідповідальність» (P5, 22 р.).

«Старших зображають із радянським мисленням» (Р4, 22 р.).

Молоді респонденти чітко реагують на стереотипи, що зачіпають їхню власну ідентичність. Для Z медійна репрезентація є особистісно значущою вони болісно сприймають узагальнення і прагнуть справедливого представлення.

Покоління Y (26–35 років)

«Образи старших подають занадто критично» (Р10, 32 р.).

«Перебільшені, але мають частку правди» (Р11, 28 р.).

Міленіали сприймають стереотипи більш раціонально, ніж Z вони бачать у них перебільшення, але розуміють жанрову специфіку гумору.

Покоління X (36–45 років)

«Старших показують як незадоволених молоддю» (Р3, 43 р.).

«Стереотипи перебільшені, але не на пустому місці» (Р1, 42 р.).

Покоління X гостро сприймає міжпоколінні медійні образи, оскільки часто опиняється між двома полюсами «ще не старі», але вже й «не зовсім молоді». Тому їхня реакція найбільш критична.

Baby Boomers (46–60 років)

«Старших зображають як тих, хто не розуміє молодь» (Р15, 47 р.).

Boomers інтерпретують стереотипи як пряме знецінення їхньої життєвої компетентності. Для них негативний образ це не жарт, а порушення межі поваги.

Мовчазне покоління (60+)

«Бачила відео… Частково так і є» (Р2, 70 р.).

«Подобається, коли молодь допомагає старшим» (Р2, 70 р.).

«Молодь показують як швидких… Мій вік як повільних, консервативних» (Р13, 63 р.).

«Старших показують перебільшено, але у гумористичній формі» (Р13, 63 р.).

«Контент часто показує крайності» (Р13, 63 р.).

Старше покоління намагається побачити раціональність у гумористичній подачі, але водночас гостро відчуває перебільшення й карикатурність.

Результати аналізу свідчать, що кожне покоління по-різному інтерпретує медійні образи інших вікових груп, оскільки вони сприймаються крізь власну систему цінностей, досвіду та чутливостей. Покоління Z найбільш гостро реагує на стереотипи, спрямовані проти них, адже їхня ідентичність активно формується, а соцмережі є ключовим простором цього процесу. Для них важливо, щоб їх не сприймали як «легковажних» чи «незрілих», адже такі узагальнення знецінюють їхню суб'єктність.

Покоління Y сприймає медійні образи реалістичніше та з більшою дистанцією вони визнають, що виокремлення характеристик поколінь є перебільшеним, але водночас у ньому може бути частка правди. Це покоління має найбільш «гібридний» погляд вони одночасно розуміють природу медійної гіперболізації, але також відчувають її вплив.

Покоління X підкреслює напруженість, яка виникає у соцмережах між різними віковими групами. Їхнє сприйняття образів старших і молодших поколінь є критичним, оскільки вони самі часто опиняються в ситуації «подвійного тиску» з одного боку їх зображують як недостатньо сучасних, а з іншого як таких, що мали б «розуміти» молодших.

Baby Boomers і Silent реагують на стереотипи через призму поваги до віку та життєвого досвіду. Їх турбує знецінення їхнього покоління, особливо у форматах, де старші представлені як «смішні», «застарілі» або «відірвані від сучасності». Однак Silent часто намагається знайти у цих образах раціональне зерно й реагує менш конфліктно, що може бути пов'язано з їхньою культурною звичкою до стриманості.

Отже, медійні образи поколінь не є нейтральними вони активують різні реакції, залежно від поколінського досвіду. Молодші трактують їх як частину цифрової іронії, середні як культурне перебільшення, старші як загрозу повазі. Це створює основу для нерівномірного впливу медійних стереотипів на формування міжпоколінних уявлень.

Блок 3. Репрезентація міжпоколінного конфлікту

Покоління Z (17–25 років)

«У іграх старші кажуть: “Помовчи, малий”» (Р4, 22 р.).

«Це завжди було, просто зараз додали гумор» (Р5, 22 р.).

Для покоління Z конфлікт поколінь у соцмережах виглядає як частина «гри» та мемної культури. Молодь розглядає ці репрезентації не як загрозу чи атаку, а як елемент цифрового середовища, де перебільшення та жарт є нормою. Z схильні інтерпретувати конфлікт через призму іронії, вони вловлюють шаблони й архетипи, але не вкладають у них надмірного емоційного сенсу.

Покоління Y (26–35 років)

«Часто це перебільшені побутові ситуації» (Р11, 28 р.).

«Міжпоколінні жарти постійно зустрічаю у TikTok» (Р10, 32 р.).

Міленіали сприймають міжпоколінний конфлікт у соцмережах як культурний продукт, де реальність змішується з постановочністю. Вони розуміють, що алгоритмічні тренди часто підсилюють певні теми, і тому ставляться до таких репрезентацій скоріше аналітично, ніж емоційно.

Покоління X (36–45 років)

«Було відео про вагітну в черзі…» (Р3, 43 р.).

«Перебільшені для гумору» (Р1, 42 р.).

Для покоління X міжпоколінні конфлікти у соцмережах виглядають найбільш реалістично. Хоча вони розуміють гумористичний характер контенту, саме X частіше бачить у ньому схожість із реальними ситуаціями, що трапляються у побуті. Вони схильні інтерпретувати цей контент не тільки як розвагу, а як відображення соціальної напруги між «традиційністю» та «новим мисленням».

Baby Boomers (46–60 років)

«Показують, що старші не розуміють молодь» (Р15, 47 р.).

Boomers сприймають міжпоколінний конфлікт у соцмережах як стигматизаційний. Для них це не просто гумор чи мем, а форма зображення, яка підкреслює нібито «нездатність» старших адаптуватися до сучасності. Вони сприймають такі відео як спробу викривити їхній образ і знизити соціальний статус.

Мовчазне покоління (60+)

«Не подобається, коли висміюють зовнішність» (Р2, 70 р.).

«Здебільшого через жарти і меми… Це швидше гумор, ніж конфлікт» (Р13, 63 р.).

«Є реальні культурні відмінності, але медіа підсилюють їх для комічного ефекту» (Р13, 63 р.).

Старші трактують репрезентацію конфлікту як змішання гумору та перебільшень, але водночас вони чіткіше за інші покоління відчувають межу між іронією та висміюванням. Для них висміювання зовнішності, манер чи поведінки переходить з гумору у сферу неповаги. Водночас вони визнають, що частина конфлікту є реальністю, але саме медіа «надувають» його до рівня комічності.

Аналіз репрезентацій конфлікту поколінь у соцмережах вказує на те, що сам конфлікт формується значною мірою медійно, а не реалістично. Покоління Z бачить його як частину гумору, ігрового контенту та мемної культури. Для них конфлікт це сюжет, у якому перебільшення є природною характеристикою. Вони не сприймають такі сцени як відображення реальних відносин, тому дистанціюються від драматизації.

Міленіали також сприймають конфлікт як культурну інтерпретацію реальності, але водночас відзначають, що деякі сюжети мають під собою реальний ґрунт. Для них конфлікт це швидше спосіб проговорити напруженість, а не створити її.

Покоління X і Boomers сприймають такі сюжети значно серйозніше. Для них міжпоколінні скетчі й меми відтворюють певні соціальні відносини, а не просто комедійний формат. Вони бачать у контенті критику або перебільшення, що знецінює їхню роль і досвід у суспільстві. Саме X і Boomers сприймають медійну версію конфлікту найбільш «буквально», оскільки для них вона перегукується з реальними ситуаціями нерозуміння між віковими групами.

Мовчазне покоління акцентує на тому, що гумор може бути доречним, але лише до моменту, коли він не переходить межу між жартом і неповагою.

Таким чином, конфлікт поколінь у медіа це не стільки опис реальності, скільки її емоційна й комедійна інтерпретація. Він виконує функцію культурного механізму, що дозволяє молодшим поколінням висловлювати свою позицію, а старшим відчувати тиск соціальних змін. Цей різний погляд і є основою медійної напруги.

Блок 4. Емоційне сприйняття контенту

Покоління Z (17–25 років)

«Переважно смішно, інколи дратує» (P4, 22 р.).

«Сміх і легке роздратування» (P5, 22 р.).

Покоління Z демонструє відносно стійке й легке емоційне ставлення до гумористичного контенту. Для них сміх це природна реакція на меми, а роздратування з'являється лише тоді, коли стереотипи переходять межу повторюваності або надмірного узагальнення. Z сприймають гумор як частину цифрової культури, тому негативні емоції не домінують.

Покоління Y (26–35 років)

«Можу посміятися, але іноді є дискомфорт» (P11, 28 р.).

Для міленіалів характерна змішана емоційність сміх і дистанція поєднуються з певним дискомфортом. Вони здатні одночасно аналізувати контент і реагувати на нього емоційно, що виявляється у легкому внутрішньому конфлікті, розуміння жанрової природи гумору не скасовує впливу стереотипів на самооцінку.

Покоління X (36–45 років)

«Такі ролики викликають напругу» (P3, 43 р.).

«Неприємно, коли нас зображають несучасними» (P1, 42 р.).

Покоління X проявляє найвищий рівень напруженості у сприйнятті міжпоколінного гумору. Цей контент для них часто торкається професійної та особистої ідентичності особливо теми сучасності й компетентності. Гумор легко перетворюється на подразник, оскільки X сприймають зображення як можливий осуд або знецінення їхнього досвіду.

Baby Boomers (46–60 років)

«Іноді смішно, іноді дратує» (Р12, 50 р.).

Boomers демонструють амбівалентну реакцію з одного боку, вони здатні оцінити гумор, з іншого відчувають певне роздратування, коли контент зображає їхню групу як «повільну», «некомпетентну» або надмірно традиційну. Їхнє емоційне реагування залежить від межі поваги гумор можливий, але не тоді, коли він перетворюється на висміювання.

Мовчазне покоління (60+)

«Може викликати і сміх, і сльози» (Р2, 70 р.).

«Здебільшого сміх і легке роздратування…» (Р13, 63 р.).

«Іноді контент допомагає задуматися, чому ми такі різні» (Р13, 63 р.).

Старше покоління має найбільш складну, багатошарову емоційну реакцію. Вони можуть одночасно сміятися й засмучуватися, бо цей контент для них стосується не просто гумору, а статусу, поваги та життєвого досвіду. Для них гумор стає способом порушити болючі теми без прямого конфлікту, але він також може викликати сум або відчуття нерозуміння з боку молодших.

Емоційні реакції на контент про покоління розкривають глибокі відмінності у поколінській чутливості. Покоління Z та Y сприймають такі матеріали як частину повсякденної інтернет-культури меми, іронічні відео, перебільшення для гумору. Для них сміх це форма дистанціювання та спосіб подолати можливе напруження.

Покоління X переживає такі матеріали значно складніше, оскільки часто опиняється в центрі критичних порівнянь. Їхня емоційна реакція це водночас результат більш високої відповідальності в соціальній структурі й внутрішнього відчуття тиску.

Baby Boomers та Silent реагують на подібний контент через призму моральних і соціальних норм, які формувалися до цифрової епохи. Їхня вразливість пояснюється тим, що такі матеріали не лише сміються над стереотипами, але й ставлять під питання значущість та авторитет старших.

Загалом, емоційне сприйняття контенту про конфлікт поколінь ілюструє ієрархію терпимості до гумору найвища вона у молодших, найнижча у старших.

Це важливо, оскільки пояснює, чому один і той самий матеріал може бути одночасно «смішним» для однієї групи і «образливим» для іншої.

Блок 5. Вплив соціальних медіа на взаєморозуміння поколінь та пропозиції щодо покращення контенту

Покоління Z (17–25 років)

«Допомагає зрозуміти старших» (P4, 22 р.).

«Може як допомагати, так і поглиблювати конфлікти» (P5, 22 р.).

«Іноді контент навпаки розпалює суперечки, бо молодь і старші бачать одне й те саме по-різному» (P7, 19 р.).

Для покоління Z соціальні медіа є водночас засобом зближення й потенційним джерелом непорозумінь. Молоді респонденти визнають, що платформи дозволяють побачити досвід старших у доступній, актуальній формі, проте водночас можуть сприяти появі конфліктів через різні інтерпретаційні рамки. Вони бачать соцмережі як простір діалогу, але усвідомлює ризики алгоритмічної поляризації.

Покоління Y (26–35 років)

«Показують різні точки зору» (P11, 28 р.).

«Соцмережі можуть зближувати, якщо подавати контент уважно до обох сторін» (P9, 30 р.).

«Залежить від культури комунікації людей, не від самих платформ» (P10, 32 р.).

Міленіали підкреслюють двосторонню природу соцмереж вони можуть сприяти діалогу, але лише за умови відповідальної подачі контенту. Y схильні до рефлексії та вважають, що загострення конфліктів виникає не стільки через платформи, скільки через спосіб мислення й емоційність користувачів. Вони висловлюють професійний і соціальний інтерес до покращення комунікації між поколіннями через якісний контент.

Покоління X (36–45 років)

«Переважно негативно, бо алгоритми підсилюють погляди» (P3, 43 р.).

«Люди часто сприймають усе буквально, через це і виникають конфлікти» (Р1, 42 р.).

«Якщо контент зроблено з повагою, він може давати користь» (Р6, 43 р.).

Для цієї групи соцмережі є інструментом, що може як полегшувати, так і погіршувати взаєморозуміння залежно від того, як працюють алгоритми й як люди інтерпретують побачене. Покоління Х найбільше звертає увагу на механізми медіа та на інформаційні «фільтри», які формують бульбашки думок та підсилюють конфлікт. Водночас Х визнає потенціал медіа як засобу комунікації за умови поваги та збалансованості.

Baby Boomers (46–60 років)

«Потрібно більше спільних проєктів» (Р15, 47 р.).

«Контент має показувати не конфлікт, а співпрацю» (Р12, 50 р.).

Представники Boomers прагнуть не розділення, а конструктивності. Вони наголошують на важливості створення спільного корисного простору для взаємодії поколінь. Цю групу турбує тенденція соцмереж до драматизації конфліктів, і вони пропонують збільшити частку контенту, який демонструє співпрацю, спільні цінності, підтримку та взаємоповагу.

Мовчазне покоління (60+)

«Можна краще зрозуміти молодь» (Р2, 70 р.).

«Показувати реальні приклади взаємодії, де молодь і старші разом вирішують проблеми» (Р13, 63 р.).

«Контент має демонструвати повагу та співпрацю» (Р13, 63 р.).

«Гумор допомагає, але важлива міра» (Р8, 71 р.).

Старші респонденти відзначають, що соціальні медіа можуть бути ефективним містком між поколіннями, але лише за умови балансу поваги й гумору. Вони наголошують, що позитивний контент той, що визнає цінність обох груп, не висміює відмінності, а показує реальні історії взаємодії. Вони більше, ніж інші покоління, підкреслюють моральний аспект та ціннісну складову взаєморозуміння.

Погляди респондентів на вплив соціальних медіа на взаєморозуміння між поколіннями демонструють складну, неоднорідну картину. Молодші покоління (Z і Y) схильні бачити в соцмережах інструмент діалогу, вони підкреслюють можливість доступу до різних точок зору і швидкого обміну досвідом між поколіннями. Для них соцмережі це спосіб «побачити світ інших».

Покоління X висловлює стриманіший погляд, підкреслюючи ризики алгоритмічної замкненості та підсилення стереотипів. Вони бачать у соцмережах потенціал для як налагодження діалогу, так і загострення непорозумінь.

Baby Boomers акцентують на необхідності позитивних медіапрактик: спільні проєкти, зменшення узагальнень, доброзичливість. Вони бачать, що соцмережі можуть зближувати, але лише при дотриманні певної медійної етики.

Мовчазне розглядає соцмережі як можливість кращого розуміння молоді, але також підкреслює потребу у пом’якшеному, адаптованому контенті.

Отже, соцмережі не мають однозначного впливу на міжпоколінне порозуміння вони можуть і зближувати, і віддаляти. Все залежить від того, які смисли, інтонації та формати домінують у цифровому середовищі. Водночас усі покоління сходяться на тому, що покращення діалогу можливе лише за умови емпатії, зменшення стереотипів та створення контенту, що показує співпрацю, а не конфронтацію.

Таким чином, аналіз інтерв’ю показав, що соціальні мережі є не просто технічним середовищем, а особливою культурною ареною, де кожне покоління вибудовує власний спосіб бачення себе й інших. Медіаспоживання, інтерпретація образів, емоційні реакції та оцінка міжпоколінного контенту формуються під впливом поколінської соціалізації, рівня цифрової компетентності, досвіду та культурних норм, характерних для кожної групи. Молодші покоління (Z і Y) схильні сприймати міжпоколінні сюжети як частину гумору та мемної культури, що знижує напруження та сприяє самоіронії. Їхнє ставлення до стереотипів є гнучкішим, а межі допустимого ширшими. Середні покоління (X) відчувають себе між двома цифровими світами традиційним та сучасним. Вони найчастіше фіксують напругу між поколіннями, оскільки

переживають тиск як з боку старших, так і з боку молодших. Старші покоління (Boomers і Silent) інтерпретують медійні образи крізь призму поваги, авторитету та моральних норм. Для них перебільшення часто є принизливим і таким, що порушує звичні соціальні рамки. Попри відмінності, всі групи визнають, що між поколіннями більше спільного, ніж здається під впливом медійних штампів. Соціальні мережі можуть бути не лише джерелом непорозуміння, а й потужним ресурсом для взаємного пізнання, за умови зменшення стереотипів та розвитком емпатійного контенту.

3.3. Рекомендації щодо вдосконалення міжпоколінного діалогу в соціальних медіа

Результати проведених інтерв'ю показали, що міжпоколінні непорозуміння в соціальних медіа виникають не стільки через вікову різницю, скільки через різні досвіди цифрової соціалізації, відмінні медіапрактики, нерівномірний рівень цифрової компетентності та різні способи емоційного реагування. Старші респонденти часто пояснювали, що їхня взаємодія з соціальними мережами є переважно інформаційно орієнтованою: «Найчастіше переглядаю новини та слідкую за перебігом подій» (Р2, 70 р.); «У Facebook читаю новини, групові обговорення, іноді меми» (Р13, 63 р.). Натомість молодші користувачі відзначали, що обирають динамічний та візуально насичений контент: «TikTok подобається тим, що там багато життєвого та реалістичного контенту» (Р5, 22 р.). Саме ці відмінності стають основою для виникнення непорозумінь у спільному цифровому просторі, що й зумовлює потребу у формуванні адресних рекомендацій для користувачів, адміністраторів платформ, системи освіти, органів влади та громадського сектору.

Для користувачів соціальних медіа ключовим завданням є розвиток цифрової емпатії та культури поваги. Інтерв'ю показали, що гумористичний контент, який молодші сприймають як легку розвагу «Переважно смішно, інколи дратує» (Р4, 22 р.), старші можуть переживати значно глибше: «Іноді смішно, а

іноді аж до сліз…» (Р2, 70 р.). Такі реакції демонструють, що гумор у цифровому середовищі не є універсальним кодом і може по-різному інтерпретуватися залежно від покоління. Молоді респонденти іноді відзначали також відчуття несправедливості: «Не подобається, коли нашому поколінню приписують безвідповідальність» (Р5, 22 р.), тоді як старші говорили про знецінення їхньої компетентності: «Наш вік показують як повільних, консервативних, що важко пристосовуються до змін» (Р13, 63 р.). Важливою стає також культура відповідального поширення контенту респонденти різного віку підкреслювали, що меми та відео нерідко «показують крайності» (Р13, 63 р.) або «перебільшені, хоч і мають частку правди» (Р11, 28 р.). Формування звички перевіряти інформацію, уникати узагальнень і заохочувати позитивні приклади взаємодії сприятиме більш інклюзивному цифровому середовищу.

Значущу роль у покращенні міжпоколінного діалогу відіграють адміністратори соціальних платформ. Декілька респондентів зауважили, що алгоритми посилюють ефект «інформаційної бульбашки»: «Переважно негативно, бо алгоритми підсилюють уже існуючі погляди» (Р3, 43 р.). Це ускладнює взаєморозуміння, оскільки користувачі різних поколінь бачать контент, який лише підтверджує їхні власні уявлення. Платформи могли б включати алгоритми «різновікової видимості», завдяки яким користувачі частіше бачитимуть матеріали, створені людьми різного віку. Також доцільним є удосконалення політик щодо модерації контенту, який містить ознаки упередженого ставлення, старші респонденти неодноразово зазначали, що «старших показують як тих, хто не розуміє молодь» (Р15, 47 р.), а молодші, що «старших зображають із радянським мисленням» (Р4, 22 р.). Якщо платформи реагують на hate speech, чи дизінформацію аналогічні механізми можуть бути застосовані й щодо вікової дискримінації.

Система освіти має потенціал стати одним із головних ресурсів зменшення міжпоколінної напруги. Молодші респонденти частіше демонстрували розуміння цифрових алгоритмів та медійних механізмів, тоді як старші відчували

невпевненість у користуванні новими інструментами: «В основному переглядаю. Лайки ставлю рідко, коментарі майже не пишу» (Р13, 63 р.). Формальна освіта може включати модулі з цифрової етики, розпізнавання маніпуляцій, критичного мислення та аналізу медіаконтенту. Неформальна освіта здатна доповнити формальну, пропонуючи міжпоколінні проєкти, коли молодь допомагає старшим опанувати технології, а старші передають життєвий та професійний досвід. Це не лише зменшує цифрову нерівність, а й сприяє відчуттю взаємної цінності.

