

**Полумисна О. О.**

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

## РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ЛЮДИНИ З ІНВАЛІДНІСТЮ

*У статті з'ясовано роль, яку виконують соціальні мережі у формуванні іміджу людини з інвалідністю, яким чином вони сприяють зміні стереотипів у свідомості людей. Завдяки соціальним мережам суспільство може спостерігати за досягненнями цієї категорії населення і змінювати свою думку на позитивну. Вдало сформований імідж може визначити майбутнє сприйняття людини з інвалідністю, оскільки у свідомості українського загалу закріпився стереотип цих людей як неповносправних, тих, хто лише потребує допомоги і не становить цінності для суспільства, є тягарем для нього. Встановлено, що імідж людей з інвалідністю формується у свідомості людей у результаті прямого спілкування з ними або опосередкованого, за допомогою комунікаційних технологій. Основними складниками іміджу є зовнішній вигляд, інтелектуальне враження, психологічні характеристики, соціально-психологічні характеристики, соціальні характеристики, статусне сприйняття. З'ясовано, що рівень ролі соціальних мереж у формуванні іміджу людей з інвалідністю залежить насамперед від їхньої активності та бажання бути почутими та побаченими. Доведено, що люди з інвалідністю, які активно позиціонують себе в соціальних мережах, набувають статусу незламної людини, яка хоче і може бути корисною для суспільства. Як приклад детально досліджено сторінку в соціальній мережі Facebook Антона Дубішина, який є мотиватором для тисяч школярів, студентів та воїнів антитерористичної операції, активним громадянином, волонтером, автором трьох збірок віршів і автобіографічної книги «Особливе одкровення», засновником громадської організації «Особлива команда», переможцем Волонтерської премії 2016 року, який своєю діяльністю сформував собі імідж незламної, сильної духом людини, яка піклується не лише про себе, а й про інших.*

**Ключові слова:** людина з інвалідністю, соціальні мережі, імідж, стереотип, комунікація.

**Постановка проблеми.** У зв'язку з негативною радянською спадщиною, яка сформувала стереотипи стосовно людей з інвалідністю, варто нині переходити до рішучих дій, які можуть змінити стереотипне ставлення та позитивно впливатимуть на формування іміджу людини з інвалідністю. Оскільки суспільство дещо упереджено ставиться до цієї категорії людей, потрібно змінити таку думку. Найчастіше про людей з інвалідністю дізнаються завдяки мережі Інтернет, а саме соціальним мережам. Зважаючи на те, що натеper у нашій країні людина з інвалідністю не завжди може бути почута, не завжди може отримати ту порцію спілкування, якої хотілося б, соціальні мережі є тим рятувним осередком, який дає можливість людям з інвалідністю спілкуватись з іншими людьми, зокрема такими ж людьми з інвалідністю. Такі сторінки створюють не лише для того, щоб просити про допомогу, але й для того, щоб показати, наскільки багатограним і цікавим є життя людей з інвалідністю. Суспільство отримало можливість побачити людей

з інвалідністю, яких протягом довгого часу ми не помічали, оскільки вони фактично відсутні на вулицях, у засобах масової інформації інформація про них подається дозовано, час від часу. Тому з'ясування ролі соціальних мереж у формуванні іміджу людини з інвалідністю є актуальним і потребує детального вивчення.

**Постановка завдання. Мета статті** – дослідити імідж людей з інвалідністю, з'ясувати роль у цьому процесі соціальних мереж. Для цього пропонується виконати такі завдання: розглянути особливості соціальних мереж, їхню роль у житті людей з інвалідністю; дослідити, яким чином формують імідж люди з інвалідністю, визначити і проаналізувати іміджеві характеристики.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Роль та місце соціальних мереж у сучасному суспільстві досліджували такі вчені: К. Коган, Ю. Данько, А. Лещенко, О. Любовікова, О. Романенко й інші. Імідж людини, технології його формування вивчали Г. Євтушенко, Е. Галицька, Є. Шиян, М. Беляєва, Р. Калениченко, В. Маргалик

та інші. Переважно дослідники акцентували увагу на іміджі або ділової людини, або педагога. Але жоден зі згаданих авторів не акцентував свою увагу на ролі соціальних мереж у формуванні іміджу людини з інвалідністю.