Органи влади та місцевого самоврядування, що ведуть офіційні сторінки в соціальних мережах, також можуть підсилити міжпоколінне порозуміння. Інтерв'ю показали, що різні покоління по-різному сприймають формати комунікації, молодь активніше взаємодіє з короткими відео, «Міжпоколінні жарти постійно зустрічаю у TikTok» (Р10, 32 р.), тоді як старші віддають перевагу структурованим повідомленням та новинам: «Здебільшого Facebook і Telegram. Іноді YouTube для довших відео та новин» (Р13, 63 р.). Тому офіційна комунікація має бути багатоформатною та орієнтованою на різні групи, текстові пости, інфографіка, відеозвернення, пояснювальні матеріали. Важливо також уникати мовних конструкцій, що можуть відтворювати вікові упередження, та висвітлювати історії успішної міжпоколінної співпраці.

Громадські організації мають можливість стати каталізаторами міжпоколінного діалогу. Саме вони можуть організовувати простори взаємодії, де покоління не зіштовхуються в конфлікті, а працюють разом, і ця потреба чітко прозвучала в інтерв'ю: «Потрібно більше спільних проєктів» (Р15, 47 р.); «Показувати реальні приклади взаємодії, де молодь і старші разом вирішують проблеми» (Р13, 63 р.). Кампанії проти вікової дискримінації, тренінги з цифрової грамотності, медіашколи, створення спільного соціального контенту усе це сприятиме зменшенню стереотипізації та формуванню відчуття рівності у цифровому просторі.

Таким чином, рекомендації щодо вдосконалення міжпоколінного діалогу в соціальних медіа повинні охоплювати всі рівні взаємодії, від індивідуальної

поведінки користувачів до інституційних рішень цифрових платформ, освітніх закладів, органів влади та громадських організацій. Міжпоколінна взаємодія має потенціал стати ресурсом розвитку, якщо цифровий простір буде побудований на принципах поваги, інклюзивності та емпатії. Це добре резюмує позиція респондентки середнього віку: «Соцмережі допомагають навчатися одне в одного» (Р1, 42 р.). За умови підтримки з боку всіх учасників цифрової екосистеми соціальні медіа можуть не поглиблювати конфлікти, а сприяти їх усвідомленому подоланню.

В цьому розділі ми обґрунтували емпіричний метод дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа, який побудований на основі напівструктурованих глибинних інтерв'ю та програмно організованого збору даних, що створює міцну основу для аналізу репрезентації конфлікту поколінь у соціальних медіа, виявлення смислів та уявлень респондентів, а також оцінки впливу цифрового контенту на міжпоколінні стосунки.

Проаналізували результати соціологічного дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа, які є не просто технічним середовищем, а особливою культурною ареною, де кожне покоління вибудовує власний спосіб бачення себе й інших. Медіаспоживання, інтерпретація образів, емоційні реакції та оцінка міжпоколінного контенту формуються під впливом поколінської соціалізації, рівня цифрової компетентності, досвіду та культурних норм, характерних для кожної групи. Молодші покоління (Z і Y) схильні сприймати міжпоколінні сюжети як частину гумору та мемної культури, що знижує напруження та сприяє самоіронії. Їхнє ставлення до стереотипів є гнучкішим, а межі допустимого ширшими. Середні покоління (X) відчувають себе між двома цифровими світами традиційним та сучасним. Вони найчастіше фіксують напругу між поколіннями, оскільки переживають тиск як з боку старших, так і з боку молодших. Старші покоління (Boomers і Silent) інтерпретують медійні образи крізь призму поваги, авторитету та моральних норм. Для них перебільшення часто є принизливим і таким, що порушує звичні соціальні рамки. Попри відмінності, всі групи визнають, що між поколіннями більше спільного,

ніж здається під впливом медійних штампів. Соціальні мережі можуть бути не лише джерелом непорозуміння, а й потужним ресурсом для взаємного пізнання, за умови зменшення стереотипів та розвитком емпатійного контенту.

Надали рекомендації щодо вдосконалення міжпоколінного діалогу в соціальних медіа які повинні охоплювати всі рівні взаємодії, від індивідуальної поведінки користувачів до інституційних рішень цифрових платформ, освітніх закладів, органів влади та громадських організацій. Міжпоколінна взаємодія має потенціал стати ресурсом розвитку, якщо цифровий простір буде побудований на принципах поваги, інклюзивності та емпатії. Це добре резюмує позиція респондентки середнього віку: «Соцмережі допомагають навчатися одне в одного» (Р1, 42 р.). За умови підтримки з боку всіх учасників цифрової екосистеми соціальні медіа можуть не поглиблювати конфлікти, а сприяти їх усвідомленому подоланню.

ВИСНОВКИ

В результаті написання даної роботи ми можемо констатувати, що всі завдання виконані, мета досягнута. Для досягнення цієї мети ми виконали такі завдання як:

Уточнили основні поняття репрезентація конфлікту поколінь – це процес відображення та символічного конструювання суперечностей між поколіннями через дискурси, символи, наративи та культурні образи. Вона демонструє, що конфлікти між віковими групами виникають не у «чистому» вигляді, а формуються в соціальному та культурному контексті. Соціальні медіа виступають ключовим середовищем, у якому відбувається така репрезентація. Вони поєднують функції створення та споживання контенту, формування соціальних зв’язків і відображення суспільних настроїв. Через медіа суперечності між поколіннями набувають символічної форми, що впливає на суспільне сприйняття і може як посилювати, так і пом’якшувати протистояння між віковими групами. У межах цієї роботи «репрезентація конфлікту поколінь» розглядається як процес формування уявлень про суперечності між поколіннями, а «соціальні медіа» – як середовище, де ці процеси проявляються найбільш наочно. Уточнення цих понять дозволило нам чітко окреслити їх зміст і значення для дослідження, що створило основу для подальшого аналізу конфліктів поколінь у сучасному інформаційному просторі.

Дослідили генезу соціологічного дослідження репрезентації конфлікта поколінь в соціальних медіа, яка демонструє еволюцію від класичних концепцій К. Маннгайма, Т. Парсонса та Л. Козера, через функціоналістські та конфліктологічні теорії до сучасних цифрових підходів. Соціальні медіа не лише відображають конфлікти між поколіннями, але й стають інструментом їхньої символічної репрезентації, простором для вироблення нових смислів та моделей взаємодії. Це підкреслює, що конфлікти між поколіннями є природною складовою соціальної динаміки, стимулюють розвиток суспільства та створюють

потенціал для формування нових моделей соціальної взаємодії, співпраці та взаєморозуміння.

Проаналізували методологічні принципи і підходи дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа яке демонструє, що цей феномен є багаторівневим і багатоплановим. Поєднання принципів історизму, соціокультурної детермінації, системності та міждисциплінарності дозволяє враховувати як історичні та культурні умови виникнення конфлікту, так і особливості цифрового середовища, у якому він проявляється. Використання структурно-функціонального, конфліктологічного, символічного, дискурсивного та медіасоціологічного підходів забезпечує комплексний аналіз суперечностей між поколіннями на макро- та мікрорівнях, а також дозволяє простежити механізми їхньої репрезентації в онлайн-комунікаціях. У результаті соціальні медіа постають не просто каналом передачі інформації, а активним простором, де формуються нові соціальні практики, ідентичності та культурні значення, а конфлікт поколінь стає як віддзеркаленням, так і стимулом соціальних трансформацій. Застосування глибинного напівструктурованого інтерв'ю дозволяє підтвердити та конкретизувати ці висновки на основі реальних досвідів користувачів різних поколінь, показуючи, як вони сприймають і репрезентують суперечності у цифровому середовищі. Таким чином, поєднання теоретичного аналізу та емпіричних даних забезпечує комплексне та багатовимірне розуміння феномену конфлікту поколінь у соціальних медіа.

Розглянули соціологічні контексти феномену конфлікту поколінь які показують, що цей феномен є результатом взаємодії історичних умов, культурних кодів, соціальних ролей та ціннісних орієнтацій. Конфлікти проявляються як у традиційних сферах життя – сім'ї, освіті, роботі, так і у цифровому просторі, де медіа виступають ареною публічної дискусії та символічної репрезентації. Соціологічні концепції К. Маннгайма, Р. Інглхарта, З. Баумана, Дж. Томпсона і українських дослідників Н. Паніної, Є. Головахи підкреслюють, що суперечності між поколіннями виконують конструктивну роль, сприяючи соціальній динаміці, адаптації та трансформації суспільних

норм. В умовах цифровізації конфлікт набуває нових форм прояву, стаючи видимим у публічному дискурсі та культурних практиках, що створює основу для його репрезентації у соціальних медіа.

Визначили соціальні медіа як канал масової комунікації у якому соціальні медіа є не просто каналом передачі інформації, а активним середовищем масової комунікації, де відбувається символічне конструювання конфлікту поколінь. Вони дозволяють як відображати вже існуючі суперечності, так і формувати нові культурні наративи та моделі взаємодії між віковими групами, стаючи ключовим елементом сучасної соціальної динаміки.

З'ясували особливості репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа які не лише відображають конфлікт поколінь, але й стають активним середовищем його конструювання та посилення, впливаючи на формування культурних наративів, символічних кордонів і соціальних очікувань між віковими групами.

Обґрунтували емпіричне дослідження, яке побудоване на основі напівструктурованих глибинних інтерв'ю та програмно організованого збору даних, що створює міцну основу для аналізу репрезентації конфлікту поколінь у соціальних медіа, виявлення смислів та уявлень респондентів, а також оцінки впливу цифрового контенту на міжпоколінні стосунки.

Проаналізували результати соціологічного дослідження репрезентації конфлікту поколінь в соціальних медіа, які є не просто технічним середовищем, а особливою культурною ареною, де кожне покоління вибудовує власний спосіб бачення себе й інших. Медіаспоживання, інтерпретація образів, емоційні реакції та оцінка міжпоколінного контенту формуються під впливом поколінської соціалізації, рівня цифрової компетентності, досвіду та культурних норм, характерних для кожної групи. Молодші покоління (Z і Y) схильні сприймати міжпоколінні сюжети як частину гумору та мемної культури, що знижує напруження та сприяє самоіронії. Їхнє ставлення до стереотипів є гнучкішим, а межі допустимого ширшими. Середні покоління (X) відчувають себе між двома цифровими світами традиційним та сучасним. Вони найчастіше фіксують

напругу між поколіннями, оскільки переживають тиск як з боку старших, так і з боку молодших. Старші покоління (Boomers і Silent) інтерпретують медійні образи крізь призму поваги, авторитету та моральних норм. Для них перебільшення часто є принизливим і таким, що порушує звичні соціальні рамки. Попри відмінності, всі групи визнають, що між поколіннями більше спільного, ніж здається під впливом медійних штампів. Соціальні мережі можуть бути не лише джерелом непорозуміння, а й потужним ресурсом для взаємного пізнання, за умови зменшення стереотипів та розвитком емпатійного контенту.

Надали рекомендації щодо вдосконалення міжпоколінного діалогу в соціальних медіа які повинні охоплювати всі рівні взаємодії, від індивідуальної поведінки користувачів до інституційних рішень цифрових платформ, освітніх закладів, органів влади та громадських організацій. Міжпоколінна взаємодія має потенціал стати ресурсом розвитку, якщо цифровий простір буде побудований на принципах поваги, інклюзивності та емпатії. Це добре резюмує позиція респондентки середнього віку: «Соцмережі допомагають навчатися одне в одного» (Р1, 42 р.). За умови підтримки з боку всіх учасників цифрової екосистеми соціальні медіа можуть не поглиблювати конфлікти, а сприяти їх усвідомленому подоланню.

Отже, тема дипломної роботи «Репрезентація конфлікта поколінь в соціальних медіа» є актуальною в наш час. У дослідженні було розкрито всі розділи та підрозділи, які містять ґрунтовний теоретичний матеріал, результати емпіричного аналізу та науково обґрунтовані висновки. Подальші дослідження та розповсюдження цієї теми в маси буде сприяти глибшому розумінню природи міжпоколінних взаємодій, формуванню культури толерантності у цифровому середовищі та розвитку конструктивного діалогу між представниками різних вікових груп. Отримані результати можуть бути корисними для науковців, освітян, медіапрактиків і всіх, хто цікавиться особливостями комунікації в сучасному суспільстві, а також слугувати підґрунтям для подальших наукових розвідок і практичних ініціатив у сфері медіаграмотності та цифрової культури.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Hall S. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. London : SAGE, 1997. 560 p.

2. Mannheim K. The Problem of Generations. Essays on the Sociology of Knowledge. Routledge, 1952. 250 p.

3. Twenge J. M. Generation Me. New York: Atria Books, 2006. 320 p.

4. Козловець О. Покоління як соціально-культурний феномен. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2016. 198 с.

5. Паніна Н. Соціологія конфлікту. Київ : Інститут соціології НАН України, 2008. 245 с.

6. Шульга Н. Соціальні медіа як новий тип комунікації. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2017. №3. С. 56–68.

7. Boyd D., Ellison N. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007. Vol. 13(1). P. 210–230.

8. Іванов В. Медіа та суспільство: нові комунікаційні виклики. Київ : Академія української преси, 2019. 312 с.

9. Найдьонова Л. Психологія масових комунікацій. Київ : Міленіум, 2015. 278 с.

10. Plato. The Republic (A. Bloom, Trans.). New York : Basic Books, 1997. 416 p.

11. Aristotle. Nicomachean Ethics (T. Irwin, Trans.). Indianapolis : Hackett Publishing, 1999. 432 p.

12. Parsons T. The Social System. New York : Free Press, 1951. 480 p.

13. Merton R. Social Theory and Social Structure. New York : The Free Press, 1968. 632 p.

14. Coser L. The Functions of Social Conflict. Glencoe : The Free Press, 1956. 217 p.

15. Dahrendorf R. Class and Class Conflict in Industrial Society. Stanford : Stanford University Press, 1959. 190 p.

16. Williams A. Ok Boomer: The Viral Meme and Generational Politics. *The New York Times*, 2020.

17. Bauman Z. Liquid Modernity. Cambridge : Polity Press, 2000. 192 p.

18. Castells M. Communication Power. Oxford : Oxford University Press, 2009. 384 p.

19. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері публічності: дослідження категорії буржуазного суспільства. Київ : Основи, 2000. 320 с.

20. Бурдьє П. Соціологія політики. Київ : Основи, 1994. 288 с.

21. Фуко М. Наглядати і карати: народження в’язниці. Київ : Основи, 1998. 256 с.

22. Castells M. The Rise of the Network Society. – 2nd ed. – Malden, MA : Blackwell, 1996. 597 p.

23. Латур Б. Перескладання соціального: введення в акторно-мережеву теорію. Київ : Дух і літера, 2020. 348 с.

24. Туленков М. В. Соціологія: підручник. Кременчук : КДПУ ім. М. Остроградського, 2020. 142 с.

25. Головаха Є. І. Соціальні зміни і сучасна українська ідентичність. Київ : Інститут соціології НАН України, 2010. 272 с.

26. Лепський М. А. Якісні методи соціального прогнозування: методологія, методика, практика. Запоріжжя : КСК-Альянс, 2016. 440 с.

27. Лепський М. А. Біографічний метод: конструктор дизайну методології дослідження. Запоріжжя : ЦНСД, 2025. 456 с.

28. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*. 2001. Vol. 9(5). P. 1–6.

29. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Київ : Інститут соціології НАН України, 2022. 428 с.

30. Єрьоменко О. М. Поколіннєві відмінності цінностей та соціальних орієнтацій в українському суспільстві. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін*. Київ : ІС НАН України, 2020. С. 145–161.

31. Mannheim K. Ideology and Utopia. London : Routledge, 1928. 360 p.

32. Boyd D. It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. New Haven : Yale University Press, 2014. 304 p.

33. Parsons T. Structure and Process in Modern Societies. Glencoe : Free Press, 1960. 498 p.

34. Mead G. H. Mind, Self, and Society. Chicago : University of Chicago Press, 1934. 467 p.

35. Foucault M. The Archaeology of Knowledge. London : Routledge, 1972. 296 p.

36. Inglehart R. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies. Princeton : Princeton University Press, 1997. 464 p.

37. Thompson J. B. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Stanford : Stanford University Press, 1995. 352 p.

38. Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., boyd, D., Cody, R., Herr-Stephenson, B., … Tripp, L. Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media. Cambridge, MA : MIT Press, 2010. 360 p.

39. Livingstone, S., & Brake, D. R. On the rapid rise of social networking sites: New findings and policy implications. *Children & Society*. 2010. Vol. 24, No. 1. P. 75–83.

40. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: NYU Press, 2006. 336 p.

41. Giddens A. Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. Cambridge : Polity Press, 1991. 320 p.

42. Паніна Н. Соціальні зміни і цінності українського суспільства. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2005. №3. С. 23–41.

43. Beck U. Risk Society: Towards a New Modernity. London : Sage, 1992. 212 p.

44. Mead M. Culture and Commitment: A Study of the Generation Gap. New York : Natural History Press, 1970. 288 p.

45. Greenfield P. M. Linking Social Change and Developmental Change: Shifting Pathways of Human Development. *Developmental Psychology*. 2009. Vol. 45(2). P. 401–418.

46. Головаха Є. І., Паніна Н. В. Українське суспільство: двадцять років незалежності (соціологічний моніторинг 1992–2012). Київ : Інститут соціології НАН України, 2012. 428 с.

47. Чорна О. «Опора»: Основним джерелом інформації майже 80% українців є соціальні мережі. Інфопростір. 2023. URL : https://detector.media/infospace/article/213998/2023-07-10-opora-osnovnym-dzherelom-informatsii-mayzhe-80-ukraintsiv-ie-sotsialni-merezhi/ (дата звернення: 12.09.2025).

48. Turkle S. Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. New York : Basic Books, 2011. 360 p.

49. Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. New York : Penguin Press, 2011. 294 p.

50. Kietzmann J.H., Hermkens K., McCarthy I.P., Silvestre B.S. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*. 2011. Vol. 54, №3. P. 241–251.

51. Tuten T., Solomon M. Social Media Marketing. 4th ed. Thousand Oaks : Sage Publications, 2022. 432 p.

52. Turkle S. Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age. New York : Penguin Press, 2016. 436 p.

53. Furlong A., Cartmel F. Young People and Social Change: New Perspectives. Maidenhead : Open University Press, 2012. 184 p.

54. Couldry N., Hepp A. The Mediated Construction of Reality. Cambridge : Polity Press, 2017. 256 p.

55. Howe N. Generations : The History of America’s Future, 1584–2069. New York : William Morrow & Company, 1991. 538 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Програма соціологічного дослідження напівструктурованого інтерв'ю на тему «Репрезентація конфлікта поколінь в соціальних медіа»

І. Методологічний розділ

1. Актуальність дослідження

У сучасному інформаційному суспільстві соціальні медіа стали головним простором комунікації між людьми різного віку. Вони не лише виконують функцію обміну інформацією, а й формують уявлення про соціальні ролі, цінності та норми поведінки. Водночас саме в онлайн-просторі дедалі частіше проявляється конфлікт поколінь, суперечності між молоддю та старшими людьми щодо поглядів, стилю життя, медіаспоживання та використання цифрових технологій. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, TikTok, X (Twitter), стали аренами, де міжпоколіннєві відмінності отримують візуальну, текстову й символічну репрезентацію. Мемна культура, коментарі, пости й відео нерідко відтворюють стереотипи про «старших» і «молодших», що посилює соціальну дистанцію. Водночас соціальні медіа мають потенціал бути простором взаєморозуміння, діалогу й ресоціалізації поколінь.

2. Ступінь наукової розробленості проблеми

У цифровому середовищі зростає репрезентативна роль соціальних медіа, в яких взаємодія представників різних поколінь стала постійною та невід'ємною частиною соціального повсякденного життя. При цьому ціннісні орієнтири, культурний досвід і комунікативні звички різних вікових груп значно відрізняються. У соціальних медіа ці відмінності часто виявляються у формі суперечок, саркастичних коментарів, мемів і навіть масових «онлайн-баталій». Наприклад, обговорення актуальних тем у Facebook чи TikTok може швидко перерости у міжпоколіннєвий конфлікт. Молодь критикує старших за «застарілий світогляд» та «нездатність адаптуватися до сучасності», тоді як старші користувачі звинувачують молоде покоління у «безвідповідальності» та

«поверхневості». Ефект анонімності та швидке поширення контенту призводять до того, що навіть дрібні непорозуміння набувають масштабів масової дискусії. Подібні ситуації створюють середовище, у якому негативні стереотипи лише посилюються, а спроби діалогу замінюються взаємними звинуваченнями. У результаті соціальні медіа, які потенційно можуть бути інструментом для обміну досвідом та налагодження взаєморозуміння, перетворюються на майданчик загострення міжпоколіннєвої напруги. Таким чином, виникає потреба у комплексному аналізі того, як саме конфлікт поколінь репрезентується у цифровому просторі, які наративи і візуальні образи формують уявлення про «своє» та «чуже» покоління, а також у визначенні можливих шляхів перетворення соціальних медіа на платформу конструктивної комунікації.

3. Об’єкт, предмет, мета, завдання

Об’єктом дослідження є представники різних поколінь як учасники онлайн-комунікації та користувачі соціальних медіа.

Предметом дослідження є ставлення представників різних поколінь до репрезентації конфлікту поколінь у соціальних медіа.

Метою дослідження є визначення тенденції репрезентації конфлікту поколінь у соціальних медіа у сприйнятті цього явища представниками різних вікових груп.

Основні завдання дослідження:

- Визначити, які образи, наративи, жарти, меми та дискурси пов’язані з міжпоколінним конфліктом у соцмережах.
- Виявити, як різні покоління інтерпретують конфліктні та конструктивні форми взаємодії.
- Встановити емоційні реакції та ставлення респондентів до цього явища.
- З’ясувати, які види контенту можуть посилювати або зменшувати міжпоколінну напругу.

4. Теоретична інтерпретація основних понять

Покоління – це соціально-комунікативна спільність людей, об’єднана спільним історико-культурним досвідом, медіа-середовищем соціалізації, домінантними цінностями та цифровими практиками, що впливають на їхні способи комунікації та самопрезентації у соціальних медіа.

Типи поколінь – це класифікаційні групи, які розрізняються за характерними цифровими компетенціями, стилями онлайн-комунікації, медіа-поведінкою, ціннісними орієнтирами та способами інтерпретації соціальної реальності, що відображаються у контенті та взаємодії в соціальних медіа.

Репрезентація конфлікту поколінь – це процес відображення та символічного конструювання суперечностей між поколіннями через дискурси, символи, наративи та культурні образи.

Соціальні медіа – це цифрові платформи для створення, обміну та споживання контенту Facebook, Instagram, TikTok, X, YouTube тощо, які забезпечують інтерактивну комунікацію користувачів.

Конфлікт – це комунікативне протистояння, що виникає через несумісність інтересів, поглядів, цінностей або інтерпретацій соціальної реальності та проявляється у вербальних чи невербальних формах взаємодії, зокрема у просторі соціальних медіа.

Типи конфлікту – це різновиди міжпоколінних суперечностей, що проявляються у соціальних медіа та розрізняються за змістом, джерелами виникнення та формами комунікаційного вираження, відображаючи особливості ціннісних, когнітивних, комунікативних та ідентичнісних протиріч між представниками різних поколінь у цифровому середовищі.

ІІ. Методичний розділ

1. Тип дослідження та загальний дизайн

Дослідження має якісний, описово-інтерпретативний характер із елементами змістовного аналізу. Реалізується у кілька етапів:

Підготовчий етап – уточнення об’єкта й предмета, розробка гайду інтерв’ю та структури тематичних блоків.

Пілотаж – проведення кількох пробних індивідуальних онлайн інтерв’ю для перевірки зрозумілості завдань, часу, адекватності формулювань.

Польовий етап – основний збір даних, проведення індивідуальних онлайн-інтерв’ю за допомогою платформи Zoom, з фіксацією ключових цитат та тез (за згодою можливий аудіозапис).

Аналітичний етап – транскрибування інтерв’ю (повне або часткове з виокремленням змістових фрагментів), кодування, формування висновків.

Підсумковий етап – підготовка результатів та формулювання рекомендацій.

Метод та інструментарій збору даних

Основний метод: глибинне напівструктуроване інтерв’ю.

Інструмент: інтерв’ю-гайд

Основні блоки:

Вступні питання: коротка інформація про респондента (вік, стать, статус – студент/працюючий)

Загальні питання про соціальні медіа:

Якими соцмережами ви користуєтесь найчастіше? Який контент привертає вашу увагу?

Сприйняття поколінь у соціальних медіа:

Чи помічаєте ви контент, який стосується різних поколінь? Які образи або жарти про покоління зустрічали?

Репрезентація конфлікту:

Як, на вашу думку, у соцмережах проявляється конфлікт поколінь? Які ситуації здаються вам конфліктними?

Емоційне сприйняття:

Які емоції у вас викликає такий контент? Чи вважаєте ви такий контент шкідливим або корисним?

Рефлексія і пропозиції:

Як би можна було зменшити міжпоколінну напругу в соцмережах? Чи є контент, що об'єднує покоління?

2. Вибірка дослідження

2.1 Генеральна сукупність

Генеральною сукупністю в рамках дослідження є користувачі соціальних медіа різних поколінь, що проживають на території України та активно взаємодіють із цифровим контентом у соціальних мережах таких як : Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, Telegram, X **(Twitter).**

До генеральної сукупності належать особи, які мають доступ до інтернету і будь-якої з популярних соціальних мереж, регулярно споживають або переглядають контент у соцмережах (не менше 3 разів на тиждень), належать до певної вікової групи згідно з теорією поколінь Ніла Хоува та Вільяма Штрауса.

Вікові групи у вибірці:

Покоління Z — 17–25 років;

Покоління Y (міленіали) — 26–35 років;

Покоління X — 36–45 років;

Baby Boomers — 46–60 років;

Мовчазне покоління — 60+ років.

Одиницею спостереження в дослідженні є окрема людина, яка відповідає таким критеріям:

- є активним або регулярним користувачем соціальних медіа;
- належить до однієї з визначених вікових груп;
- погоджується з етичними умовами участі.

2.2 Обсяг вибірки

Для якісного глибинного інтерв'ю ми обрали п'ять вікових груп по 3 респондента з кожної, таким чином разом 15, що забезпечує баланс між:

• глибиною отриманих даних (індивідуальні смисли, переживання, приклади, асоціації);

• порівнянністю між групами (відмінності та перетини);

• керованістю обсягу матеріалу під час аналізу й кодування.

Група респондентів	**Вік**	**Кількість**
Покоління Z	17–25	3
Міленіали (Y)	26–35	3
Покоління X	36–45	3
Baby Boomers	46–60	3
Silent Generation	60+	3
Разом:		**15**

За потреби вибірка може бути розширена до 18–20 респондентів, якщо на етапі аналізу буде виявлено суттєві нові інтерпретаційні схеми, які не підпадають під існуючу категоризацію.

2.3 Спосіб рекрутингу

Для формування вибірки в дослідженні застосовується комбінована стратегія рекрутингу, що включає цифрові та соціальні канали комунікації, з урахуванням необхідності представлення усіх вікових груп.

Передбачаються такі канали рекрутингу:

- соціальні мережі та цифрові платформи (Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, тематичні групи), індивідуальні та групові оголошення із запрошенням до участі в онлайн-інтерв'ю;

- академічне середовище (студенти, аспіранти, викладачі), поширення інформаційних оголошень через університетські сторінки, групи та викладачів-модераторів;
- метод сніжної кулі залучення респондентів через рекомендації попередніх учасників, з дотриманням квот за поколіннями.

Обсяг вибірки визначено заздалегідь (15 осіб), однак допускається збільшення до 18–20 респондентів, якщо у процесі аналізу з'являться нові унікальні інтерпретаційні патерни, що вимагатимуть додаткової теоретичної насиченості.

3. Організація збору даних та етичні аспекти

Форма проведення - індивідуальні онлайн-інтерв'ю у форматі відеозв'язку на платформі Zoom, у разі технічних або особистих обставин можливі альтернативи: аудіозв'язок, відеозв'язок Telegram, Viber, WhatsApp.

Тривалість одного інтерв'ю - орієнтовно 20–30 хвилин, з можливістю незначного відхилення залежно від темпу та відкритості респондента (2–3 хв - вступ, етичне узгодження, 15–22 хв - основні тематичні блоки, 2–4 хв - завершення, можливі уточнення).

Фіксація даних:

аудіозапис інтерв'ю (за згодою респондента);

текстові нотатки інтерв'юера;

подальша транскрипція ключових фрагментів для аналітичного кодування.

Етичні принципи:

- інформована згода (надання короткого інформаційного повідомлення та отримання усної згоди перед початком);
- право відмови та припинення участі у будь-який момент, без пояснень і без фіксації причини;
- анонімність та конфіденційність (використання кодів або псевдонімів, відсутність персональних даних у транскриптах та звітах);

- психологічний комфорт (уникнення пресингу, нав’язування позиції, оціночних суджень та конфронтаційних ситуацій, особливо між поколіннями);
- нешкідливість та етична відповідальність (уникнення провокаційних питань, що можуть викликати міжособистісні конфлікти, гендерні чи вікові упередження, емоційне напруження або відчуття ніяковості);
- відмова від використання даних у маніпулятивних, комерційних, політичних чи дискримінаційних цілях.

4. Операціоналізація змінних

Категорія	**Аналітичні компоненти**	**Індикатори**	**Метод**
Форми репрезентації	контент, меми, жарти, наративи	приклади контенту, повторювані образи	інтерв’ю
Емоційний тон	позитивний, іронічний, конфліктний	оцінки, емоції, реакції	інтерв’ю
Комунікаційні форми	конфліктні та конструктивні взаємодії	опис ситуацій, частота	інтерв’ю
Ставлення респондентів	рівень прийняття, критичність	оцінки, досвід, судження	інтерв’ю

ГАЙД

для проведення глибинного напівструктурованого інтерв'ю

Орієнтовна тривалість інтерв'ю: 20–30 хвилин

Формат: індивідуальне онлайн-інтерв'ю

1. ВСТУП (налагодження контакту) Мета блоку - створити психологічно безпечну атмосферу, ознайомити респондента з правилами інтерв'ю, пояснити етичні умови та налаштувати на відкриту і довірливу розмову.	**(3-4 хв)** **Модератор** Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю для обробки в узагальненому вигляді Вашої важливої для нас думки. **Коротке знайомство** • Як я можу до вас звертатись? • Скільки вам років? • Якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше	
2. РОЗІГРІВ: КОМУНІКАЦІЙНА ПОВЕДІНКА В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА	**(5 хв)** Які соцмережі ви використовуєте найчастіше та чому саме? Який контент ви здебільшого переглядаєте або на який звертаєте увагу?	

Мета блоку - плавно включити респондента в тему, з'ясувати його звичний досвід користування соцмережами, сформувати базове розуміння контексту споживання контенту.	Чи взаємодієте ви з контентом (лайки, коментарі, репости) чи здебільшого лише переглядаєте? Уточнювальні запитання: «розкажіть детальніше», «а що саме приваблює?», «можете навести приклад?»	
3. СПРИЙНЯТТЯ ЗОБРАЖЕННЯ РІЗНИХ ПОКОЛІНЬ У СОЦМЕДІА Мета блоку - виявити, які образи та характеристики поколінь респондент найчастіше бачить у соціальних медіа, і як він оцінює їхню реалістичність чи стереотипність.	**(5 хв)** Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь? Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах? Як вам здається, ці образи наближені до реальності чи швидше перебільшені, карикатурні? Уточнювальні запитання: «а що здається найбільш типово представленим?», «чому, на вашу думку, саме так?»	
4. РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ МІЖПОКОЛІННОГО КОНФЛІКТУ Мета блоку - отримати уявлення про те, як респондент бачить прояви міжпоколінного конфлікту у медійному контенті, визначити основні сюжети, форми подачі та механізми відтворення протиставлень.	**(5 хв)** Як, на вашу думку, у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь? Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення? Чи можете пригадати конкретні фрази, меми або відео? Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами: реальні відмінності чи створені медіанаративи?	
5. ЕМОЦІЙНЕ СПРИЙНЯТТЯ ТАКОГО КОНТЕНТУ Мета блоку - з'ясувати емоційні реакції респондента на контент, що висвітлює	**(5-7 хв)** Які емоції у вас зазвичай викликає контент, що зображає протиставлення поколінь? (сміх, ніяковість, роздратування, байдужість, розуміння, напруга тощо) Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним чи таким, що	

конфлікти поколінь, визначити, чи є він для респондента комфортним, нейтральним або таким, що викликає напругу чи відчуття упередженості.	може призводити до поділу або упереджень? Чи траплялося вам відчувати, що такий контент зачіпає вас особисто або ваше покоління?	
6. ВПЛИВ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТУ НА СТАВЛЕННЯ МІЖ ПОКОЛІННЯМИ Мета блоку - дослідити, як респондент оцінює вплив соціальних медіа на взаєморозуміння між поколіннями, і які умови або формати можуть сприяти позитивному діалогу та зменшенню стереотипів.	**(5 хв)** Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями — позитивно, негативно чи ніяк? Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню, чи вони швидше поглиблюють стереотипи? Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?	
7. ЗАВЕРШЕННЯ Мета блоку - завершити розмову без напруги, дати можливість додати важливі думки та нагадати про конфіденційність і анонімність участі.	**(2-3 хв)** Дякую вам за відкритість та участь! Можливо, ви хочете додати щось, про що ми не згадали, але вважаєте важливим? Нагадування про конфіденційність і анонімність.	

Додаток Б

Транскрибації проведених
напівструктурованих глибинних інтерв'ю
Транскрибування № 1

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 20 хвилин

00:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури і проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу також ваш дозвіл на запис нашого інтерв'ю.

00:37 Р1: Так, звісно.

00:45 М: Як я можу до вас звертатись?

00:53 Р1: Можете звертатися до мене Р1.

01:02 М: Скільки вам років?

01:11 Р1: Мені 42 роки.

01:25 М: Якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

01:48 Р1: Найчастіше користуюся ТікТоком, Ватсапом і Телеграмом.

02:30 М: Які соцмережі ви використовуєте найчастіше та чому саме?

02:42 Р1: Ватсап я використовую для роботи, бо це зручно для обміну повідомленнями з колегами. Телеграм для спілкування з рідними та друзями. ТікТок використовую для відпочинку, щоб розслабитися після робочого дня, переглядаючи різні відео. Мені подобається, що можна швидко переключитися і відволіктися від щоденних турбот.

03:35 М: Який контент ви здебільшого переглядаєте або на який звертаєте увагу?

03:50 Р1: Більше дивлюся комічний контент, меми та жарти. Також іноді звертаю увагу на контент, пов'язаний із продажем речей, особливо якщо це цікаві або нестандартні пропозиції. Такий контент допомагає мені розслабитися після роботи та відволіктися від новин, які бувають неприємними.

04:45 М: Чи взаємодієте ви з контентом (лайки, коментарі, репости) чи здебільшого лише переглядаєте?

04:57 P1: Здебільшого лише переглядаю. Але якщо щось дійсно подобається, можу поставити лайк або написати коментар. Репости роблю рідко.

05:20 M: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

05:33 P1: Так, зустрічала. Часто трапляються відео про батьків і дітей різних поколінь, де показують їхні цінності, звички та поведінку. Це цікаво спостерігати, бо видно, як змінюються підходи до життя та ставлення з часом.

06:12 M: Можете навести приклад?

06:25 P1: Наприклад, відео, де показано різницю у способі життя дітей 80-х років і сучасної молоді. Дуже цікаво спостерігати, як змінилися цінності, поведінка, стиль життя. Іноді це досить смішно, особливо коли показують взаємодію з технологіями та повсякденні ситуації.

07:18 M: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

07:30 P1: Найчастіше це меми чи відео про стиль одягу, зовнішність та поведінку. Часто показують, як молоде покоління ставиться до старшого, підкреслюючи різницю у вподобаннях та життєвому досвіді.

08:15 M: Чи можете уточнити, як саме молоде покоління відноситься до старшого?

08:25 P1: Здебільшого з іронією, іноді неповажно, висміюючи стиль одягу, зачіски або спосіб життя.

09:05 M: Як вам здається, ці образи наближені до реальності чи швидше перебільшені, карикатурні?

09:15 P1: Швидше карикатурні, але частково правдиві, особливо щодо типових стереотипів про стиль життя або поведінку.

10:00 M: Як, на вашу думку, у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

10:10 P1: Найчастіше це гумористичні відео та меми, де молодь висміює старше покоління за стиль одягу, зачіски або спосіб життя. Старше покоління іноді не розуміє сучасні звички молоді, через що виникають конфлікти.

10:55 M: Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення?

11:05 P1: Здебільшого це короткі відео та меми, де показано контраст між поколіннями, наприклад стиль одягу або поведінку у побуті чи на роботі.

11:50 M: Чи можете пригадати конкретні фрази, меми або відео?

12:00 P1: Так, нещодавно бачила відео, де танцює жінка мого віку, а потім показано, як це бачить молоде покоління, вставка з мультфільму, де танцює робот. Це дуже смішно.

12:50 M: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами: реальні відмінності чи створені медіанаративи?

13:00 P1: Це скоріше реальні відмінності, але подані у гумористичній формі.

13:50 M: Які емоції у вас зазвичай викликає контент, що зображає протиставлення поколінь?

14:00 P1: Позитивні, переважно сміх і розслаблення. Іноді легке здивування, але це швидше цікаво, ніж неприємно.

14:35 M: Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним чи таким, що може призводити до поділу або упереджень?

14:45 P1: Для мене він гумористичний, хоча іншим людям може не подобатися.

15:20 M: Чи траплялося вам відчувати, що такий контент зачіпає вас особисто або ваше покоління?

15:30 P1: Ні, такого не було.

16:05 M: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями — позитивно, негативно чи ніяк?

16:15 P1: В більшості випадків позитивно. Молодь може дізнатися щось від старших, а старші можуть побачити сучасні тренди та нові технології.

16:55 M: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню, чи вони швидше поглиблюють стереотипи?

17:05 P1: Можуть сприяти діалогу. Для мене це позитивні меми і жарти, можна разом посміятися і обговорити ситуації.

17:45 M: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

17:55 P1: Більше спільних проєктів, де різні покоління співпрацюють, демонструють взаєморозуміння та обмінюються досвідом. Це допомагає побачити іншу точку зору.

19:05 M: Дякую вам за відкритість та участь! Можливо, ви хочете додати щось, про що ми не згадали, але вважаєте важливим?

19:15 P1: Ні, нічого додавати не хочу.

19:25 M: Я вам нагадую, що все було конфіденційно і анонімно.

Кодування №1 (P1, 42 роки)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«Найчастіше користуюся ТікТоком, Ватсапом і Телеграмом… Ватсап для роботи, Телеграм для спілкування, ТікТок — щоб розслабитися після робочого дня.»

«Більше дивлюся комічний контент, меми та жарти… допомагає розслабитися після роботи.»

Коди:

- розподіл функцій соцмереж: робоча комунікація, особисте спілкування, відпочинок;
- перевага гумористичного та розважального контенту як способу емоційної розрядки.

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Часто трапляються відео про батьків і дітей різних поколінь, де показують їхні цінності, звички та поведінку.»

«Молоде покоління ставиться до старшого з іронією, іноді неповажно, висміюючи стиль одягу, зачіски або спосіб життя.»

Коди:

- покоління репрезентуються через цінності та повсякденні звички;
- іронізація та легка зневага молодших щодо старших у медіарепрезентації.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Найчастіше це гумористичні відео та меми, де молодь висміює старше покоління… через стиль одягу або спосіб життя.»

«Старше покоління іноді не розуміє сучасні звички молоді, через що виникають конфлікти.»

«Короткі відео та меми, де показано контраст між поколіннями стиль одягу, поведінка в побуті чи на роботі.»

Коди:

- гумористична форма підсилення міжпоколіннєвого контрасту;
- непорозуміння як джерело конфлікту;
- різні норми поведінки;
- побутові ситуації як основний сюжет для репрезентації міжпоколінних відмінностей.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Позитивні, переважно сміх і розслаблення. Іноді легке здивування.»

«Для мене він гумористичний, хоча іншим людям може не подобатися.»

Коди:

- позитивне емоційне сприйняття;
- гумор як зняття напруги;
- толерантне ставлення;
- розуміння різної реакції інших.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Більше спільних проєктів, де різні покоління співпрацюють, демонструють взаєморозуміння та обмінюються досвідом.»

Коди:

- потреба у демонстрації співпраці поколінь;
- акцент на взаєморозумінні та обміні досвідом.

Транскрибування №2

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 16 хвилин

00:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю.

00:45 Р2: Так, добре.

00:52 М: Як я можу до вас звертатись?

01:02 Р2: Можете звертатися до мене Р2.

01:10 М: Скільки вам років?

01:18 Р2: Мені 70 років.

01:28 М: Якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

01:45 Р2: Найчастіше використовую Вайбер, ТікТок, Ютуб та Телеграм.

02:05 М: Які соцмережі ви використовуєте найчастіше та чому саме?

02:18 Р2: Ютубом я користуюся, бо дивлюся через нього новини. Вайбер для спілкування з друзями. Через ТікТок переглядаю відео про моє рідне місто, бо зараз я переселенка. В Телеграмі підтримую зв'язок з рідними.

03:06 М: Який контент ви здебільшого переглядаєте або на який звертаєте увагу?

03:24 Р2: Найчастіше переглядаю новини та слідкую за перебігом подій в країні. Це для мене важливо, бо я хочу повернутися додому, а поки такої змоги не маю.

04:08 М: Чи взаємодієте ви з контентом (лайки, коментарі, репости) чи здебільшого лише переглядаєте?

04:22 Р2: Здебільшого лише переглядаю. Лайки або коментарі ставлю тільки своїм рідним.