**Виклад основного матеріалу.** Натепер роль соціальних мереж у житті людей складно переоцінити, оскільки вони виконують не лише розважальну функцію, а й комунікативну, інформаційну, пізнавальну тощо. За словами К. Когана, «мережі перетворилися на своєрідний глобальний координаційний центр соціальних зв'язків, оскільки вони не тільки здатні компенсувати нормативний вакуум, а й регулювати комунікативні процеси у віртуальному просторі, що є особливою властивістю сучасного рівня розвитку системи соціальних комунікацій» [7]. Особливого поширення набуває мережева комунікація. Завдяки соціальним мережам велика кількість користувачів дізнаються про людей з інвалідністю, їхню активну діяльність. Про це свідчать їхні сторінки в соціальних мережах.

У суспільстві фактично вже виробилося певне ставлення до цієї категорії людей, яке залишається незмінним протягом дуже довгого часу. До людей з інвалідністю часто ставляться з почуттям ворожості та страху, як до людей, від яких хотіли б дистанціюватися. Саме через стереотипи й упередження їхню інтеграцію в суспільство обмежено, через що спричинено соціальну й особисту шкоду: люди з інвалідністю, на яких уже навішані ярлики «інвалід», можуть стикатися з дискримінацією під час пошуку роботи, помешкання, друзів, інколи навіть коли намагаються скористатись своїми громадянськими правами [5].

Більшість людей створюють свою сторінку в соціальній мережі, щоб презентувати себе, показати своє життя, учинки, уподобання тощо. За М. Беляєвою, «людина, вибудовуючи комунікацію з певним співтовариством людей, у якому вона хоче знайти визнання, несвідомо або свідомо намагається у своєму іміджі відповідати очікуванням цих людей» [1]. Часто в соціальних мережах людина виконує певну роль і не завжди показує складнощі свого життя. Те ж саме стосується і людей з інвалідністю. Вдало сформований імідж може визначити майбутнє сприйняття людини з інвалідністю, оскільки у свідомості українського загалу закріпився імідж цих людей як неповносправних, тих, хто лише потребує допомоги і не становить цінності для суспільства, є тягарем для нього.

**Ключові дефініції дослідження.** Імідж (від фр. *image*) означає в перекладі українською мовою «картина», «образ». Словник С. Ожегова

подає декілька визначень слова «образ»: «1) вид, вигляд; 2) живе, наочне уявлення про кого-небудь; 3) у мистецтві: узагальнене художнє відображення дійсності; 4) у художньому творі: тип, характер; 5) у філософії: результат та ідеальна форма відображення предметів та явищ матеріального світу у свідомості людини» [9].

Найчастіше в це поняття вкладають саме «зовнішній вигляд людини». Натомість імідж включає в себе не лише зовнішній вигляд, є багато його складових частин: характер, дії особистості, ставлення до життя, до соціуму, але, на жаль, життя і діяльність людини з інвалідністю не завжди привертають увагу суспільства доти, поки людина або її рідні не зазнають інвалідності, оскільки на цьому неодноразово наголошували ті публічні люди, які стали інвалідами.

За Л. Хавкіною, «імідж володіє здатністю в концентрованій формі передавати враження про його носія, акцентуючи бажані для нього якості та характеристики <...> якщо раніше ця категорія трактувалася з позицій маніпулятивного викривлення реальності й нерідко сприймалася з негативними конотаціями, то нині стає загально визнаним, що імідж є однією із засадничих форм комунікативної взаємодії, невід'ємною частиною соціокомунікаційного процесу» [12].

Т. Довга зазначає: «Імідж людини – це думка про неї у групи людей у результаті сформованого в їхній психіці образу цієї особи, що виник у результаті їх прямого контакту із цією людиною чи внаслідок отриманої про цю людину інформації від інших людей; власне, імідж людини – це те, як вона виглядає в очах інших» [3].

Оскільки імідж особистості – комплексна характеристика, він охоплює габітусний, вербальний, кінетичний, діловий імідж, імідж середовища.