04:43 М: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

04:52 Р2: Так, зустрічала.

05:05 M: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

05:16 P2: Я бачила відео, де молоде покоління допомагає старшому, наприклад фінансово, або фізично донести сумки або перевести через дорогу. Це дуже приємно бачити, бо показує взаємоповагу між людьми різного віку.

06:05 M: Як вам здається, ці образи наближені до реальності чи швидше перебільшені, карикатурні?

06:17 P2: Мені здається, що більше наближені до реальності. В нашій країні багато молодих людей, які дійсно допомагають старшим.

06:49 M: Як, на вашу думку, у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь? Можливо маєте конкретні приклади?

07:01 P2: Попадались відео, де бабусі висміюють та засуджують зовнішній вигляд молоді, а молодь часто не розуміє, чому старшому поколінню потрібно у всьому поступатися, наприклад у черзі в магазин або в автобусі місцем. Це, звісно, подається у гумористичній формі, але мені не подобаються такі відео і я стараюсь їх не дивитись.

07:51 M: Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення?

08:02 P2: Найчастіше це короткі відео, де демонструється конфлікт або різниця між поколіннями у повсякденних ситуаціях, наприклад у громадському транспорті чи магазині.

08:48 M: Чи можете пригадати конкретні фрази, меми або відео?

09:00 P2: Наразі не можу пригадати точних назв, але сюжетів такого типу бачу часто. Вони показують різні ставлення до правил і звичок, які змінюються з покоління в покоління.

09:37 M: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами: реальні відмінності чи створені медіанаративи?

09:52 P2: Здебільшого це реальність. Люди показують те, що бачать у повсякденному житті, просто у жартівливій формі.

10:33 M: Які емоції у вас зазвичай викликає контент, що зображає протиставлення поколінь?

10:44 P2: Залежить від контенту. Деякий викликає сміх, а деякий може викликати сльози або сум.

11:29 M: Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним чи таким, що може призводити до поділу або упереджень?

11:40 P2: Я вважаю, що він може призводити до упереджень, якщо сприймати його серйозно. Але як гумор це нормально.

12:14 М: Чи траплялося вам відчувати, що такий контент зачіпає вас особисто або ваше покоління?

12:23 Р2: Мене особисто не зачіпляло.

12:57 М: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями — позитивно, негативно чи ніяк?

13:03 Р2: Я думаю, що впливають дуже позитивно. Вони повчають, показують приклади поведінки, допомагають молоді і старшим зрозуміти один одного.

13:54 М: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню, чи вони швидше поглиблюють стереотипи?

14:01 Р2: Я вважаю, що вони сприяють взаєморозумінню. Якщо люди сміються разом, вони легше знаходять спільну мову.

14:42 М: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

14:50 Р2: Людська доброта. Більше взаємоповаги і щирого інтересу до інших поколінь.

15:27 М: Дякую вам за відкритість та участь! Можливо, ви хочете додати щось, про що ми не згадали, але вважаєте важливим?

15:38 Р2: Ні.

15:42 М: Я вам нагадую, що все було конфіденційно і анонімно.

Кодування №2 (Р2, 70 років)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«Найчастіше використовую Вайбер, ТікТок, Ютуб та Телеграм.»

«Ютубом я користуюся, бо дивлюся через нього новини. Вайбер для спілкування з друзями. Через ТікТок переглядаю відео про моє рідне місто… В Телеграмі підтримую зв’язок з рідними.»

«Найчастіше переглядаю новини та слідкую за перебігом подій в країні.»

«Здебільшого лише переглядаю. Лайки або коментарі ставлю тільки своїм рідним.»

Коди:

- різні соцмережі виконують різні функції: новини, спілкування, зв’язок з рідними, локальний контент;
- високий рівень інформаційного споживання (новини як основний контент);
- соцмережі як інструмент підтримки зв’язку після переїзду;

- пасивний характер взаємодії з контентом (переважно перегляд, мінімальна активність).

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Я бачила відео, де молоде покоління допомагає старшому… Це дуже приємно бачити, бо показує взаємоповагу між людьми різного віку.»

«Мені здається, що більше наближені до реальності. В нашій країні багато молодих людей, які дійсно допомагають старшим.»

Коди:

- позитивна репрезентація взаємодії поколінь (допомога молодших старшим);
- сприйняття цих образів як реалістичних;
- акцент на взаємоповазі та соціальній підтримці між поколіннями.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Попадались відео, де бабусі висміюють та засуджують зовнішній вигляд молоді… а молодь часто не розуміє, чому старшому поколінню потрібно у всьому поступатися.»

«Найчастіше це короткі відео, де демонструється конфлікт або різниця між поколіннями у повсякденних ситуаціях.»

«Показують різні ставлення до правил і звичок, які змінюються з покоління в покоління.»

«Здебільшого це реальність. Люди показують те, що бачать у повсякденному житті, просто у жартівливій формі.»

Коди:

- міжпоколіннєвий конфлікт представлений через непорозуміння у побутових ситуаціях;
- засудження зовнішності молоді старшими як частий сюжет;
- різні уявлення про норми поведінки як джерело напруги;
- сприйняття контенту як реальних життєвих ситуацій, але поданих з гумором.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Деякий викликає сміх, а деякий може викликати сльози або сум.»

«Я вважаю, що він може призводити до упереджень, якщо сприймати його серйозно. Але як гумор це нормально.»

«Мене особисто не зачіпляло.»

Коди:

- змішана емоційна реакція від сміху до суму;
- усвідомлення ризику формування упереджень при серйозному сприйнятті;
- відсутність особистої образливості;
- залежність емоційного сприйняття від інтонації сюжету.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Людська доброта. Більше взаємоповаги і щирого інтересу до інших поколінь.»

Коди:

- потреба у створенні контенту, заснованого на повазі та емпатії;
- наголос на людяності як ключовому чиннику зменшення конфлікту;
- важливість щирого інтересу поколінь одне до одного.

Транскрибування № 3

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 13 хвилин

00:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю.

00:44 Р3: Так, звісно, я не проти.

00:52 М: Як я можу до вас звертатись?

00:59 Р3: Можете звертатися до мене Р3. Так буде найзручніше.

01:08 М: Скільки вам років?

01:13 Р3: 43 роки.

01:22 М: Якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

01:32 Р3: Найчастіше ТікТок, Ютуб, Ватцап і Телеграм. Вони в мене практично на щоденному використанні.

01:52 М: Які соцмережі ви використовуєте найчастіше та чому саме?

02:00 Р3: ТікТоком користуюся для розваг. Ютуб новини, інколи аналітика. Телеграм для новин і для зв'язку з друзями. Ватцап для взаємодії з рідними.

02:44 М: Який контент ви здебільшого переглядаєте або на який звертаєте увагу?

02:53 Р3: Найчастіше розважальний. Хочеться трохи переключатися.

03:10 М: Чому саме?

03:15 Р3: Новин багато, вони напружують. Короткі ролики розслабляють.

03:37 М: Чи взаємодієте ви з контентом (лайки, коментарі, репости) чи здебільшого лише переглядаєте?

03:45 Р3: Здебільшого переглядаю. Рідко коли використовую іншу взаємодію.

04:09 М: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

04:17 Р3: Так, багато разів бачив.

04:33 М: Чи можете ви навести якийсь конкретний приклад?

04:39 Р3: Не згадаю конкретно.

04:57 М: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

05:05 Р3: Старших часто показують як емоційних, напружених, незадоволених молоддю.

05:35 М: Як вам здається, ці образи наближені до реальності чи перебільшені?

05:43 Р3: Частково перебільшені, але взяті з реальності.

06:07 М: Як, на вашу думку, у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

06:16 Р3: Насамперед у нерозумінні. Старшим важко прийняти нове.

06:45 М: Які сюжети найчастіше відтворюють такі протиставлення?

06:53 Р3: Побутові сцени черги, транспорт, сімейні діалоги.

07:28 М: Чи можете пригадати конкретні фрази, меми або відео?

07:36 Р3: Було відео про вагітну в черзі, яку замість того щоб пропустити, сварили. Також часто фрази від старших «Молодь нам винна».

08:09 М: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами?

08:18 Р3: Це реальні ситуації, які соцмережі підсвічують.

08:39 М: Які емоції викликає контент про протиставлення поколінь?

08:47 Р3: Більше негативні напруга, роздратування.

09:10 М: Чому?

09:14 Р3: Бо більшість конфліктів дрібні, а виглядають великими.

09:40 М: Чи вважаєте цей контент безпечним чи таким, що може призводити до поділу?

09:49 Р3: Може призводити до поділу, якщо сприймати буквально.

10:12 М: Чи зачіпає такий контент вас або ваше покоління?

10:19 Р3: Так, інколи неприємно, коли нас зображають «несучасними».

10:50 М: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями — позитивно, негативно чи ніяк?

10:58 Р3: Переважно негативно, бо люди споживають те, що підсилює їхні погляди.

11:27 М: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню, чи вони швидше поглиблюють стереотипи?

11:35 Р3: Частіше поглиблюють. Хоч інколи можуть і об’єднати.

12:00 М: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

12:08 Р3: Думаю, більше поваги, доброзичливості й бажання почути одне одного.

12:42 М: Дякую вам за відкритість та участь! Можливо, ви хочете додати щось, про що ми не згадали, але вважаєте важливим?

12:50 Р3: Ні, додавати більше нічого не хочу.

13:02 М: Я вам нагадую, що все було конфіденційно і анонімно.

Кодування №3 (Р3, 43 роки)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«Найчастіше ТікТок, Ютуб, Ватцап і Телеграм. Вони в мене практично на щоденному використанні.»

«ТікТоком користуюся для розваг. Ютуб новини, інколи аналітика. Телеграм — для новин і для зв’язку з друзями. Ватцап для взаємодії з рідними.»

«Найчастіше розважальний контент… Новин багато, вони напружують. Короткі ролики розслабляють.»

«Здебільшого переглядаю. Рідко коли використовую іншу взаємодію.»

Коди:

- різні соцмережі виконують різні функції новини, аналітика, розваги, спілкування з друзями та рідними;
- високий рівень інформаційного споживання (новини та аналітика як частина контенту);
- соцмережі як інструмент емоційного розвантаження та релаксу;
- пасивний характер взаємодії з контентом (переважно перегляд, мінімальна активність).

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Старших часто показують як емоційних, напружених, незадоволених молоддю.»

«Частково перебільшені, але взяті з реальності.»

Коди:

- старше покоління репрезентується як емоційне, напружене, критичне до молоді;
- образи частково перебільшені, але базуються на реальних спостереженнях;
- сприйняття образів як частково реалістичних, не повністю вигаданих.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Насамперед у нерозумінні. Старшим важко прийняти нове.»

«Побутові сцени: черги, транспорт, сімейні діалоги.»

«Було відео про вагітну в черзі, яку замість того щоб пропустити, сварили. Часто фрази від старших: «Молодь нам винна».»

«Це реальні ситуації, які соцмережі підсвічують.»

Коди:

- міжпоколіннєвий конфлікт представлений через непорозуміння та труднощі адаптації до змін;
- поширені сюжети побутові ситуації, черги, сімейні діалоги;
- використання конкретних фраз і мемів, що підкреслюють нерозуміння та претензії старших;
- сприйняття контенту як реальних життєвих ситуацій, підкреслених соцмережами.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Більше негативні: напруга, роздратування.»

«Бо більшість конфліктів дрібні, а виглядають великими.»

«Може призводити до поділу, якщо сприймати буквально.»

«Так, інколи неприємно, коли нас зображають «несучасними».»

«Переважно негативно, бо люди споживають те, що підсилює їхні погляди.»

«Частіше поглиблюють. Хоч інколи можуть і об’єднати.»

Коди:

- негативна емоційна реакція напруга, роздратування;
- усвідомлення перебільшеності конфліктів у соцмережах;
- ризик формування поділів і стереотипів при буквальному сприйнятті контенту;
- персональне зачеплення («несучасність»);
- мем-феномен частіше поглиблює стереотипи, але іноді може об’єднувати покоління.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Думаю, більше поваги, доброзичливості й бажання почути одне одного.»

Коди:

- потреба у створенні контенту на основі поваги та доброзичливості;
- важливість бажання слухати та розуміти одне одного;

- акцент на комунікативній емпатії як способі зменшення конфлікту між поколіннями.

Транскрибування №4

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 21 хвилину

00:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури і проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу ваш дозвіл на запис нашого інтерв'ю.

00:45 Р4: Так, надаю.

00:52 М: Як я можу до вас звертатись?

01:00 Р4: Можете просто Р4.

01:05 М: Скільки вам років?

01:13 Р4: Мені 22 роки.

01:18 М: Якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

01:30 Р4: Найчастіше я користуюся Телеграмом, Ютубом, ТікТоком та Інстаграмом.

01:45 М: А можете трохи детальніше розповісти, чому саме ці платформи для вас найпопулярніші?

02:00 Р4: Телеграм використовую для спілкування, навчання і новин. Там я підтримую контакт з друзями, рідними, є навчальні групи та пабліки з новинами. Ютуб і ТікТок переважно для розваг. На Ютубі дивлюся відеоігри, їх проходження, футбол, телешоу. ТікТок містить короткі відео, здебільшого комічного та розважального характеру. Мені подобається, що можна швидко переключитися і відволіктися від повсякденних турбот.

03:15 М: Який контент ви здебільшого переглядаєте або на який звертаєте увагу?

03:30 Р4: В основному розважальний і комічний контент. Але кожного дня я також стежу за новинами про події в країні, обстріли, іноді дивлюсь аналітичні відео або інтерв'ю військових. Це досить серйозні матеріали, які іноді викликають емоції, тому я намагаюся балансувати між інформацією та розвагами.

04:40 М: Чи взаємодієте ви з контентом — лайки, коментарі, репости чи здебільшого лише переглядаєте?

04:55 Р4: Здебільшого лише переглядаю. Лайки ставлю рідко, коментарі писав кілька разів, репости майже ніколи. Іноді у ТікТок можу надіслати відео друзям або рідним.

05:25 М: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

05:40 Р4: Так, часто. Наприклад, відео про батьків і дітей різних поколінь, де показують їхні цінності, звички та поведінку. Це цікаво, бо видно, як змінюється підхід до життя і ставлення з часом.

06:20 М: Можете навести конкретний приклад?

06:30 Р4: Наприклад, відео, де показано різницю у способі життя молоді зараз і людей 80-х років. Там видно, як вони взаємодіють з технологіями, побутові звички, манеру спілкування. Іноді це досить смішно, особливо коли старше покоління намагається користуватися сучасними гаджетами.

07:20 М: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

07:35 Р4: Старше покоління часто зображують критичним до молоді, з фразами на кшталт «Ой, яка зараз молодь, що з них буде» або «втрачене покоління». Молодь показують технологічно розвиненою і розумною, але іноді без поваги. Старших також іноді зображають «старими», з радянським мисленням і обмеженим світоглядом.

08:25 М: Як вам здається, ці образи наближені до реальності чи швидше перебільшені?

08:35 Р4: В цілому близькі до реальності, але є перебільшення. Кожен жарт має долю правди, але стереотипи присутні.

09:10 М: Як у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

09:20 Р4: Часто через комічні відео і меми, але буває і агресивний контекст. Наприклад, у іграх старші та молодші можуть сваритися: старші кажуть «Помовчи, малий, йди уроки вчи», а молодші відповідають «Ти вже старий, йди працюй, а не грай». У соцмережах це сприймають по-різному: хтось сміється, хтось ображається і вступає у конфлікт.

10:35 М: Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення?

10:50 Р4: Здебільшого короткі відео і меми, де перебільшують поведінку або стиль життя поколінь. Часто є елементи знущання або порушення чужих

меж. Також популярні відео з «типовим днем» представників різних поколінь це наочно підкреслює контраст і викликає сміх.

11:50 М: Чи можете пригадати конкретні фрази, меми або відео?

12:00 Р4: Наприклад, «що ти можеш розуміти ти ще малий» або меми про бейбі-бумерів: «старі, нічого не розуміють, відсталі». Це подано гумористично, але є частина правди.

12:50 М: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами: реальні відмінності чи створені медіанаративи?

13:05 Р4: Скоріше реальні відмінності, але подані у гумористичній формі.

13:50 М: Які емоції у вас викликає такий контент?

14:00 Р4: Переважно сміх і позитив. Іноді легке роздратування, але загалом контент сприймаю як розважальний і цікавий.

14:45 М: Чи вважаєте ви його радше безпечним і гумористичним, чи таким що може призводити до поділу?

14:55 Р4: Для мене гумористичний, але інші можуть сприймати його як провокаційний.

15:40 М: Чи траплялося, що контент зачіпав вас особисто?

15:50 Р4: Легке роздратування іноді бувало, але серйозно ні.

16:30 М: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями — позитивно, негативно чи ніяк?

16:45 Р4: Більше позитивно. Молодь дізнається щось від старших, старші бачать нові технології та тренди. Є конфлікти, але загалом вплив позитивний.

17:30 М: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню, чи вони швидше поглиблюють стереотипи?

17:40 Р4: Доброзичливі меми можуть сприяти діалогу, жарти про батьків і дітей зближують, дають тему для обговорення і допомагають зрозуміти іншу точку зору.

18:20 М: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

18:35 Р4: Вихованість людей, спільні проекти між поколіннями, обмін досвідом, демонстрація взаєморозуміння. Це допомагає зменшити стереотипи.

19:50 М: Дякую за участь! Можливо, хочете додати щось ще?

20:00 Р4: Ні, основне ми обговорили. Можу ще додати, що цікаво бачити, як старші реагують на сучасні жарти це теж показує взаємодію поколінь.

20:40 М: Добре, ще раз нагадую, що все було конфіденційно і анонімно.

21:00 Р4: Дякую, що дали можливість поділитися думками.

21:15 М: Дякую, це було дуже корисно для дослідження.

Кодування №4 (Р4, 22 роки)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«Найчастіше користуюся Телеграмом, Ютубом, ТікТоком та Інстаграмом.»

«Телеграм для спілкування, навчання і новин. Ютуб і ТікТок для розваг і комічного контенту.»

«Здебільшого лише переглядаю, рідко ставлю лайки чи роблю репости.»

Коди:

- розподіл функцій соцмереж: спілкування, навчання, новини, розваги;
- пасивне споживання контенту, переважно перегляд;
- розважальний контент як спосіб відпочинку та переключення.

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Старше покоління часто критичне до молоді, з радянським мисленням, іноді зображають «старими». Молодь технологічно розвинена, інколи без поваги.»

«Близькі до реальності, але є перебільшення і гумор.»

Коди:

- старші репрезентуються критичними, «старомодними», з обмеженим світоглядом;
- молодь показана розумною і технологічно розвиненою;
- образи частково перебільшені, гумористично підкреслені.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Через комічні відео і меми, інколи агресивний контекст, наприклад сварки у іграх між старшими і молодими.»

«Короткі відео та меми підкреслюють контраст, «типовий день» поколінь, гумор.»

Коди:

- гумористичне підкреслення міжпоколінного контрасту;
- непорозуміння як джерело конфлікту;
- побутові та ігрові ситуації як основні сюжети.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Переважно сміх і позитив, іноді легке роздратування.»

«Гумористичний контент, але інші можуть сприймати провокаційно.»

«Вплив соцмереж на взаєморозуміння поколінь більше позитивний.»

Коди:

- позитивне сприйняття, сміх, розвага;
- легке роздратування, без серйозного зачеплення;
- гумор як спосіб взаємодії поколінь і полегшення розуміння.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Вихованість людей, спільні проекти між поколіннями, обмін досвідом, демонстрація взаєморозуміння.»

Коди:

- потреба у демонстрації співпраці та взаєморозуміння поколінь;
- акцент на спільних проєктах і обміні досвідом.

Транскрибування № 5

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 21 хвилину

0:00 M: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури і проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю для обробки в узагальненому вигляді Вашої важливої для нас думки.

0:45 P5: Так, надаю.

1:12 M: Як я можу до вас звертатись?

1:25 P5: Можете просто P5.

1:38 M: Скільки вам років?

1:50 P5: Мені 22 роки.

2:22 M: Якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

2:44 P5: В основному це TikTok і Instagram, іноді також Telegram і YouTube.

3:05 M: А можете трохи детальніше розповісти, чому саме ці платформи для вас найпопулярніші?

3:28 P5: TikTok мені подобається тим, що там дуже багато життєвого та реалістичного контенту, коротких відео, які часто відображають реальні ситуації. Instagram зручний, коли хочу щось знайти або купити, а також для показу своїх робочих досягнень. Telegram і YouTube здебільшого для спілкування, навчання та новин.

4:10 M: Який контент ви здебільшого переглядаєте або на який звертаєте увагу?

4:44 P5: Я стараюся дивитися більше позитивний контент, який піднімає настрій. Наприклад, у TikTok іноді трапляються фрази, які потрапляють у потрібний момент, коли мені сумно або не вірю в себе. Вони можуть мотивувати, підняти настрій і допомогти не впадати у моральну яму. Також цікавлять гумористичні відео та надихаючі цитати.

5:33 M: Чи взаємодієте ви з контентом — лайки, коментарі, репости — чи здебільшого лише переглядаєте?

5:55 P5: Здебільшого лише переглядаю. Лайки ставлю на те, що мені подобається, іноді роблю репости, а коментарі пишу тільки знайомим людям. Для незнайомих я майже не коментую.

6:18 M: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

6:47 P5: Так, звичайно, зустрічала. Такий контент досить популярний. Найчастіше це відео про батьків і дітей різних поколінь, де показують їхні звички, поведінку, підходи до життя. Це цікаво, бо видно, як змінюються цінності та стиль життя з часом.

7:22 M: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

7:55 P5: Зазвичай про кожне покоління показують дві сторони: є відео, які висміюють певні риси покоління, і є ті, які підкреслюють сильні сторони. Наприклад, міленіали часто зображуються як ті, хто «пливе за течією», повільно досягає цілей, але робить це впевнено. Зумери іноді зображуються непостійними, можуть кидати справи, якщо їм не подобається, але з іншого боку це демонструє гнучкість і здатність адаптуватися.

8:40 M: Як вам здається, ці образи наближені до реальності чи швидше перебільшені, карикатурні?

9:05 P5: Є частка правди, але багато перебільшень. В кожному жарті є доля правди, але не можна всіх гребти під одну мітлу. Деякі риси створені для гумору або медіанаративу.

9:45 M: Як у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

10:12 P5: Часто через комічні відео і меми, іноді через негативні приклади. Конфлікти бувають сімейні або робочі. Наприклад, коли твій бос міленіал, а ти зумер, іноді складно зрозуміти один одного. У соцмережах це подають через жарти, де старші можуть критикувати молодь, а молодь старших. З більшим віковим розривом конфлікти стають більш гострими.

10:55 M: Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення?

11:22 P5: Найчастіше це короткі відео або меми, рольові замальовки, де показують один день із життя представника різного покоління. Часто перебільшують поведінку, стиль життя, додають елементи гумору або знущання.

11:58 M: Чи можете пригадати конкретні фрази, меми або відео?

12:18 P5: Зараз прямо пригадати важко, але часто зустрічаються фрази типу «ти ще малий, щоб розуміти» або меми про бейбі-бумерів «старі, нічого не розуміють». Вони гумористичні, але є частка правди.

12:52 M: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами: реальні відмінності чи створені медіанаративи?

13:15 P5: Я думаю, що це здебільшого реальні відмінності, бо конфлікти між поколіннями завжди існували. Медійна подача додає гумору або перебільшення, але основа із життя.

13:50 M: Які емоції у вас зазвичай викликає контент, що зображає протиставлення поколінь?

14:22 P5: В основному сміх і легке роздратування, якщо контент переходить у гостру критику. З позитивними роликами мені смішно і цікаво. Важливо, щоб не ображали конкретних людей особисто.

14:58 M: Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним чи таким, що може призводити до поділу або упереджень?

15:25 P5: Більшість контенту гумористичний і безпечний. Але деякі відео, які подаються у провокативній формі, можуть поглиблювати стереотипи або конфлікти.

16:00 M: Чи траплялося вам відчувати, що такий контент зачіпає вас особисто або ваше покоління?

16:22 P5: Так, траплялося. Як зумер, я бачу, що іноді молодь зображують безвідповідальною. З цим я не погоджуюсь, бо знаю себе і своїх знайомих: якщо ми чогось хочемо, ми наполегливо працюємо і досягаємо результату. Тому не подобається, коли всіх гребуть під одну мітлу.

16:55 M: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями — позитивно, негативно чи ніяк?

17:18 P5: Вони впливають і позитивно, і негативно. Є позитивний контент, який допомагає зрозуміти іншу сторону, і негативний, який може підсилювати конфлікти. В цілому, вплив залежить від того, який контент люди обирають.

17:55 M: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню, чи вони швидше поглиблюють стереотипи?

18:22 P5: Доброзичливі меми та жарти можуть сприяти діалогу. Наприклад, якщо зумер робить відео про міленіала, показуючи різні точки зору, це допомагає зрозуміти іншого. Так само в інший бік: міленіал може показати свої переживання щодо зумера. Легка жартівливість допомагає приймати різні думки.

18:58 M: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

19:22 P5: Потрібно більше уваги до світосприйняття і доброзичливості людей. Коли люди добріші один до одного і намагаються розуміти, замість того

щоб шукати винного, контент теж буде доброзичливим. Спільні проекти, обмін досвідом і демонстрація взаєморозуміння допомагають зменшити стереотипи.

19:58 М: Дякую вам за відкритість та участь! Можливо, хочете додати щось, про що ми не згадали, але вважаєте важливим?

20:18 Р5: Ні, я все сказала, що думала.

20:50 М: Добре, ще раз нагадую, що все було конфіденційно і анонімно.

Кодування №5 (Р5, 22 роки)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«В основному це TikTok і Instagram, іноді також Telegram і YouTube.»

«TikTok мені подобається тим, що там дуже багато життєвого та реалістичного контенту… короткі відео, які часто відображають реальні ситуації.»

«Instagram зручний для пошуку, покупок і показу робочих досягнень. Telegram і YouTube здебільшого для спілкування, навчання та новин.»

«Я стараюся дивитися більше позитивний контент, який піднімає настрій… гумористичні відео та надихаючі цитати.»

«Здебільшого лише переглядаю. Лайки ставлю на те, що подобається, коментарі майже не пишу, репости рідко.»

Коди:

- різні платформи виконують різні функції розваги, навчання, новини, спілкування, демонстрація досягнень;
- перевага короткого, життєвого та реалістичного контенту;
- позитивний та мотивуючий контент як спосіб емоційного підняття настрою;
- пасивне споживання контенту (переважно перегляд, мінімальна активність).

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Відео про батьків і дітей різних поколінь показують їхні звички, поведінку, підходи до життя.»

«Міленіали показуються як ті, хто повільно досягає цілей, але впевнено; зумери — непостійні, але гнучкі та здатні адаптуватися.»

«Є частка правди, але багато перебільшень. Жарти створюють гумор і медіанаративи.»

Коди:

- покоління репрезентуються через поведінку, звички, цінності;

- існує поєднання перебільшення та реальних рис;
- гумор і медіанаративи підкреслюють стереотипи, але зберігають елементи правди;
- сприйняття образів як частково реалістичних і частково гумористичних.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Часто через комічні відео і меми, іноді через негативні приклади… старші критикують молодь, молодь — старших.»

«Короткі відео, меми, рольові замальовки показують один день із життя представника різного покоління.»

«Перебільшують поведінку, стиль життя, додають гумор або знущання.»

Коди:

- конфлікт поколінь передається через гумор, перебільшення, меми;
- побутові та робочі ситуації як основний сюжет;
- непорозуміння та різниця в очікуваннях як джерело конфлікту;
- роль гумору у пом’якшенні або підсиленні конфлікту.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«В основному сміх і легке роздратування, якщо контент переходить у гостру критику.»

«Більшість контенту гумористичний і безпечний, але провокативні відео можуть поглиблювати стереотипи.»

«Як зумер, бачу, що іноді молодь зображують безвідповідально… не подобається, коли всіх гребуть під одну мітлу.»

Коди:

- переважно позитивна емоційна реакція: сміх, цікавість;
- легке роздратування при гострій критиці або перебільшеннях;
- усвідомлення ризику формування стереотипів та несправедливих узагальнень;
- персональне зачеплення через негативне представлення власного покоління.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Потрібно більше уваги до світосприйняття і доброзичливості людей… спільні проекти, обмін досвідом і демонстрація взаєморозуміння допомагають зменшити стереотипи.»

Коди:

- потреба у створенні доброзичливого та навчального контенту;
- важливість спільних проектів і взаєморозуміння;
- акцент на комунікативній емпатії та обміні досвідом як способі зменшення конфліктів між поколіннями.

Транскрибування № 6

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 17 хвилин

0:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури і проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю для обробки в узагальненому вигляді вашої важливої для нас думки.

0:45 Р6: Так, надаю.

1:10 М: Як я можу до вас звертатись?

1:25 Р6: Можете просто Р6.

1:40 М: Скільки вам років?

1:45 Р6: Мені 43 роки.

2:05 М: Якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

2:22 Р6: Найчастіше Viber, Instagram, Telegram і TikTok.

2:44 М: А чому саме ними?

2:52 Р6: Viber потрібен для роботи, там зручно спілкуватися з колегами. Instagram для покупок, перегляду цікавих історій і фотографій. TikTok я використовую для розваг та хобі, там можна знайти багато різних відео. Telegram теж допомагає слідкувати за новинами і навчальними матеріалами.

3:28 М: Який контент ви здебільшого переглядаєте або на який звертаєте увагу?

3:44 Р6: Більше дивлюся розважальний контент, щоб відволіктись і трохи розважитися. Також цікавлять різні матеріали по роботі, навчанні, і часом хобі. Якщо бачу щось корисне або цікаве — ставлю лайк.

4:18 М: Чи взаємодієте ви з контентом — лайки, коментарі, репости — чи здебільшого лише переглядаєте?

4:28 Р6: Лайки ставлю часто, коментарі і репости рідше, лише якщо щось справді сподобалось або хочу поділитися з близькими.

4:50 М: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

5:05 Р6: Так, зустрічала. Часто це відео про стосунки батьків і дітей, або порівняння життя різних поколінь. Можна побачити, як змінюються цінності, звички, стиль життя.

5:40 М: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

5:58 Р6: Зазвичай показують дві сторони: одне покоління може критикувати інше, або висміювати його риси, а інші відео навпаки підкреслюють сильні сторони. Наприклад, зумери іноді зображуються як непостійні, але водночас гнучкі й здатні адаптуватися. Старше покоління часто показують строгим, критичним, інколи надто консервативним.

6:45 М: Як вам здається, ці образи наближені до реальності чи швидше перебільшені, карикатурні?

6:58 Р6: Частково реальні, частково перебільшені для гумору. Є певна доля правди, але не можна всіх під одну мітлу.

7:25 М: Як у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

7:40 Р6: Часто через жарти і короткі відео. Конфлікти бувають сімейні, іноді робочі. Наприклад, коли твій бос міленіал, а ти зумер — іноді важко знайти спільну мову. В соцмережах це подають через гумор, іноді перебільшують ситуації для ефекту.

8:15 М: Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення?

8:32 Р6: Це короткі відео, рольові замальовки одного дня із життя представника різного покоління. Часто перебільшують поведінку, додають гумор, іноді легке знущання.

9:07 М: Чи можете пригадати конкретні фрази, меми або відео?

9:24 Р6: Важко одразу згадати. Можна зустріти фрази на кшталт «ти ще молодий, щоб зрозуміти», або жарти про старших «старі, нічого не розуміють». Це все подано гумористично, але в цьому є частина правди.

10:06 М: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами: реальні відмінності чи створені медіа-наративи?

10:22 Р6: Думаю, реальні відмінності. Люди просто показують конфлікти або різницю у поведінці поколінь, медіа додає гумору або перебільшення.

10:47 М: Які емоції у вас зазвичай викликає контент, що зображає протиставлення поколінь?

10:58 Р6: Переважно сміх і легке роздратування, якщо контент стає занадто критичним. Якщо ролик доброзичливий — цікаво і весело. Важливо, щоб не ображали конкретних людей.

11:33 М: Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним чи таким, що може призводити до поділу або упереджень?

11:47 Р6: Більшість контенту гумористичний і безпечний. Але провокативні відео можуть посилювати стереотипи або конфлікти.

12:33 М: Чи траплялося вам відчувати, що такий контент зачіпає вас особисто або ваше покоління?

12:49 Р6: Ні, особисто мене не зачіпало, бо я не відношу це до себе.

13:06 М: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями — позитивно, негативно чи ніяк?

13:14 Р6: Позитивно. Через медіа можна більше зрозуміти іншу сторону, дізнатися, що цікавить молодь, що подобається старшим.

13:45 М: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню, чи вони швидше поглиблюють стереотипи?

14:02 Р6: Можуть сприяти діалогу, якщо подані доброзичливо. Легка жартівливість допомагає зрозуміти іншу точку зору.

14:47 М: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

14:58 Р6: Більше уваги до доброзичливості та взаєморозуміння. Коли люди намагаються розуміти один одного і не шукати винних, контент буде доброзичливим. Спільні проекти, обмін досвідом також допомагають зменшити стереотипи.

15:55 М: Дякую вам за відкритість та участь! Можливо, хочете додати щось, про що ми не згадали, але вважаєте важливим?

16:10 Р6: Ні, все основне я вже висловила.

16:35 М: Добре, ще раз нагадую, що все було конфіденційно і анонімно.

Кодування №6 (Р6, 43 роки)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«Найчастіше Viber, Instagram, Telegram і TikTok.»

«Viber потрібен для роботи, Instagram для покупок, перегляду цікавих історій і фотографій. TikTok для розваг та хобі. Telegram допомагає слідкувати за новинами і навчальними матеріалами.»

«Більше дивлюся розважальний контент, а також матеріали по роботі, навчанні та хобі.»

«Лайки ставлю часто, коментарі і репости рідше, лише якщо щось справді сподобалось або хочу поділитися з близькими.»

Коди:

- різні платформи виконують різні функції: робота, розваги, навчання, новини, хобі;
- перевага розважального та корисного контенту;
- активна взаємодія з контентом через лайки, менше коментарі та репости.

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Зумери іноді зображуються непостійними, але гнучкими та здатними адаптуватися.»

«Старше покоління часто показують строгим, критичним, інколи надто консервативним.»

«Частково реальні, частково перебільшені для гумору. Є певна доля правди, але не можна всіх під одну мітлу.»

Коди:

- покоління репрезентуються через поведінку, стиль життя та цінності;
- існує поєднання реальних рис і гумористичного перебільшення;
- стереотипи зберігають частку правди, але не універсальні.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Часто через жарти і короткі відео… конфлікти сімейні або робочі.»

«Короткі відео, рольові замальовки одного дня із життя представника різного покоління… перебільшують поведінку, додають гумор, іноді легке знущання.»

Коди:

- гумор і перебільшення як основні способи репрезентації конфлікту;
- побутові та робочі ситуації як сюжети;
- непорозуміння між поколіннями як джерело конфлікту;
- гумор пом’якшує або підкреслює конфлікт.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Переважно сміх і легке роздратування, якщо контент стає занадто критичним.»

«Більшість контенту гумористичний і безпечний. Провокативні відео можуть посилювати стереотипи або конфлікти.»

«Особисто мене не зачіпало, бо я не відношу це до себе.»

Коди:

- позитивна емоційна реакція: сміх, цікавість;

- легке роздратування при критичному або перебільшеному контенті;
- усвідомлення ризику формування стереотипів;
- персональна дистанція дозволяє уникати особистого зачеплення.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Більше уваги до доброзичливості та взаєморозуміння… спільні проекти, обмін досвідом допомагають зменшити стереотипи.»

Коди:

- потреба у доброзичливому та навчальному контенті;
- важливість спільних проектів і взаєморозуміння;
- емпатія та обмін досвідом як спосіб зменшення конфліктів між поколіннями.

Транскрибування № 7

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 22 хвилини

0:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури і проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю для обробки в узагальненому вигляді вашої важливої для нас думки.

0:47 Р7: Так, надаю.

1:10 М: Як я можу до вас звертатись?

1:32 Р7: Можете звертатись Р7.

1:50 М: Скільки вам років?

1:55 Р7: Мені 19 років.

2:20 М: Якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

2:43 Р7: Найчастіше це Телеграм, ТікТок, Твіттер та Інстаграм.

3:05 М: А чому саме ними?

3:25 Р7: Телеграм для спілкування з рідними та друзями, а також для навчальних питань. ТікТок і Інстаграм щоб розважатися, проводити вільний час, іноді дивитись навчальні матеріали. Твіттер для новин і обговорення тем, які мене цікавлять.

4:05 М: Який контент ви здебільшого переглядаєте або на який звертаєте увагу?

4:35 Р7: Переважно гумористичний контент, також все, що стосується моїх хобі та інтересів. Іноді дивлюсь навчальні матеріали, пов'язані з майбутньою професійною діяльністю. Якщо бачу щось цікаве або корисне, ставлю лайк.

5:15 М: Чи взаємодієте ви з контентом — лайки, коментарі, репости — чи здебільшого лише переглядаєте?

5:45 Р7: Більше переглядаю, лайки ставлю, репости рідко роблю, а коментарі лише коли справді хочу щось додати.

6:20 М: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

6:52 P7: Так, зустрічала часто. Це можуть бути відео про стосунки батьків і дітей, порівняння життя різних поколінь, показують зміни цінностей, звичок і стилю життя.

7:35 M: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

8:05 P7: Міленіали часто показані як ті, хто сильно любить каву і Гаррі Поттера, роблять меми на цю тему. Зумери безвідповідальні, веселі, дуже залежать від соцмереж, часто несерйозні, постійно з телефонами, грають в ігри, дивно одягаються. Але це не правильноо, люди різні, і не можна узагальнювати.

8:55 M: Як вам здається, ці образи наближені до реальності чи швидше перебільшені, карикатурні?

9:20 P7: Є частка правди, але багато перебільшень. Це більше для гумору, щоб було цікаво дивитись.

9:55 M: Як у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

10:25 P7: Часто через жарти, короткі відео. Конфлікти бувають сімейні або робочі. Наприклад, коли твій бос міленіал, а ти зумер, буває складно знайти спільну мову. У соцмережах це подають через гумор, іноді перебільшують ситуації.

11:05 M: Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення?

11:32 P7: Найчастіше це короткі відео або меми, рольові замальовки одного дня з життя представника різного покоління. Часто перебільшують поведінку, додають гумор і легке знущання.

12:15 M: Чи можете пригадати конкретні фрази, меми або відео?

12:48 P7: Точної фрази зараз не згадаю, але часто це щось на кшталт «ти ще малий, щоб зрозуміти» або меми про старших «старі, нічого не розуміють». Гумор є, але частка правди теж.

13:25 M: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами: реальні відмінності чи створені медіа-наративи?

13:50 P7: Думаю, і те, і інше. Покоління дійсно відрізняються між собою, а медіа додає гумору або перебільшення.

14:30 M: Які емоції у вас зазвичай викликає контент, що зображає протиставлення поколінь?

14:58 P7: Переважно сміх, іноді легке роздратування, якщо жарт надто критичний. Якщо ролик доброзичливий цікаво і весело.

15:35 M: Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним чи таким, що може призводити до поділу або упереджень?

16:05 Р7: Більшість контенту гумористичний і безпечний, але провокативні відео можуть посилювати стереотипи.

16:45 М: Чи траплялося вам відчувати, що такий контент зачіпає вас особисто або ваше покоління?

17:05 Р7: Насправді дуже рідко, майже ніколи.

17:35 М: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями — позитивно, негативно чи ніяк?

18:02 Р7: Позитивно. Дорослі блогери і тіктокери можуть комунікувати з молоддю, показувати свій досвід. Це трохи стирає бар'єри та дозволяє більше розуміти один одного.

18:45 М: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню, чи вони швидше поглиблюють стереотипи?

19:15 Р7: Меми і жарти однозначно можуть допомогти. Якщо посміятися разом, виникає позитивне враження, можна подивитись на себе чи інших з іншого боку.

19:55 М: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

20:25 Р7: Важливо пам'ятати, що контент стосується реальних людей. Емпатія, бажання не образити когось має стояти на першому місці. Спільні проекти, обмін досвідом, демонстрація взаєморозуміння допомагають зменшити стереотипи.

21:05 М: Дякую вам за відкритість та участь! Можливо, хочете додати щось, про що ми не згадали, але вважаєте важливим?

21:30 Р7: Так, мені цікаво спостерігати, як різні покоління по-різному реагують на одні й ті ж жарти. Це показує, як впливає контекст і досвід покоління на сприйняття.

22:00 М: Добре, ще раз нагадую, що все було конфіденційно і анонімно.

Кодування №7 (Р7, 19 років)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«Найчастіше це Телеграм, ТікТок, Твіттер та Інстаграм.»

«Телеграм для спілкування з рідними та друзями, а також для навчальних питань. ТікТок і Інстаграм, щоб розважатися, проводити вільний час, іноді дивитись навчальні матеріали. Твіттер для новин і обговорення тем, які мене цікавлять.»

«Переважно гумористичний контент, також все, що стосується моїх хобі та інтересів. Іноді дивлюсь навчальні матеріали… Якщо бачу щось цікаве або корисне, ставлю лайк.»

«Більше переглядаю, лайки ставлю, репости рідко роблю, а коментарі лише коли справді хочу щось додати.»

Коди:

- соціальні платформи виконують різні функції спілкування, розваги, навчання, новини;
- перевага гумористичного та тематичного контенту;
- активність у соцмережах через лайки, рідко коментарі та репости.

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Міленіали часто показані як ті, хто сильно любить каву і Гаррі Поттера, роблять меми на цю тему.»

«Зумери безвідповідальні, веселі, дуже залежать від соцмереж, часто несерйозні, постійно з телефонами, грають в ігри, дивно одягаються. Але це неправильно, люди різні, і не можна узагальнювати.»

«Є частка правди, але багато перебільшень. Це більше для гумору, щоб було цікаво дивитись.»