Габітус, за словами М. Беляєвої, – це зовнішній вигляд, який багато в чому визначається природними даними, але в людини обов'язково наявні і соціальні накладання (одяг, прикраси, татуаж тощо). Ці складові частини пов'язані з поняттям «тілесність». За М. Беляєвою, тілесність – це сукупність анатомічних, функціональних і соціальних ознак, які відіграють важливу роль у формуванні першого враження індивідів один про одного, а також здійснюють вплив на процес спілкування загалом [1]. Особливо важливий цей момент у формуванні іміджу людини з інвалідністю, оскільки фізичні відхилення, вади можуть призвести до стигматизації людини, яку дискримінуватиме та не сприйматиме належним чином суспільство. У такому разі потрібно апелювати до

харизми людини. Окрім того, складовими частинами поняття «імідж» для людини є: 1) професіоналізм і компетентність; 2) динамізм, швидка реакція на ситуацію, активність; 3) моральна надійність особи; 4) уміння впливати на людей справою, словом і зовнішнім виглядом; 5) гуманітарна освіченість; психологічна культура особи [11].

Отже, ми з'ясували, що імідж людини формується в комплексі різних характеристик, які або стихійно, або цілеспрямовано створюються з метою зміни стереотипу, що сформувався стосовно людини з інвалідністю. Для прикладу ми обрали сторінку Антона Дубішина в соціальній мережі Facebook, оскільки ця людина з інвалідністю має силу волі та духу, щоб боротися за свої права та права тих людей, які цього потребують. Ми бачимо людину, яка бере активну участь у різних заходах, допомагає іншим, є лідером та волонтером громадської організації «Особлива команда». Показом своєї діяльності Антон сприяє свідомому запереченню стереотипів, таким чином кидає виклик суспільству. Ця людина є високомотивованою, такі зазвичай не звертають уваги на власний імідж, лише щоб досягти кращих результатів, можуть щось змінювати.

Характеристики, які створюють імідж людини, за словами Е. Галицької, поділяють на такі групи: зовнішній вигляд, інтелектуальне враження, психологічні характеристики, соціально-психологічні характеристики, соціальні характеристики, статусне сприйняття [2]. Передусім звернемо увагу на зовнішній вигляд Антона Дубішина. Фото, розміщені на його сторінці, позиціонують його як людину, яка хоче йти в ногу із часом. Майже на кожній світлинці на голові в нього модний капелюх, хлопець одягнений або в сучасну сорочку з вишивкою, або у футболку, на одному з фото на голові в нього пов'язана бандана, він носить сонцезахисні окуляри, а на пальці – перстень у вигляді черепа. Це аксесуари людини, яка цікавиться рок-музикою. У цьому контексті варто наголосити, що Антон Дубішин готовий до змін свого зовнішнього вигляду. Можна сказати, що ця людина має свій власний стиль. За словами Е. Галицької, стиль – це перша ознака індивідуальності, яка багато що розповідає про людину. Сьогодні диктує величезну різноманітність стилів, завдяки яким створюється імідж будь-якої людини [2]. Антон Дубішин фактично знайшов свій стиль, виділився на загальному тлі, пропонує людям з інвалідністю не замикатися в собі, а максимально брати активну участь у житті, намагатися протистояти соціальному несприйняттю. В одному з постів розміщено

фото флаєра-запрошення «Про що мовчать діти?» про мотиваційну зустріч із «незламним» Антоном Дубішином. Зображено його на тлі накачаних рук, що символізують силу і незламність цієї людини в життєвій боротьбі.