Коди:

- покоління репрезентуються через стереотипи та культурні маркери;
- гумор і перебільшення як інструмент медіарепрезентації;
- усвідомлення різноманітності індивідів у межах покоління.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Часто через жарти, короткі відео… конфлікти сімейні або робочі.»

«Короткі відео або меми, рольові замальовки одного дня з життя представника різного покоління. Часто перебільшують поведінку, додають гумор і легке знущання.»

Коди:

- гумористичне перебільшення як спосіб демонстрації конфлікту;
- побутові та робочі ситуації як основні сюжети;
- конфлікти між поколіннями відображають непорозуміння і різницю у поведінці.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Переважно сміх, іноді легке роздратування, якщо жарт надто критичний. Якщо ролик доброзичливий — цікаво і весело.»

«Більшість контенту гумористичний і безпечний, але провокативні відео можуть посилювати стереотипи.»

«Насправді дуже рідко, майже ніколи, контент зачіпає особисто.»

Коди:

- позитивна емоційна реакція: сміх, цікавість;
- легке роздратування при критичному або перебільшеному контенті;
- усвідомлення ризику стереотипізації;
- особиста дистанція дозволяє уникати особистого зачеплення.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Важливо пам’ятати, що контент стосується реальних людей. Емпатія, бажання не образити когось має стояти на першому місці.»

«Спільні проекти, обмін досвідом, демонстрація взаєморозуміння допомагають зменшити стереотипи.»

«Мені цікаво спостерігати, як різні покоління по-різному реагують на одні й ті ж жарти. Це показує, як впливає контекст і досвід покоління на сприйняття.»

Коди:

- емпатія і повага до реальних людей як основа збалансованого контенту;
- спільні проекти та обмін досвідом як спосіб зменшення стереотипів;
- контекст і досвід покоління впливають на сприйняття гумору та мемів.

Транскрибування № 8

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 15 хвилин

0:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури і проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю для обробки в узагальненому вигляді вашої важливої для нас думки.

0:48 Р8: Так, надаю.

1:10 М: Як я можу до вас звертатись?

1:23 Р8: Можете Р8.

1:45 М: Скільки вам років?

1:50 Р8: Мені 71 рік.

2:05 М: Якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

2:23 Р8: В основному Телеграм і Тік-Ток.

2:38 М: А що саме ви в них дивитесь?

2:48 Р8: У Телеграмі переважно новини та повідомлення від різних каналів. У Тік-Ток дивлюсь розважальні програми, короткі відео для настрою.

3:15 М: Який контент ви здебільшого переглядаєте або на який звертаєте увагу?

3:35 Р8: Більше дивлюся те, що цікаво і весело. Новини, щоб бути в курсі подій, і легкі відео, щоб відволіктись.

4:05 М: Чи взаємодієте ви з контентом — лайки, коментарі, репости — чи здебільшого лише переглядаєте?

4:18 Р8: В основному лише дивлюся. Лайки ставлю дуже рідко, коментарі майже ніколи не пишу.

4:50 М: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

5:12 Р8: Так, зустрічала. Були відео, де жартували про старших людей, як вони проводять час, як поводяться вдома чи на роботі.

5:47 М: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

6:11 P8: Про старших людей іноді показують, що вони повільні, трохи забобонні, але насправді це показують у гумористичній формі. Молодь часто зображують як веселу, активну, залежну від гаджетів.

6:53 M: Як вам здається, ці образи наближені до реальності чи швидше перебільшені, карикатурні?

7:12 P8: Я думаю, що вони реальні, бо мені показали ситуації, які можуть траплятися насправді. Але іноді, мабуть, перебільшують для ефекту.

7:51 M: Як у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

8:17 P8: Насправді я такого не помічала. Конкретних конфліктів, де молодь свариться зі старшими, я не бачила.

8:56 M: А якщо, наприклад, там вам зустрічалося відео, де діти і батьки спілкуються, і показано їхню взаємодію?

9:26 P8: Такі відео трапляються, але здаються більше вигаданими. Можливо, трохи схоже на реальність, але в основному це створено для розваги.

9:56 M: Яку емоцію у вас викликає такий контент? Більше позитивну чи негативну?

10:18 P8: Він змушує задуматись, оцінити ситуацію. Це не просто смішно чи образливо, а радше для роздумів.

10:53 M: Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним чи таким, що може призводити до поділу або упереджень?

11:12 P8: Більше у позитивну. Я думаю, що люди замислюються, дивляться на ситуацію спокійно і розуміють інших.

11:48 M: Як, на вашу думку, такий контент впливає на взаєморозуміння між поколіннями — позитивно, негативно чи ніяк?

12:13 P8: Більше позитивно. Показує, що різні покоління можуть спілкуватися і розуміти одне одного, якщо все робити правильно.

12:51 M: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

13:15 P8: Треба показувати реалістично, тоді люди бачать правду і не виникає конфліктів. Взаємодія в реальності, спільні моменти між поколіннями, тоді буде зрозуміліше і приємніше.

13:57 M: Дякую вам за відкритість та участь! Можливо, хочете додати щось ще?

14:18 P8: Дякую, більше додати нічого.

14:33 M: Добре, ще раз нагадую, що все було конфіденційно і анонімно.

14:46 P8: Дякую.

Кодування №8 (P8, 71 рік)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«В основному Телеграм і Тік-Ток.»

«У Телеграмі переважно новини та повідомлення від різних каналів. У Тік-Ток дивлюсь розважальні програми, короткі відео для настрою.»

«Більше дивлюся те, що цікаво і весело. Новини, щоб бути в курсі подій, і легкі відео, щоб відволіктись.»

«В основному лише дивлюся. Лайки ставлю дуже рідко, коментарі майже ніколи не пишу.»

Коди:

- соцмережі використовуються для новин, розваг та інформаційного відволікання;
- пасивне споживання контенту, рідкі лайки, практично без коментарів;
- перевага легкого та цікавого контенту для настрою.

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Про старших людей іноді показують, що вони повільні, трохи забобонні, але насправді це показують у гумористичній формі.»

«Молодь часто зображують як веселу, активну, залежну від гаджетів.»

«Я думаю, що вони реальні, бо мені показали ситуації, які можуть траплятися насправді. Але іноді, мабуть, перебільшують для ефекту.»

Коди:

- стереотипні образи старших і молодших поколінь;
- гумористичне перебільшення;
- часткова відповідність реальності, але з додаванням ефекту.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Насправді я такого не помічала. Конкретних конфліктів, де молодь свариться зі старшими, я не бачила.»

«Такі відео трапляються, але здаються більше вигаданими. Можливо, трохи схоже на реальність, але в основному це створено для розваги.»

Коди:

- конфлікт поколінь не сприймається як реальний;
- медіарепрезентація більше вигадана, розважальна;
- реалістичні ситуації рідко зустрічаються.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Він змушує задуматись, оцінити ситуацію. Це не просто смішно чи образливо, а радше для роздумів.»

«Більше у позитивну. Я думаю, що люди замислюються, дивляться на ситуацію спокійно і розуміють інших.»

«Більше позитивно. Показує, що різні покоління можуть спілкуватися і розуміти одне одного, якщо все робити правильно.»

Коди:

- рефлексія та аналітичне сприйняття контенту;
- позитивний вплив на розуміння та емпатію;
- контент викликає роздуми, а не сильні емоції.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Треба показувати реалістично, тоді люди бачать правду і не виникає конфліктів.»

«Взаємодія в реальності, спільні моменти між поколіннями, тоді буде зрозуміліше і приємніше.»

Коди:

- реалістичне зображення взаємодії між поколіннями;
- підкреслення спільного досвіду та практичної взаємодії;
- спрямованість на зменшення конфліктів і збільшення розуміння.

Транскрибування № 9

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 17 хвилин

0:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури і проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю для обробки в узагальненому вигляді вашої важливої для нас думки.

0:47 Р9: Так, звісно, надаю.

1:12 М: Як я можу до вас звертатись?

1:27 Р9: Можете просто Р9.

1:45 М: Скільки вам років?

1:53 Р9: Мені 30 років.

2:10 М: Якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

2:32 Р9: Найчастіше Instagram і Telegram. Це дві платформи, які у мене фактично відкриті цілий день. Іноді ще заглядаю у TikTok, але дуже вибірково.

2:58 М: А що саме ви в них переглядаєте?

3:15 Р9: У Telegram переважно новинні канали, тематичні чати та інформаційні ресурси. Це зараз один із основних джерел новин для мене. У Instagram розважальний і лайфстайл-контент: сторіс друзів, кілька блогерів, на яких підписана. Іноді переглядаю поради по роботі або самоорганізації, але в основному легкий контент, щоб розвантажити голову.

3:58 М: Чи ставите ви там лайки, можливо, пишете коментарі, робите репости?

4:10 Р9: Так, у Instagram ставлю лайки часто, але виключно знайомим або тим, кого реально читаю. Коментарі рідко, тільки коли хочеться підтримати близьку людину або щось уточнити. Репости роблю теж нечасто, але буває, якщо інформація важлива або корисна.

4:52 М: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

5:06 P9: Так, неодноразово. Це зараз доволі популярна тема, особливо коли йдеться про різницю у мисленні, роботі або стилі життя між міленіалами і зумерами.

5:40 M: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

5:58 P9: Про наше покоління, міленіалів, часто говорять як про «серйозних, стабільних, відповідальних» тих, хто застряг між бажанням «жити нормально» і постійною адаптацією до нових умов. Зумерів у соцмережах зображують як більш вільних, легших на підйом, більш відкритих до змін, часом навіть надто експресивних. Іноді їх показують як таких, що швидко приймають рішення й не бояться різких кроків.

6:55 M: Як вам здається, ці образи наближені до реальності чи більше перебільшені, карикатурні?

7:18 P9: Думаю, що вони частково наближені. Є певна правдива основа, але у соцмережах завжди додають перебільшення, бо так воно краще заходить аудиторії. Тому реальність є, але вона спрощена.

7:55 M: Як, на вашу думку, у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

8:18 P9: Останнім часом вона проявляється більш загострено. Часто помітна певна агресія з боку старших поколінь щодо молодших у стилі «ви нічого не розумієте» або «нам було важче». Іноді це подається гумористично, але іноді дуже прямолінійно. Мені здається, що частково це через те, що міленіали втомлені і не завжди готові приймати швидкі зміни, а зумери навпаки хочуть змін швидко і одразу.

9:12 M: Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення?

9:28 P9: Часто бачу відео, де беруть одну життєву ситуацію наприклад, реакцію на роботу, на повсякденні проблеми, на стрес і показують, як би на неї реагувало різне покоління. Це короткі ролики, меми, сторітелінги, іноді порівняння стилів одягу, спілкування, ставлення до грошей.

10:20 M: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами? Реальні відмінності чи створені медіанаративи?

10:38 P9: Там є доля реальності певні особливості поколінь справді існують. Але у більшості випадків соцмережі перебільшують, бо так цікавіше дивитися. Це вже частково медіанаратив, створений заради гумору або хайпу.

11:15 M: Які емоції у вас зазвичай викликає такий контент?

11:30 P9: Якщо чесно, я здебільшого реагую нейтрально. Це не те, що мене може зачепити чи розсмішити сильно. Просто дивлюсь і сприймаю як один із видів розважального контенту.

12:02 M: Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним, чи він може призводити до поділу або упереджень?

12:23 P9: У більшості випадків він гумористичний. Але бувають ситуації, коли жарти переходять межу і вже формують упередження. Особливо якщо люди й без того схильні до стереотипів.

13:00 M: Чи траплялося вам відчувати, що такий контент зачіпає вас особисто або ваше покоління?

13:17 P9: Ні, такого не було. Я не сприймаю це на власний рахунок.

13:42 M: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями — позитивно, негативно чи ніяк?

13:58 P9: Думаю, що в моєму особистому випадку майже ніяк. Мені важко сказати, що контент реально змінює ставлення до інших поколінь.

14:32 M: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню, або навпаки поглиблюють стереотипи?

14:54 P9: У багатьох випадках поглиблюють. Бо люди сприймають жарти як правду, а не просто як формат розваги.

15:28 M: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

15:57 P9: Думаю, що перед тим, як викладати будь-який контент, люди мають думати про наслідки. Про те, як це впливає на інших, і чи не розпалює це ворожнечу. Було б добре робити більш нейтральний, пояснювальний контент, щоб показувати різницю поколінь без засудження. Тоді це точно допомогло б суспільству.

16:45 M: Дякую вам за відкритість та участь. Інтерв'ю конфіденційне та анонімне.

17:05 P9: Дякую вам. Рада була допомогти.

Кодування №9 (P9, 30 років)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«Найчастіше Instagram і Telegram. Це дві платформи, які у мене фактично відкриті цілий день. Іноді ще заглядаю у TikTok, але дуже вибірково.»

«У Telegram переважно новинні канали, тематичні чати та інформаційні ресурси.»

«У Instagram розважальний і лайфстайл-контент: сторіс друзів, кілька блогерів, на яких підписана. Іноді переглядаю поради по роботі або самоорганізації, але в основному легкий контент, щоб розвантажити голову.»

«Так, у Instagram ставлю лайки часто, але виключно знайомим або тим, кого реально читаю. Коментарі рідко, тільки коли хочеться підтримати близьку людину або щось уточнити. Репости роблю теж нечасто, але буває, якщо інформація важлива або корисна.»

Коди:

- соцмережі використовуються для новин, розваг та інформаційного відволікання;
- активне споживання контенту в Instagram і Telegram, вибірково – TikTok;
- лайки вибірково, рідко коментарі та репости;
- перевага легкого та цікавого контенту для розвантаження і відпочинку.

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Про наше покоління, міленіалів, часто говорять як про «серйозних, стабільних, відповідальних», тих, хто застряг між бажанням «жити нормально» і постійною адаптацією до нових умов.»

«Зумерів у соцмережах зображують як більш вільних, легших на підйом, більш відкритих до змін, часом навіть надто експресивних. Іноді їх показують як таких, що швидко приймають рішення й не бояться різких кроків.»

«Думаю, що вони частково наближені. Є певна правдива основа, але у соцмережах завжди додають перебільшення, бо так воно краще заходить аудиторії.»

Коди

- опис характерних рис міленіалів і зумерів;
- часткова відповідність реальності з гумористичним або спрощеним перебільшенням;
- акцент на стереотипах та узагальненнях, що популярні у соцмережах.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Останнім часом вона проявляється більш загострено. Часто помітна певна агресія з боку старших поколінь щодо молодших у стилі «ви нічого не розумієте» або «нам було важче». Іноді це подається гумористично, але іноді дуже прямолінійно.»

«Часто бачу відео, де беруть одну життєву ситуацію наприклад, реакцію на роботу, на повсякденні проблеми, на стрес і показують, як би на неї реагувало різне покоління. Це короткі ролики, меми, сторітелінги, іноді порівняння стилів одягу, спілкування, ставлення до грошей.»

«Там є доля реальності певні особливості поколінь справді існують. Але у більшості випадків соцмережі перебільшують, бо так цікавіше дивитися. Це вже частково медіанаратив, створений заради гумору або хайпу.»

Коди:

- конфлікт поколінь часто подається через гумор, меми, короткі ролики;
- іноді проявляється критика або агресія;
- основа реальна, але соцмережі додають перебільшення для розважального ефекту.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Якщо чесно, я здебільшого реагую нейтрально. Це не те, що мене може зачепити чи розсмішити сильно. Просто дивлюсь і сприймаю як один із видів розважального контенту.»

«У більшості випадків він гумористичний. Але бувають ситуації, коли жарти переходять межу і вже формують упередження. Особливо якщо люди й без того схильні до стереотипів.»

«Ні, такого не було. Я не сприймаю це на власний рахунок.»

Коди:

- нейтральна реакція на контент;
- гумористичний контент, рідко формує упередження;
- особисто себе або своє покоління не зачіпає.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Думаю, що перед тим, як викладати будь-який контент, люди мають думати про наслідки. Про те, як це впливає на інших, і чи не розпалює це ворожнечу.»

«Було б добре робити більш нейтральний, пояснювальний контент, щоб показувати різницю поколінь без засудження. Тоді це точно допомогло б суспільству.»

Коди:

- увага до наслідків контенту для аудиторії;
- створення нейтрального, пояснювального контенту без засудження;
- прагнення до зменшення стереотипів та конфліктів між поколіннями.

Транскрибування № 10

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 18 хвилин

0:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури і проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю для обробки в узагальненому вигляді вашої важливої для нас думки.

0:42 Р10: Так, звичайно, дозволяю. Можемо починати.

1:05 М: Добрий день, як я можу звертатись до вас?

1:22 Р10: Добрий день. Можете звертатись Р10.

1:35 М: Скільки вам років?

1:46 Р10: Мені 32 роки.

1:58 М: Добре, якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

2:11 Р10: Найчастіше Instagram та Telegram. Це мої дві основні платформи, де я проводжу найбільше часу. Instagram це більше про візуальний контент і відпочинок, а Telegram про інформацію та новини.

2:48 М: Який саме контент ви там споживаєте?

2:59 Р10: У Telegram я читаю новини, слідкую за сучасними подіями, оновленнями щодо моєї сфери роботи. Є кілька професійних телеграм-каналів, де діляться корисними матеріалами, аналітикою. У Instagram дивлюся й розважальні сторінки, але загалом більше стежу за тим, що мені потрібно для розвитку.

3:40 М: Добре, чи взаємодієте ви з контентом? Наприклад, лайки, коментарі, репости? Чи здебільшого лише переглядаєте?

3:59 Р10: Найчастіше просто переглядаю. Час від часу ставлю лайки, але це не регулярна активність. Дуже рідко коментую, бо зазвичай не бачу в цьому потреби. Репости також роблю лише тоді, коли інформація здається справді важливою.

4:42 М: Добре, чи зустрічали ви контент меми, жарти, відео чи дискусії які стосуються різних поколінь?

4:58 P10: Так, звісно. Такого контенту зараз багато особливо у форматі коротких жартів або мемів про різницю у світогляді.

5:30 M: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

5:52 P10: Часто показують, що люди після 30 це вже такий собі «олдскул». Що ми спокійніші, серйозніші, десь навіть консервативні у певних речах. І, чесно кажучи, я частково погоджуюсь є у цьому правда.

6:32 M: Як вам здається, ці образи наближені до реальності чи перебільшені або навіть карикатурні?

6:58 P10: Мені здається, що вони перебільшені. Подаються у більш гумористичній, жартівливій формі. Десь це навіть добре, бо подано зі смаком смішно, але без образи. Однак реальність спрощена.

7:40 M: Як, на вашу думку, у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

7:58 P10: Здебільшого у жартівливій формі. Так, щоб люди могли впізнати себе й посміятися над власними особливостями. Не бачу, щоб там була сильна агресія чи реальний конфлікт більше така легка провокація заради сміху.

8:40 M: Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення?

8:58 P10: Часто беруть повсякденні ситуації роботу, спілкування, побут і сильно перебільшують реакції різних поколінь. Роблять це у форматі коротких відео або картинок, де все подається надто драматично або надто «показово». Це така собі гарна, але нереалістична картинка.

9:42 M: Чи можете ви пригадати конкретні фрази?

9:58 P10: Ні, на жаль, не можу пригадати щось конкретне. Пам’ятаю лише загальну атмосферу жартів, не окремі цитати.

10:18 M: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами: реальні відмінності між поколіннями чи створені медіанаративи?

10:39 P10: Думаю, це суміш. Є певні реальні відмінності різне виховання, різний досвід, різні умови життя. Але соцмережі все це підсилюють, щоб зробити контент більш вірусним і цікавим. Тож багато це медіанаративи, створені спеціально для ефекту.

11:25 M: Які емоції у вас зазвичай викликає контент, що зображає протиставлення поколінь?

11:45 P10: Переважно позитивні або нейтральні. Це гумор, він не викликає в мене роздратування. Мені це здається легким і спокійним, не чимось конфліктним.

12:22 M: Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним, чи таким, що може призводити до поділу або упереджень?

12:40 P10: Швидше гумористичним. Я не бачу в ньому загрози. Люди більше сміються, ніж сваряться.

13:08 M: Чи траплялося вам відчувати, що такий контент зачіпає вас особисто або ваше покоління?

13:23 P10: Ні, такого не було. Я до такого ставлюся легко і не сприймаю на себе.

13:46 M: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями — позитивно, негативно чи ніяк?

14:05 P10: Впливають, однозначно. Але все залежить від того, який саме контент людина споживає і як вона до цього ставиться. Якщо людина легко реагує на жарти це скоріше зближує. Якщо ж вона сприймає все надто серйозно може бути й негатив.

14:52 M: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню, або вони швидше поглиблюють стереотипи?

15:10 P10: На мою думку, навпаки вони сприяють взаємодії. Через гумор люди легше знаходять спільну мову. Сміх часто стирає межі, у тому числі й між поколіннями.

15:55 M: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

16:10 P10: Толерантність, однозначно. І вміння людей ставитися до життя з гумором, легше сприймати ситуації. Не робити з дрібниць трагедію тоді й контент буде приємнішим і конструктивнішим.

16:55 M: Дякую вам за відкритість та участь. Можливо, ви хочете додати ще щось, про що ми не згадали, але ви вважаєте важливим?