Соціальною потребою для кожної людини є самореалізація та самопрезентація, за допомогою яких вона може відчути свою значущість, потрібність. Більшість людей з інвалідністю соромляться репрезентувати себе на широкий загал, соромляться своїх вад. Тому ті, хто знаходять у собі сили боротися, протидіяти несприйняттю своєї особистості, незважаючи на відсутність фізичних можливостей, можуть брати своєю харизмою та пасіонарністю, справді є сильними людьми. За М. Беляєвою, харизма – це енергоінформаційне поле особистості. «Інформаційна складова частина – це іміджоформувальна інформація, яка є завжди, на відміну від енергії» [1]. Людина, яка має харизму, тобто силу особистості, може впливати на інших людей, як це робить Антон Дубішин. «Це здатність до руху, наперекір обставинам, які стримують, коли ти спрямований до чогось, при чому інакше не можеш жити, поважати себе, і ця цілеспрямованість захоплює інших» [1]. Незважаючи на те, що Антон повністю нерухомий, у нього функціонує лише один палець, цей хлопець вірить у своє призначення, розуміє сенс життя, що робить його харизматичною особистістю. У цьому контексті варто говорити, що харизматичність особистості визначає її пасіонарність. За М. Беляєвою, «пасіонарність проявляється в непереборному бажанні до діяльності, спрямованої на зміну навколишнього оточення. Ця діяльність для пасіонарної особистості цінніше за власне життя» [1]. Спостерігаючи за діяльністю Антона Дубішина, можемо відзначити, що він за допомогою своєї матері проводить активну громадську діяльність, допомагає продуктами воїнам антитерористичної операції (далі – АТО), сприяє збиранню коштів дітям, які потребують лікування.

Інтелектуальне враження. За словами Е. Галицької, «це особистісні характеристики, які виявляються під час комунікації, насамперед це стосується навичок, здобутих унаслідок освіти та виховання» [2]. На сторінці в Антона Дубішина ми дізнаємося, що він навчається в університеті «Україна». Ним написано книгу «Особливе одкровення» про його життя, про те, яких знущань та принижень він зазнавав у суспільстві, про сприйняття, толерантність, війну, волонтерство. Після ознайомлення зі змістом книги людина розуміє, з якою кількістю

проблем стикаються кожного дня люди з інвалідністю. Антон стежить за політичною ситуацією у країні, відзначає непослідовність та нелогічність дій влади під час локдауну. Окрім того, на стіні опубліковано його вірші, які є актуальними зараз, оскільки стосуються негативних світових новин, відсутності в сучасних дітей інтересу до рухливого способу життя, про молодь, неякісну кітчеву музику, заклик до змін. Антон робить огляди лікарських препаратів, які можуть допомогти в лікуванні СМА, аналізує їхню дію та вартість, яка є невідомою для людини. Окрім того, Антон проводить різного роду презентації. В одній із них він згадав Революцію гідності, оцінив її вплив на розвиток українського суспільства.

Звернемо увагу на психологічні характеристики, а саме комунікабельність, культуру мови, вербальної та невербальної. Е. Галицька зазначає: «Важливими характеристиками іміджу на сучасному етапі є коректне написання та оформлення різних видів документів» [2]. У даному разі – ведення сторінки в соцмережі. Антон є комунікабельною людиною. Майже кожен його пост супроводжується фото і дописами різних зустрічей, з ним активно спілкуються, підтримують його, а він, у свою чергу, підтримує тих, хто цього потребує.

Соціально-психологічні характеристики стосуються як індивідуума, так і його оточення – сім'ї, друзів, знайомих, колег. Поруч з Антоном Дубішиним постійно знаходиться його мама Наталія Дубішина, яка підтримує його в усіх починаннях. Окрім того, він має багато однодумців у справі волонтерства. Так, люди, які з ним в одній організації, дякують долі, що він їхній друг, для них є честю бути частиною його команди (Світлана Сасін, Наталія Гранчак, Вікторія Кузьміна, Ірина Литвинова, Світлана Сидорчук, Любов Кузьменко, Ганна Горошко, Роман Загородній та інші). Ірина Литвинова так коментує їхнє спілкування: «Знаю Антона вже два роки приблизно. Дуже пишаюся цією незламною людиною. Це чоловік, який, попри свою особливість, не став жертвою, а допомагає зі своєю мамою всім навколо себе в їх ГО «Особлива команда»» [8]. Антон також створив вайбер-спільноту ГО «Особлива команда», де збирається викладати інформацію про майбутні заходи та різні потреби.

Соціальні характеристики, за словами Е. Галицької, забезпечують бездоганність репутації. Вони відображають моральні цінності, манеру поведінки, мотивацію, реальні вчинки в різних життєвих ситуаціях, звичайних та екстремальних, стійкість соціальних відносин у певному колі спілкування, прояви соціальної поведінки [2]. Антон

Дубішин зазнав недружнього ставлення суспільства до своєї особи. І щоб змінити ситуацію, докладає всіх зусиль: «Моя методика проста: роблю фото недружнього простору й починаю довбати всіх, хто може бути дотичним до вирішення ситуації. Бо якщо на моєму шляху немає пандуса, доводиться ловити пару ходячих «пандусів», допомагає – люди беруть візок зі мною й несуть. Іноді навіть самі пропонують допомогу» [6]. Для нього на першому місці є допомога тим, хто цього потребує: воїнам АТО, дитячим будинкам, дітям з інвалідністю. Він зі своєю командою влаштовує акції з посадки дерев, просвітницькі флешмоби, з метою ознайомити дітей з українцями, які можуть стати їм за приклад.

Він завжди обстоює свою позицію, є наполегливим у вирішенні питань, має для себе три правила: 1) прийми себе таким, як є; 2) повір у свої сили; 3) суспільство тебе прийме: «Коли приймаєш себе, то береш гору над хворобою й починаєш хоч щось робити. Навіть маючи один палець, можна змінити весь світ. Навіть сидючи на дивані, можна зробити багато важливих речей» [6].

Антон обстоює права людей з інвалідністю і просить згадувати про них не лише 3 грудня – у День людей з інвалідністю: «І будь ласка – не вітайте мене із 3 грудня. Бо я є не тільки в цей день! Я є кожного дня!!!». Окрім того, він обстоює честь і гідність людей з інвалідністю, активно відстежує діяльність людей, які негативно ставляться до людей з інвалідністю. Так, наприклад, він стурбований, що одна з «волонтерок» Ольга Дробишева принизливо ставиться до людей з інвалідністю, уживає у своїй книзі мову ворожнечі та принижує цих людей: «Коник-дурконик не вчив ПДР, Саме тому похмурий тепер. Заглушку в машині заклацнув, як слід, Коник-дурконик тепер ІНВАЛІД!». Антон Дубішин цілком слушно вважає, що це «уже готова дражнилка для проведення боулінгу над дітьми й особами з інвалідністю». Авторка порушила «Конвенцію ООН про права осіб з інвалідністю» (ст. 5, п. 2, ст. 8). Тому, за словами А. Дубішина, «таку тьотю потрібно покарати. Разом із видавництвом та його директором. Ми боремося за наші права і сприймання нас, як ЛЮДЕЙ. А якщо ми забудемо та пробачимо, то повернемося до радянського приниження дітей – осіб з інвалідністю, військових з ампутаціями та інших невинних».

На його сторінці майже всі його дії в постах супроводжуються коментарями його читачів, однодумців, їх багато, для прикладу наведемо декілька: «Антоне, Ти Дивовижна Людина, Багато людей

взагалі мали б учитись брати приклад з таких, як Ти-Ми. РАЗОМ МИ СИЛА!», «Мій мотиватор! Дуже радію з того, що знайома з Антоном особисто», «Антоне – ти неймовірна, надзвичайно чудова людина! Я схилию перед тобою голову і знімаю шапку!! Пишаюся тим, що знаю тебе!!!», «ТИ СПРАВЖНІЙ ЧЕМПІОН», «Яку ви неймовірно добру справу робите. Низький уклін вам», «Антоне, ви молодець, не перестаю захоплюватись вами», «Чудовий хлопець, дивовижно креативний, неймовірно потужний». Юлія Федорко, одна з його однодумців, так прокоментувала появу його книги: «У цій книзі зібрані всі одкровення життя людини з дуже складною долею і при цьому з доброю душею та великим люблячим серцем! Антон допомагає тисячам людей! Він відвідує дитячі будинки, інтернати, колонії. Допомогає переселенцям і інвалідам! Особисто для мене він приклад неймовірної мужності та життєлюбства! Це Людина з необмеженими можливостями, які несуть у це життя добро, любов і позитив!».