17:15 P10: Ні, дякую. Мені немає що додати, усе обговорили.

17:32 M: Добре, дякую.

Кодування P10 (32 роки)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«Найчастіше Instagram та Telegram. Це мої дві основні платформи, де я проводжу найбільше часу.»

«Instagram це більше про візуальний контент і відпочинок, а Telegram про інформацію та новини.»

«У Telegram я читаю новини, слідкую за сучасними подіями, оновленнями щодо моєї сфери роботи. Є кілька професійних телеграм-каналів, де діляться корисними матеріалами, аналітикою. У Instagram дивлюся й розважальні сторінки, але загалом більше стежу за тим, що мені потрібно для розвитку.»

«Найчастіше просто переглядаю. Час від часу ставлю лайки, але це не регулярна активність. Дуже рідко коментую… Репости також роблю лише тоді, коли інформація здається справді важливою.»

Коди:

- використання соцмереж для новин, професійного розвитку та розваг;
- переважно пасивне споживання контенту, рідкі лайки та коментарі;
- розмежування платформ за типом контенту (Instagram — розваги, Telegram інформація).

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Часто показують, що люди після 30 — це вже такий собі «олдскул». Спокійніші, серйозніші, десь навіть консервативні у певних речах.»

«Мені здається, що вони перебільшені. Подаються у більш гумористичній, жартівливій формі… Однак реальність спрощена.»

Коди:

- стереотипні образи старших поколінь (серйозні, «олдскул»);
- гумористичне перебільшення, легка жартівлива подача;
- часткова відповідність реальності, але спрощена.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Здебільшого у жартівливій формі. Так, щоб люди могли впізнати себе й посміятися над власними особливостями. Не бачу сильної агресії чи реального конфлікту…»

«Часто беруть повсякденні ситуації — роботу, спілкування, побут і сильно перебільшують реакції різних поколінь.»

«Думаю, це суміш. Є певні реальні відмінності, але соцмережі все це підсилюють, щоб зробити контент більш вірусним і цікавим. Багато — медіанаративи для ефекту.»

Коди:

- конфлікт поколінь у соцмережах подається переважно жартівливо;
- перебільшення повсякденних ситуацій для ефекту та гумору;
- поєднання реальних відмінностей поколінь і медіанаративів.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Переважно позитивні або нейтральні. Це гумор, він не викликає роздратування. Мені це здається легким і спокійним.»

«Швидше гумористичним. Я не бачу в ньому загрози. Люди більше сміються, ніж сваряться.»

«На мою думку, навпаки, вони сприяють взаємодії. Через гумор люди легше знаходять спільну мову. Сміх стирає межі, у тому числі й між поколіннями.»

Коди:

- позитивне або нейтральне емоційне сприйняття контенту;
- гумор сприяє діалогу та зменшенню стереотипів;
- контент не викликає сильних негативних емоцій.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Толерантність, однозначно. І вміння людей ставитися до життя з гумором, легше сприймати ситуації. Не робити з дрібниць трагедію…»

Коди:

- важливість толерантності та гумору у створенні контенту;
- легке та конструктивне подання інформації;
- спрямованість на зменшення конфліктів та покращення взаєморозуміння.

Транскрибування № 11

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 21 хвилину

0:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури і проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю для обробки в узагальненому вигляді вашої важливої для нас думки.

0:41 Р11: Так, я не проти, можете записувати. Можемо починати.

1:12 М: Як я можу до вас звертатись?

1:25 Р11: Звертайтесь — Р11.

1:39 М: Скільки вам повних років?

1:52 Р11: Мені 28 років.

2:10 М: Добре, якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

2:29 Р11: Найчастіше користуюся Instagram, TikTok і Telegram. Кожна мережа для свого: Instagram для візуального контенту й новин від друзів, TikTok для розслаблення та трендів, а Telegram для практичної інформації, роботи та новин.

3:15 М: Який саме контент ви там споживаєте?

3:37 Р11: У TikTok переважно короткі відео, гумор, інколи корисні поради щодо роботи чи самоорганізації. В Instagram сторіз і довші пости, щось про стиль життя, інколи психологію. У Telegram новини, аналітика, тематичні канали. Тобто контент дуже змішаний, від розважального до більш серйозного.

4:28 М: Чи взаємодієте ви з контентом лайки, коментарі, репости чи здебільшого лише переглядаєте?

4:49 Р11: Здебільшого переглядаю, але буває, що ставлю лайки або зберігаю корисне. Коментую рідко, хіба що коли контент справді зачіпає або коли це сторінки знайомих.

5:32 М: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

5:58 P11: Так, дуже часто. Особливо в TikTok там постійно з'являються ролики про різницю між поколіннями, як вони поводяться, реагують, що їм важливо чи смішно. Це один із популярних форматів.

6:41 M: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

7:05 P11: Зазвичай молодших подають як людей, які надто чутливі, емоційні, залежні від гаджетів. Старших як більш «серйозних», «правильних», інколи навіть занадто строгих. Міленіали часто зображають як покоління між двома світами, які постійно втомлені, але намагаються все тягнути.

7:55 M: Як вам здається, ці образи наближені до реальності чи перебільшені або карикатурні?

8:14 P11: Вони сильно перебільшені. Є частка правди, але в реальному житті все набагато складніше. Люди дуже різні, незалежно від віку. У соцмережах ці риси перебільшують, бо це працює на гумор.

9:02 M: Як, на вашу думку, у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

9:27 P11: Найчастіше через гумор. Меми, короткі відео, порівняння. Вони рідко спрямовані на справжнє протиставлення більше на те, щоб зробити контраст смішним. Але інколи в коментарях видно, що люди сприймають це серйозно, і тоді виникають суперечки.

10:18 M: Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення?

10:42 P11: Дуже типово порівняння реакцій на роботу, освіту, способи самовираження, стиль одягу, ставлення до грошей. Часто показують, як молоді хочуть свободи і балансу, а старші стабільності.

11:33 M: Чи можете ви пригадати конкретні фрази?

11:55 P11: Наприклад: «Ото в наш час…» це типовий початок для старших. Або меми типу «коли ти пояснюєш щось батькам і вони натискають не туди».

12:32 M: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами реальні відмінності між поколіннями чи створені медіанаративи?

12:58 P11: Це мікс. Є реальні відмінності досвід, умови, в яких люди виростали. Але соцмережі їх спрощують і роблять більш однозначними. Іноді навіть виглядає так, ніби різниця більша, ніж насправді.

13:49 M: Які емоції у вас зазвичай викликає контент, що зображає протиставлення поколінь?

14:05 P11: Здебільшого позитивні посміхаюся, впізнаю якісь моменти. Іноді трохи дратує, коли сильно узагальнюють, але загалом сприймаю легко.

14:48 M: Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним, чи таким, що може призводити до поділу або упереджень?

15:12 P11: Якщо сприймати адекватно він безпечний. Але деякі люди можуть робити з цього висновки про «все покоління», і тоді виникають стереотипи.

16:02 M: Чи траплялося вам відчувати, що такий контент зачіпає вас особисто або ваше покоління?

16:18 P11: Ні, особисто мене ні. Я ставлюся до цього як до творчої гри, не як до реальної оцінки.

16:55 M: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями позитивно, негативно чи ніяк?

17:15 P11: Так, однозначно впливають. З одного боку можуть зближувати, бо дозволяють зрозуміти іншу перспективу. З іншого можуть підсилювати стереотипи. Але загалом я бачу більше позитиву, бо люди мають можливість бачити різні стилі життя.

18:08 M: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню між поколіннями?

18:29 P11: Так, можуть. Через гумор легше почати розмову. Це спосіб показати різницю м’яко, без конфлікту. Багатьох це навіть зближує.

19:12 M: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

19:38 P11: Можливо, більше контенту, де представники різних поколінь роблять щось разом, наприклад, обмінюються досвідом, навчають одне одного чи просто спілкуються. Це показувало б реальні точки дотику, а не тільки різницю.

20:25 M: Дякую вам за відкритість та участь. Можливо, хочете додати щось ще?

20:42 P11: Мабуть, лише те, що тема поколінь дуже цікава цікава, мені сподобалось.

21:10 M: Добре, дуже дякую вам!

Кодування P11 (28 років)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«Найчастіше користуюся Instagram, TikTok і Telegram. Кожна мережа для свого: Instagram для візуального контенту й новин від друзів, TikTok для

розслаблення та трендів, а Telegram для практичної інформації, роботи та новин.»

«У TikTok переважно короткі відео, гумор, інколи корисні поради щодо роботи чи самоорганізації. В Instagram сторіз і довші пости, щось про стиль життя, іноді психологію. У Telegram новини, аналітика, тематичні канали.»

«Здебільшого переглядаю, але буває, що ставлю лайки або зберігаю корисне. Коментую рідко, хіба що коли контент справді зачіпає або знайомі.»

Коди

- використання соцмереж для новин, професійної інформації та розваг;
- переважно пасивне споживання контенту, рідкі лайки та коментарі;
- різні платформи використовуються для різного типу контенту (Instagram візуальний, TikTok гумор, Telegram новини та аналітика).

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Молодших подають як людей, які надто чутливі, емоційні, залежні від гаджетів. Старших — більш «серйозних», «правильних», інколи навіть занадто строгих. Міленіали часто зображають як покоління між двома світами, які постійно втомлені, але намагаються все тягнути.»

«Вони сильно перебільшені. Є частка правди, але в реальному житті все набагато складніше… У соцмережах ці риси перебільшують, бо це працює на гумор.»

Коди:

- стереотипні образи молодших і старших поколінь;
- гумористичне перебільшення рис;
- часткова відповідність реальності, але спрощена та узагальнена.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Найчастіше через гумор. Меми, короткі відео, порівняння… Рідко спрямовані на справжнє протиставлення.»

«Але інколи в коментарях видно, що люди сприймають це серйозно, і тоді виникають суперечки.»

«Це мікс. Є реальні відмінності — досвід, умови, в яких люди виростали. Але соцмережі їх спрощують і роблять більш однозначними.»

Коди:

- конфлікт поколінь подається переважно гумористично;
- можливі суперечки у коментарях при серйозному сприйнятті;
- поєднання реальних відмінностей та медіанаративів для ефекту.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Здебільшого позитивні — посміхаюся, впізнаю якісь моменти. Іноді трохи дратує, коли сильно узагальнюють, але загалом сприймаю легко.»

«Якщо сприймати адекватно — він безпечний. Але деякі люди можуть робити з цього висновки про «все покоління», і тоді виникають стереотипи.»

«Через гумор легше почати розмову. Це спосіб показати різницю м’яко, без конфлікту. Багатьох це навіть зближує.»

Коди:

- переважно позитивне або нейтральне емоційне сприйняття;
- гумор сприяє легкому сприйняттю і діалогу між поколіннями;
- контент не викликає сильних негативних емоцій, але можливе виникнення стереотипів у певних випадках.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Можливо, більше контенту, де представники різних поколінь роблять щось разом, обмінюються досвідом, навчають одне одного чи просто спілкуються. Це показувало б реальні точки дотику, а не тільки різницю.»

Коди:

- підкреслення спільної діяльності та обміну досвідом;
- створення контенту, який демонструє точки дотику, а не лише різницю;
- спрямованість на покращення взаєморозуміння та зменшення конфліктів.

Транскрибування № 12

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 21 хвилину

0:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури і проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю для обробки в узагальненому вигляді вашої важливої для нас думки.

0:47 Р12: Так, даю дозвіл на запис. Не заперечую.

1:15 М: Як я можу до вас звертатись?

1:28 Р12: Можете звертатись Р12.

1:42 М: Скільки вам років?

1:55 Р12: Мені 50 років.

2:11 М: Добре, якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

2:27 Р12: Найчастіше користуюсь Facebook, Telegram і YouTube. Facebook для спілкування та новин, Telegram для інформаційних каналів і робочих чатів, YouTube для довших відео, інтерв'ю, пояснювальних роликів. Інколи заходжу в Instagram, але рідше.

3:12 М: Який саме контент ви там споживаєте?

3:32 Р12: Дивлюсь новини, аналітику, огляди. На YouTube відео про сучасні технології, політичні події, документальні фільми. В Facebook пости друзів, тематичні групи, інколи гумористичні сторінки. У Telegram здебільшого корисна інформація, новинні канали, іноді щось легке чи жартівливе.

4:25 М: Чи взаємодієте ви з контентом лайки, коментарі, репости — чи здебільшого лише переглядаєте?

4:48 Р12: Взаємодію, але помірно. Лайки ставлю часто, коли контент справді цікавий. Коментарі пишу рідко, тільки коли тема близька або є що додати. Репости ще рідше, тільки якщо інформація здається важливою.

5:32 М: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

5:55 P12: Так, постійно. Особливо на Facebook і YouTube відео про те, як поводяться різні покоління, меми про «міленіалів», «зумерів», моє покоління «бебі-бумерів». Це досить поширена тема.

6:40 М: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

7:03 P12: Молодших часто зображують як дуже швидких, технологічних, але емоційно нестабільних. Старших як тих, що «не розуміють гаджетів» або живуть за старими правилами. Це все подається з елементами перебільшення.

7:55 М: Як вам здається, ці образи наближені до реальності, чи перебільшені або карикатурні?

8:19 P12: Здебільшого перебільшені. Є певні реальні тенденції, але соцмережі спрощують усе до рівня жарту. У житті я бачу різних людей є молоді, які мудріші за деяких дорослих, і є старші, які прекрасно орієнтуються в технологіях. У соцмережах цього різноманіття не видно.

9:05 М: Як, на вашу думку, у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

9:30 P12: Найчастіше у вигляді жартів і мемів. Інколи у коментарях, де люди реально сперечаються, хто правильніший. Але здебільшого контент не про справжній конфлікт, а про різницю стилів життя, сприйняття і цінностей.

10:18 М: Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення?

10:43 P12: Дуже популярні порівняння хто як працює, як спілкується, як реагує на труднощі. Наприклад, молодь часто показують як тих, хто хоче менше працювати і більше відпочивати, а старших як тих, хто не дозволяє собі слабкості. Або сюжети про різницю в тому, як покоління виховує дітей чи ставиться до грошей.

11:33 М: Чи можете ви пригадати конкретні фрази?

11:55 P12: Часто зустрічаю «У наш час такого не було», «Молодь зараз нічого не хоче», «Бумери проти зумерів». Це такі типові штампи, які всі впізнають.

12:32 М: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами: реальні відмінності між поколіннями чи створені медіанаративи?

12:58 P12: І те, і інше. Є певні реальні відмінності ми справді росли в різні часи, з різною культурою та економічною ситуацією. Але медіа роблять із цього сенсацію, подають у вигляді простих контрастів, щоб було смішно і зрозуміло.

13:49 М: Які емоції у вас зазвичай викликає контент, що зображає протиставлення поколінь?

14:09 P12: Здебільшого усмішка. Частину сприймаю з гумором, частину з дистанцією. Іноді є легке роздратування, коли все надто спрощують або коли приписують цілій групі людей певні риси, але загалом я спокійно ставлюсь.

14:48 M: Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним, чи таким, що може призводити до поділу або упереджень?

15:12 P12: Він, скоріше, безпечний, якщо люди критично мислять. Але для когось може створювати стереотипи.

16:01 M: Чи траплялося вам відчувати, що такий контент зачіпає вас особисто або ваше покоління?

16:20 P12: Особисто мене ні. Але бачу, як деякі мої знайомі реагують емоційно, коли їх покоління подають як застаріле або повільне. Я сприймаю це як жарт.

16:55 M: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями позитивно негативно чи ніяк?

17:17 P12: Я думаю по різному. Якщо контент якісний і чесний він допомагає зрозуміти інший досвід. Якщо поверхневий або токсичний може навпаки віддаляти. Але загалом соцмережі створюють можливість діалогу, і це вже позитив.

18:10 M: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню між поколіннями?

18:32 P12: Можуть. Гумор це універсальна мова. Через нього легше обговорювати незручні теми. Жарти знімають напругу, і часто люди починають дивитися один на одного з меншою категоричністю.

19:15 M: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

19:37 P12: Мені здається, важливо показувати ситуації, де різні покоління взаємодіють на рівних, діляться досвідом. Не просто сміятись над різницею, а показувати її як ресурс. Контент про співпрацю, а не протиставлення, був би найкориснішим.

20:24 M: Дякую вам за відкритість та участь. Можливо, хочете додати щось ще?

20:41 **P12:** Ні.

20:52 **M:** Дякую!

Кодування P12 (50 років)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«Найчастіше користуюсь Facebook, Telegram і YouTube. Facebook для спілкування та новин, Telegram для інформаційних каналів і робочих чатів, YouTube для довших відео, інтерв'ю, пояснювальних роликів.»

«Дивлюсь новини, аналітику, огляди. На YouTube відео про сучасні технології, політичні події, документальні фільми. В Facebook пости друзів, тематичні групи, інколи гумористичні сторінки. У Telegram здебільшого корисна інформація, новинні канали, іноді щось легке чи жартівливе.»

«Взаємодію, але помірно. Лайки ставлю часто, коли контент справді цікавий. Коментарі пишу рідко… Репости ще рідше.»

Коди:

- використання соцмереж для новин, професійної та розважальної інформації;
- помірна взаємодія з контентом: лайки частіше, коментарі й репости рідко;
- різні платформи для різного типу контенту (Facebook спілкування, YouTube навчально-розважальне відео, Telegram інформація).

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Молодших часто зображують як дуже швидких, технологічних, але емоційно нестабільних. Старших — як тих, що «не розуміють гаджетів» або живуть за старими правилами. Це все подається з елементами перебільшення.»

«Здебільшого перебільшені. Є певні реальні тенденції, але соцмережі спрощують усе до рівня жарту. У житті я бачу різних людей… У соцмережах цього різноманіття не видно.»

Коди:

- стереотипні образи молодших і старших поколінь;
- перебільшення та гумор у поданні рис;
- реальні відмінності спрощені, різноманіття людей не відображається.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Найчастіше у вигляді жартів і мемів. Інколи у коментарях, де люди реально сперечаються… Але здебільшого контент не про справжній конфлікт, а про різницю стилів життя, сприйняття і цінностей.»

«І те, і інше. Є певні реальні відмінності — ми справді росли в різні часи, з різною культурою та економічною ситуацією. Але медіа роблять із цього сенсацію, подають у вигляді простих контрастів.»

Коди:

- конфлікт поколінь здебільшого гумористичний, не реальний;
- коментарі можуть проявляти реальні суперечки;
- поєднання реальних відмінностей та медіанаративів для ефекту.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Здебільшого усмішка. Частину сприймаю з гумором, частину з дистанцією. Іноді є легке роздратування…»

«Він, скоріше, безпечний, якщо люди критично мислять. Але для когось може створювати стереотипи.»

«Можуть. Гумор — це універсальна мова. Через нього легше обговорювати незручні теми…»

Коди:

- переважно позитивне або нейтральне сприйняття;
- гумор сприяє легкому сприйняттю та обговоренню;
- можливе виникнення стереотипів у певних випадках.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Важливо показувати ситуації, де різні покоління взаємодіють на рівних, діляться досвідом. Не просто сміятись над різницею, а показувати її як ресурс. Контент про співпрацю, а не протиставлення, був би найкориснішим.»

Коди

- підкреслення спільної діяльності та обміну досвідом;
- показати різницю як ресурс, а не конфлікт;
- спрямованість на покращення взаєморозуміння та конструктивну взаємодію.

Транскрибування № 13

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 20 хвилин

0:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури і проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю для обробки в узагальненому вигляді вашої важливої для нас думки.

0:42 Р13: Так, звісно, можна записувати.

1:05 М: Як я можу до вас звертатись?

1:18 Р13: Можете просто Р13.

1:32 М: Скільки вам повних років?

1:43 Р13: Мені 63 роки.

2:02 М: Якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

2:18 Р13: Здебільшого Facebook і Telegram. Іноді YouTube для довших відео та новин. Instagram використовую рідко, здебільшого для перегляду фотографій та коротких роликів друзів.

2:54 М: Який саме контент ви там споживаєте?

3:12 Р13: У Facebook читаю новини, групові обговорення, іноді меми. Telegram це інформаційні канали та повідомлення від колег і знайомих. На YouTube дивлюсь історичні відео, документальні фільми, огляди політичних подій. Загалом більше цікавить зміст, ніж розваги.

3:55 М: Чи взаємодієте ви з контентом лайки, коментарі, репости чи здебільшого лише переглядаєте?

4:12 Р13: В основному переглядаю. Лайки ставлю рідко, репости і коментарі практично не пишу, хіба якщо це щось дуже цікаве або важливе для знайомих.

4:57 М: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

5:19 Р13: Так, зустрічав. Часто це жартівливі ролики про молодь і людей мого віку, як ми по-різному реагуємо на технології або нові тренди.

5:52 М: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

6:22 Р13: Молодь показують як швидких, енергійних, але дещо безтурботних. Мій вік як людей повільних, консервативних, що важко пристосовуються до змін. Іноді старше покоління показують дуже перебільшено ніби ми нічого не розуміємо, весь час сваримося з молоддю. Але все це у гумористичній формі.

7:13 М: Як вам здається, ці образи наближені до реальності, чи перебільшені або карикатурні?

7:33 Р13: Більшість перебільшені. Десь є реальні риси, але соцмережі їх спрощують. Молодь не завжди безтурботна, ми не завжди консервативні. Люди різні, а контент часто показує крайності.

8:14 М: Як у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

8:41 Р13: Здебільшого через жарти і меми. Рідко бачу реальні суперечки. Наприклад, відео про те, як молодь і старші по-різному ставляться до роботи, техніки чи способу життя. Це швидше гумор, ніж конфлікт.

9:22 М: Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення?

9:51 Р13: Часто короткі ролики з побутових ситуацій як молодь користується гаджетами, а старші намагаються зрозуміти технології, або хто як проводить час у вихідні. Також популярні жарти про різницю у сприйнятті музики, моди, роботи.

10:34 М: Чи можете ви пригадати конкретні фрази?

10:53 Р13: Найчастіше «Молодь зараз нічого не хоче робити», «Бумери не розуміють сучасний світ».

11:27 М: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами реальні відмінності між поколіннями чи створені медіанаративи?

11:56 Р13: І те, і інше. Є реальні культурні та технологічні відмінності, але медіа підсилюють їх для розваги і комічного ефекту.

12:39 М: Які емоції у вас зазвичай викликає контент, що зображає протиставлення поколінь?

13:05 Р13: Здебільшого сміх і легке роздратування, коли перебільшують. Іноді роздуми, чому ми такі різні, і як можна краще зрозуміти один одного.

13:52 М: Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним, чи таким, що може призводити до поділу або упереджень?

14:17 Р13: В основному гумористичним. Але для когось, хто сприймає все буквально, може поглиблювати стереотипи.

14:51 М: Чи траплялося вам відчувати, що такий контент зачіпає вас особисто або ваше покоління?

15:15 Р13: Ні, особисто мене ні. Сприймаю як жарт, але бачу, що для деяких людей це серйозніше.

15:48 М: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями позитивно негативно чи ніяк?

16:15 Р13: Впливають, і здебільшого позитивно. Це спосіб побачити, як інші покоління думають і живуть.

16:47 М: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню між поколіннями?

17:21 Р13: Так, гумор зближує. Жарти дозволяють говорити про різницю без конфлікту, легше порозумітися, знайти спільні теми.

17:45 М: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

18:27 Р13: Показувати реальні приклади взаємодії, співпраці, де молодь і старші разом вирішують проблеми. Контент, який не просто сміється над різницею, а демонструє взаємоповагу.

19:07 М: Дякую вам за відкритість та участь! Можливо, хочете додати ще щось?

19:30 Р13: Ні, більше додати нічого

19:41 М: Дякую!

Кодування Р13 (63 роки)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«Здебільшого Facebook і Telegram. Іноді YouTube для довших відео та новин. Instagram використовую рідко…»

«У Facebook читаю новини, групові обговорення, іноді меми. Telegram — інформаційні канали та повідомлення від колег і знайомих. На YouTube дивлюсь історичні відео, документальні фільми, огляди політичних подій.»

«В основному переглядаю. Лайки ставлю рідко, репости і коментарі практично не пишу.»

Коди:

- використання соцмереж для інформації та новин, менше — розваг;
- обмежена взаємодія з контентом (лайки рідко, коментарі та репости майже не пише);
- різні платформи для різних типів контенту (Facebook новини, групи, Telegram інформація, YouTube навчальні,аналітичні відео).

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Молодь показують як швидких, енергійних, але дещо безтурботних. Мій вік як людей повільних, консервативних, що важко пристосовуються до змін.»

«Іноді старше покоління показують дуже перебільшено… Але все це у гумористичній формі.»

«Більшість перебільшені… Люди різні, а контент часто показує крайності.»

Коди:

- стереотипні та перебільшені образи молодших і старших;
- гумористична подача;
- реальні риси присутні, але контент часто показує крайності.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Здебільшого через жарти і меми. Рідко бачу реальні суперечки… Це швидше гумор, ніж конфлікт.»

«І те, і інше. Є реальні культурні та технологічні відмінності, але медіа підсилюють їх для розваги і комічного ефекту.

Коди:

- конфлікт поколінь у соцмережах переважно гумористичний;
- реальні відмінності є, але підсилюються медіа;
- суперечки у коментарях рідкісні.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Здебільшого сміх і легке роздратування, коли перебільшують. Іноді роздуми, чому ми такі різні, і як можна краще зрозуміти один одного.»

«В основному гумористичним. Але для когось, хто сприймає все буквально, може поглиблювати стереотипи.»

«Так, гумор зближує. Жарти дозволяють говорити про різницю без конфлікту…»

Коди:

- переважно гумор, сміх і легке роздратування;
- сприйняття контенту як безпечного, але можливе формування стереотипів;
- гумор сприяє діалогу та зближенню поколінь.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Показувати реальні приклади взаємодії, співпраці, де молодь і старші разом вирішують проблеми. Контент, який не просто сміється над різницею, а демонструє взаємоповагу.

Коди:

- підкреслення співпраці та взаємоповаги між поколіннями;
- акцент на реальних прикладах взаємодії;
- контент повинен демонструвати спільні цінності та конструктивну взаємодію.

Транскрибування № 14

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 20 хвилин

0:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури і проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю для обробки в узагальненому вигляді вашої важливої для нас думки.

0:42 Р14: Так, можна записувати.

1:05 М: Як я можу до вас звертатись?

1:18 Р14: Можете Р14.

1:32 М: Скільки вам повних років?

1:45 Р14: Мені 52 роки.

2:00 М: Якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

2:18 Р14: Здебільшого Facebook та Telegram. Також інколи заходжу в Instagram, щоб дивитися фотографії та короткі відео друзів. Нові платформи типу TikTok практично не використовую, бо мені більше цікава інформація, ніж розваги.

2:56 М: Який саме контент ви там споживаєте?

3:12 Р14: В Facebook читаю новини, статті, беру участь у групових обговореннях. У Telegram це інформаційні канали, новини та професійні групи, пов'язані з роботою. У Instagram переглядаю короткі розважальні відео або фотографії знайомих, більше для настрою.

3:52 М: Чи взаємодієте ви з контентом лайки, коментарі, репости — чи здебільшого лише переглядаєте?

4:12 Р14: В основному лише переглядаю. Лайки ставлю рідко, коментарі пишу дуже обмежено, зазвичай лише якщо тема дуже близька або цікава мені чи моїм друзям.

4:57 М: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

5:22 P14: Так, зустрічала. Часто це короткі ролики або меми, де показують, як молодь і старші по-різному сприймають технології, моду, роботу, сімейні ситуації.

5:53 M: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

6:20 P14: Молодь зазвичай показують як енергійну, активну, але іноді легковажну. Мій вік як людей більш стриманих, обережних, з певними принципами. Старше покоління іноді висміюють як консервативне, що не розуміє сучасних тенденцій, але при цьому показують і позитивні риси мудрість, досвід, спокій.

7:08 M: Як вам здається, ці образи наближені до реальності, чи перебільшені або карикатурні?

7:29 P14: Більшість перебільшені. Є частка правди, але соцмережі люблять спрощувати і перебільшувати для гумору. Молодь не завжди легковажна, а старші не завжди консервативні.

8:17 M: Як у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

8:42 P14: Здебільшого через жарти або короткі відео, де показано різні погляди на одні й ті ж ситуації. Часто це побутові приклади робота з комп'ютерами, ставлення до гаджетів, сімейні ситуації. Рідко бачу справжні конфлікти.

9:24 M: Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення?

9:52 P14: Короткі ролики, де одна й та ж ситуація показана з точки зору молодих і старших. Жарти про невміння старших користуватися гаджетами або про швидкість реакцій молоді. Іноді порівнюють, як ми відпочиваємо, що слухаємо чи як сприймаємо моду.

10:36 M: Чи можете ви пригадати конкретні фрази?

10:52 P14: Часто зустрічаються такі штампи, як «Молодь зараз нічого не робить серйозно», «Старші не розуміють сучасний світ», або «Бумери завжди скаржаться». Це все подано в гумористичному ключі.

11:32 M: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами: реальні відмінності між поколіннями чи створені медіанаративи?

11:48 P14: Є реальні відмінності, але медіа підсилюють їх для сміху і перегляду. Люди люблять спрощені образи, щоб швидко зрозуміти контекст.

12:40 M: Які емоції у вас зазвичай викликає контент, що зображає протиставлення поколінь?

13:05 P14: Часто сміх, іноді легке роздратування, коли перебільшено. Але здебільшого це викликає роздуми, як краще розуміти інших і бути терпимішими.

13:38 M: Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним, чи таким, що може призводити до поділу або упереджень?

14:12 P14: Більшість гумористичні та безпечні. Але для людей, які сприймають усе буквально, це може закріплювати стереотипи.

14:46 M: Чи траплялося вам відчувати, що такий контент зачіпає вас особисто або ваше покоління?

15:13 P14: Ні, особисто мене не зачіпає. Я дивлюся з гумором і критичним підходом.

15:46 M: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями позитивно негативно чи ніяк?

16:06 P14: Впливають позитивно, якщо люди критично ставляться до контенту. Через жарти та меми можна краще зрозуміти іншу сторону.

16:38 M: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню між поколіннями?

17:20 P14: Так, гумор зближує.

17:37 M: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

18:25 P14: Показувати реальні історії взаємодії, де молодь і старші допомагають один одному, працюють разом. Важливо підкреслювати взаємоповагу, а не лише різницю.

19:05 M: Дякую вам за відкритість та участь! Можливо, хочете додати ще щось?

19:27 P14: Мені здається, що варто більше фокусуватися на спільних цінностях і інтересах, а не тільки на різниці, тоді конфлікти зменшуються.

19:50 M: Дякую вам!

Кодування P14 (52 роки)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«Здебільшого Facebook та Telegram. Також інколи заходжу в Instagram… Нові платформи типу TikTok практично не використовую, бо мені більше цікава інформація, ніж розваги.»

«В Facebook читаю новини, статті, беру участь у групових обговореннях. У Telegram — інформаційні канали, новини та професійні групи…»

«В основному лише переглядаю. Лайки ставлю рідко, коментарі пишу дуже обмежено…»

Коди:

- перевага інформаційного та професійного контенту над розважальним;
- обмежена взаємодія з контентом (лайки, коментарі рідко);
- різні платформи для різного контенту (Facebook новини,групи, Telegram інформація, професійні групи, Instagram короткі відео друзів).

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Молодь зазвичай показують як енергійну, активну, але іноді легковажну. Мій вік як людей більш стриманих, обережних…»

«Старше покоління іноді висміюють як консервативне… але при цьому показують і позитивні риси — мудрість, досвід, спокій.»

«Більшість перебільшені. Є частка правди, але соцмережі люблять спрощувати і перебільшувати для гумору.»

Коди:

- стереотипні, перебільшені образи;
- гумористична подача;
- позитивні риси старшого покоління також іноді підкреслюються;
- реальні риси присутні, але контент спрощує складність.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Здебільшого через жарти або короткі відео, де показано різні погляди на одні й ті ж ситуації… Рідко бачу справжні конфлікти.

«Є реальні відмінності, але медіа підсилюють їх для сміху і перегляду.»

Коди:

- конфлікт поколінь у соцмережах переважно гумористичний;
- реальні відмінності існують, але медіа підкреслюють їх;
- рідкі реальні суперечки.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Часто сміх, іноді легке роздратування… здебільшого це викликає роздуми, як краще розуміти інших і бути терпимішими.»

«Більшість гумористичні та безпечні. Але для людей, які сприймають усе буквально, це може закріплювати стереотипи.»

«Так, гумор зближує.»

Коди:

- переважно гумор, сміх; легке роздратування при перебільшенні;
- контент здебільшого безпечний, але можливе формування стереотипів;

- гумор сприяє діалогу та взаєморозумінню.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Показувати реальні історії взаємодії, де молодь і старші допомагають один одному, працюють разом. Важливо підкреслювати взаємоповагу, а не лише різницю.»

«Мені здається, що варто більше фокусуватися на спільних цінностях і інтересах, а не тільки на різниці, тоді конфлікти зменшуються.»

Коди:

- підкреслення взаємоповаги та спільної діяльності між поколіннями;
- акцент на спільних цінностях і інтересах;
- контент повинен показувати співпрацю, а не лише різницю.

Транскрибування № 15

Формат інтерв'ю: онлайн, на платформі Zoom

Тривалість: 19 хвилин

0:00 М: Доброго дня! Дякую, що знайшли час взяти участь у дослідженні. Мене звати Данило, я студент 2-го курсу магістратури і проводжу інтерв'ю в рамках дослідження про те, як люди різних поколінь сприймають репрезентацію конфлікту поколінь у соціальних медіа. Інтерв'ю триватиме приблизно 20–30 хвилин. Будь ласка, відповідайте у вільному та комфортному для вас форматі. У цьому інтерв'ю немає правильних або неправильних відповідей, мене цікавить лише ваш особистий досвід, думки, емоції та асоціації. Ви можете пропускати будь-які питання або зупинити інтерв'ю в будь-який момент. Усі відповіді залишаються повністю конфіденційними. Прошу дозвіл на запис нашого інтерв'ю для обробки в узагальненому вигляді вашої важливої для нас думки.

0:47 Р15: Так, звичайно, можна записувати.

1:12 М: Як я можу до вас звертатись?

1:27 Р15: Можете просто Р15.

1:41 М: Скільки вам повних років?

1:55 Р15: Мені 47 років.

2:10 М: Якими соціальними мережами ви користуєтесь найчастіше?

2:32 Р15: Найчастіше користуюся Facebook та Instagram, також Telegram для новин і професійних каналів. Рідко заходжу в TikTok, лише якщо хтось із знайомих надсилає цікаве відео.

3:01 М: Який саме контент ви там споживаєте?

3:18 Р15: В Facebook і Telegram це новини, обговорення професійних тем і статті. В Instagram розважальні відео, фотографії друзів та знайомих, подекуди меми. Загалом намагаюся балансувати між інформаційним та легким контентом.

3:52 М: Чи взаємодієте ви з контентом лайки, коментарі, репости чи здебільшого лише переглядаєте?

4:14 Р15: Здебільшого лише переглядаю. Лайки ставлю інколи, коли пост або відео дійсно цікаве, коментарі пишу рідко. Репости роблю лише для близьких друзів або колег.

4:49 М: Чи зустрічали ви контент, меми, жарти, відео чи дискусії, які стосуються різних поколінь?

5:11 Р15: Так, зустрічав. Часто це короткі відео або меми, де показують різницю у поведінці та ставленні до роботи, технологій чи побуту між поколіннями.

5:48 M: Які образи або характеристики різних поколінь найчастіше трапляються у соцмережах?

6:17 P15: Молодь часто зображують як активну, швидку, залежну від гаджетів, інколи легковажну. Старше покоління більш стримане, серйозне, консервативне, але водночас мудре і досвідчене. Буває гумор про «старі традиції.

6:55 M: Як вам здається, ці образи наближені до реальності, чи перебільшені або карикатурні?

7:20 P15: Багато перебільшено для гумору. Є зерно правди, особливо щодо характерних рис, але соцмережі люблять спрощувати й підсилювати контраст.

8:02 M: Як у соціальних медіа проявляється тема конфлікту поколінь?

8:26 P15: Через жарти, короткі ролики і меми. Часто показують побутові ситуації або роботу, де молодь і старші реагують по-різному. Серйозних конфліктів я не бачив, це більше гумор і перебільшення.

9:05 M: Які сюжети, формати або жарти найчастіше відтворюють такі протиставлення?

9:36 P15: Короткі ролики або меми, де одна й та ж ситуація подається через призму різних поколінь. Наприклад, як старший колега або батько реагує на смартфон чи нову програму, а молодь дивиться на це з іронією.

10:12 M: Чи можете ви пригадати конкретні фрази?

10:33 P15: Часто звучить «Ці молоді нічого серйозно не роблять» або «Бумери завжди все ускладнюють».

11:05 M: Як вам здається, що стоїть за такими сюжетами реальні відмінності між поколіннями чи створені медіанаративи?

11:27 P15: Є реальні відмінності, але соцмережі підсилюють їх для розваги. Люди люблять яскраві образи, бо вони швидко зрозумілі.

12:03 M: Які емоції у вас зазвичай викликає контент, що зображає протиставлення поколінь?

12:28 P15: Зазвичай сміх і легке роздратування. Іноді задумуюсь, чому люди поводяться так, а не інакше. В цілому позитивні емоції.

13:02 M: Чи вважаєте ви цей контент радше безпечним і гумористичним, чи таким, що може призводити до поділу або упереджень?

13:26 P15: Більшість гумористичні та безпечні. Але є ролики, які можуть підсилювати стереотипи, якщо їх сприймати буквально.

14:01 M: Чи траплялося вам відчувати, що такий контент зачіпає вас особисто або ваше покоління?

14:23 P15: Ні, особисто мене не зачіпає. Спостерігаю критично і з гумором.

14:54 М: Як ви думаєте, соціальні медіа впливають на взаєморозуміння між поколіннями?

15:18 Р15: Впливають позитивно, якщо люди мислять критично. Гумор і меми допомагають зрозуміти один одного, стирають частково бар'єри.

15:55 М: Чи можуть меми і жарти сприяти діалогу та взаємному розумінню між поколіннями?

16:22 Р15: Так, через сміх і гумор можна зблизити людей, побачити спільне, а не тільки різницю.

16:58 М: Що, на вашу думку, могло б допомогти створювати більш збалансований, доброзичливий або навчальний контент між поколіннями?

17:27 Р15: Показувати приклади співпраці та взаємодії, коли молодь і старші допомагають один одному або вирішують проблеми разом. Важливо підкреслювати взаємоповагу, а не тільки різницю.

18:05 М: Дякую вам за відкритість та участь! Можливо, хочете додати ще щось?

18:27 Р15: Ні, доповнень не маю.

18:55 М: Дякую!

Кодування Р15 (47 років)

Блок 1. Соцмережі та медіаспоживання

Цитати:

«Найчастіше користуюся Facebook та Instagram, також Telegram для новин і професійних каналів. Рідко заходжу в TikTok…»

«В Facebook і Telegram це новини, обговорення професійних тем і статті. В Instagram розважальні відео, фотографії друзів та знайомих, подекуди меми…»

«Здебільшого лише переглядаю. Лайки ставлю інколи… коментарі рідко… Репости лише для близьких друзів або колег.»

Коди:

- баланс між інформаційним і розважальним контентом;
- обмежена взаємодія з контентом (лайки, коментарі, репости рідко);
- різні платформи для різного контенту (Facebook/Telegram новини, обговорення; Instagram короткі відео, меми).

Блок 2. Образи поколінь у соцмережах

Цитати:

«Молодь часто зображують як активну, швидку, залежну від гаджетів, інколи легковажну. Старше покоління більш стримане, серйозне, консервативне, але водночас мудре і досвідчене.»

«Багато перебільшено для гумору. Є зерно правди, особливо щодо характерних рис, але соцмережі люблять спрощувати й підсилювати контраст.»

Коди:

- стереотипні, перебільшені образи;
- гумористична подача;
- позитивні риси старшого покоління також іноді підкреслюються;
- соціальні мережі підсилюють контраст для легкого сприйняття.

Блок 3. Репрезентація конфлікту поколінь

Цитати:

«Через жарти, короткі ролики і меми… Серйозних конфліктів я не бачив, це більше гумор і перебільшення.»

«Є реальні відмінності, але соцмережі підсилюють їх для розваги. Люди люблять яскраві образи, бо вони швидко зрозумілі.»

Коди:

- конфлікт поколінь у соцмережах переважно гумористичний;
- реальні відмінності існують, але медіа підкреслюють їх для комічного ефекту;
- рідкі реальні суперечки.

Блок 4. Емоційне сприйняття

Цитати:

«Зазвичай сміх і легке роздратування. Іноді задумуюсь, чому люди поводяться так, а не інакше. В цілому позитивні емоції.»

«Більшість гумористичні та безпечні. Але є ролики, які можуть підсилювати стереотипи, якщо їх сприймати буквально.»

«Так, через сміх і гумор можна зблизити людей, побачити спільне, а не тільки різницю.»

Коди:

- переважно гумор, сміх; легке роздратування при перебільшенні;
- контент здебільшого безпечний, але можливе формування стереотипів;
- гумор сприяє діалогу та взаєморозумінню.

Блок 5. Пропозиції щодо покращення контенту

Цитати:

«Показувати приклади співпраці та взаємодії, коли молодь і старші допомагають один одному або вирішують проблеми разом. Важливо підкреслювати взаємоповагу, а не тільки різницю.»

Коди:

- підкреслення взаємоповаги та співпраці між поколіннями;

- демонстрація спільної діяльності;
- акцент на позитивній взаємодії, а не лише на різниці.

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Марущак Данило Янович, студент ІІ курсу магістратури, денної форми навчання, факультету соціології та управління, спеціальність 054 «Соціологія», адреса електронної пошти 0977855157danil@gmail.com:

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Репрезентація конфлікта поколінь в соціальних медіа» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

10.12.2025 Д.Я. Марущак

Науковий керівник
д.філос.,н., професор,
професор кафедри соціології
10.12.2025 М.А. Лепський