Статусне сприйняття (професія, посада, становище в суспільстві, відповідність вищезазначених окремих характеристик статусному сприйняттю в соціальній сфері). Антон Дубішин – офіційний голова громадської організації «Особлива команда». Він є мотиватором для тисяч школярів, студентів та воїнів АТО, активним громадянином, волонтером, автором трьох збірок віршів і автобіографічної книги «Особливе одкровення», засновником громадської організації «Особлива команда», одним із переможців Волонтерської премії 2016 р.

Велику роль у формуванні іміджу Антона Дубішина відіграли Засоби масової інформації. Саме завдяки їм велика кількість людей змогли дізнатись про хлопця та його діяльність. Антон Дубішин говорить: «Хвороба могла перемогти психологічно, та почалися б звинувачення всіх довколишніх. Я міг би стати споживачем ресурсів рідних, людей і держави. Наче пташеня, що постійно кричить: «Дай! Дай! Дай!». Але вийшло навпаки. Я прийняв себе таким, яким є, і повірив у свої сили. І тоді суспільство мене прийняло. Для кожної людини найтяжче – прийняти себе. Тому що це внутрішня боротьба із самим собою. Я не святий, і в мене є проблеми, трапляються і вигорання» [4].

В «Українській правді» з'явилася про нього стаття, у якій ідеться про його життя, «участь у різноманітних благодійних заходах, аукціонах, де продавав вишиті стрічкою роботи, а виручені кошти віддавав на потреби дітей-сиріт. <...> влаштовував екскурсії для людей з інвалідністю» [6]. Благодійність Антона висвітлено в онлайн-виданні

«Експрес»: «За зібрані кошти купуємо дітям солодощі, фрукти та одяг, військовим – медикаменти, безхатькам – продукти. Я часто приїжджаю до шпиталю, де лежать наші військові. У декого ампутовані кінцівки, вони не знають, як жити далі. А я приходжу до них і розповідаю про своє життя, привожу необхідні ліки. Тоді я відчуваю, що корисний своїй державі» [10].

Роль, яку виконують соціальні мережі у формуванні іміджу людини з інвалідністю, є вагомим, оскільки суспільство може спостерігати за досягненнями цієї категорії населення і змінювати свою думку на позитивну. Огляд сторінки Антона Дубішина є прямим цьому доказом. Хлопець своєю діяльністю ламає всі стереотипи про безпомічність людей з інвалідністю. Для нього характерні такі риси, як упевненість у своїх силах, оптимізм у вирішенні будь-яких справ, хлопець володіє гарними комунікативними здатностями, уміє вести діалог, є доброзичливим, готовим прийти на допомогу, уміє залишатися сучасним як у зовнішньому іміджі, так і в характеристиках його діяльності, презентує свою професійну здатність, їхню ефективність на практиці. Антон Дубішин має від природу сильну харизму, енергетично позитивно впливає на своє оточення, будучи активним сподвижником у питаннях добротності, чим викликає до себе симпатію та повагу. Фактично імідж Антон Дубішин у соціальних мережах сформував собі сам завдяки своїй активності та відкритій громадянській позиції.

**Висновки і пропозиції.** Отже, у результаті дослідження ролі соціальних мереж у формуванні іміджу людини з інвалідністю встановлено, що імідж людей з інвалідністю формується у свідомості людей у результаті прямого спілкування з ними або опосередкованого, за допомогою комунікаційних технологій. Імідж має комплексний характер і включає зовнішній вигляд, інтелектуальне враження, психологічні характеристики, соціально-психологічні характеристики, соціальні характеристики, статусне сприйняття людини з інвалідністю. Рівень ролі соціальних мереж у формуванні іміджу людей з інвалідністю залежить передусім від їхньої активності та бажання бути почутими та побаченими. Можемо стверджувати, що люди з інвалідністю, які активно позиціонують себе у соціальних мережах, набувають статусу незламної людини, яка хоче і може бути корисною для суспільства. У свою чергу, люди мають бачити ці дії та брати їх до уваги, допомагати особам з інвалідністю інтегруватися в соціум та відчувати себе комфортно в ньому.

Список літератури:

1. Беляева М., Самкова В. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории. Екатеринбург, 2016. 184 с.
2. Галицька Е., Донкоглова Н. Імідж ділової людини та чинники впливу на його формування. *Наукові записки Національного університету «Києво-Могилянська академія»*. Том 120 : Економічні науки. 2011. С. 12–16.
3. Довга Т. Імідж особистості як необхідна умова професійного становлення педагога. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*. 2010. Вип. 14. Кн. 1. С. 66–75.
4. Дубішин А. Особливе одкровення. *Reporters*. 2020. URL: [https://www.reporters.media/osoblyve-odkrovennyu/?fbclid=IwAR0e0pfFgsEKIS9M3zA3mYuOHlxFO\\_DFgFP0uVe0QOsO3wshrnoXdnJfp7A](https://www.reporters.media/osoblyve-odkrovennyu/?fbclid=IwAR0e0pfFgsEKIS9M3zA3mYuOHlxFO_DFgFP0uVe0QOsO3wshrnoXdnJfp7A).
5. Інвалідність та суспільство : навчально-методичний посібник / за заг. ред. Л. Байди, О. Красюкової-Еннс. Київ, 2012. 216 с.
6. Калашнюк Т. Антон Дубішин, волонтер на інвалідному візку: Ніки Вуйчичі чи Стіви Хокінгі є у країні, потрібно відкрити очі й почати їх бачити. *Українська правда*. 2020. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2020/09/20/242356/>.
7. Коган К. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2014. Вип. 16. С. 61–71.
8. Литвинова І. Соціальна сторінка в мережі Facebook. URL: <https://www.facebook.com/irishka.skalyga>.
9. Ожегов С. Словарь русского языка. 2012. URL: <https://slovar.cc/rus/ojegov/601188.html>.
10. Панаєтова Ю. Якось цьому хлопцеві сказали: «Таких, як ти, треба тримати під замком. І ця фраза перевернула його життя». *Експрес*. 2020. URL: [https://expres.online/zhittevi-istorii/yakos-tsomu-khloptsevi-skazali-takikh-yak-ti-treba-trimati-pid-zamkom-i-tsya-fraza-perevernula-yogo-zhittya?fbclid=IwAR2IN4LejwZVGnzwZuxant3TikR8YuNggqV3LuaOX9Wpiu\\_GRdnVAgpZ2g](https://expres.online/zhittevi-istorii/yakos-tsomu-khloptsevi-skazali-takikh-yak-ti-treba-trimati-pid-zamkom-i-tsya-fraza-perevernula-yogo-zhittya?fbclid=IwAR2IN4LejwZVGnzwZuxant3TikR8YuNggqV3LuaOX9Wpiu_GRdnVAgpZ2g).
11. Территории, на которых победил маркетинг территорий. *Маркетинг и реклама*. 2010. № 3 (163). С. 31–33.
12. Хавкіна Л. Іміджологія : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 64 с.

**Polumysna O. O. THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS IN THE FORMATION OF THE IMAGE OF A PERSON WITH A DISABILITY**

*The article clarifies the role that social networks play in shaping the image of a person with a disability, how they contribute to changing stereotypes in people's minds. Thanks to social networks, society can monitor the achievements of this category of the population and change its opinion to a positive one. A well-formed image can determine the future perception of a person with a disability, as the stereotype of these people as disabled, those who only need help and are of no value to society, is a burden for him. It is established that the image of people with disabilities is formed in the minds of people as a result of direct communication with them or mediated by communication technologies. The main components of the image are appearance, intellectual impression, psychological characteristics, socio-psychological characteristics, social characteristics, status perception. It was found that the level of the role of social networks in shaping the image of people with disabilities depends primarily on their activity and desire to be heard and seen. It has been proven that people with disabilities who actively position themselves on social networks acquire the status of an indomitable person who wants and can be useful to society. As an example, a page on the social network Facebook of Anton Dubishin, who is a motivator for thousands of schoolchildren, students and ATO soldiers, an active citizen, volunteer, author of three collections of poems and autobiographical book "Special Revelation", founder of the public organization "Special Team", the winner of the Volunteer Award in 2016, whose activities have formed the image of an indomitable, strong-minded person who cares not only about himself but also about others.*

**Key words:** person with disability, social networks, image, stereotype, communication.