

## СЕКЦІЯ 2 СПЕЦІАЛЬНІ ТА ГАЛУЗЕВІ СОЦІОЛОГІЇ

### МЕДІА І СУСПІЛЬНЕ СПРИЙНЯТТЯ ІНВАЛІДНОСТІ: АНАЛІЗ МЕДІАРЕПРЕЗЕНТАЦІЙ ТА СТРАТЕГІЙ КОМУНІКАЦІЇ

### MEDIA AND PUBLIC PERCEPTION OF DISABILITY: ANALYSIS OF MEDIA REPRESENTATIONS AND COMMUNICATION STRATEGIES

У статті аналізуються медіаобрази осіб з інвалідністю в українському медіапросторі та їхній вплив на суспільне сприйняття. Виділено критерії патологічної стереотипізації, серед яких – персоналізація/деперсоналізація (представлення як унікальної особистості або знеособлення), емоційність/беземоційність (використання сильного емоційного забарвлення чи нейтрального підходу), фізичний/соціальний фокус (акцент на фізичних обмеженнях чи соціальних контекстах) та універсальність/ситуаційність стереотипів (залежність репрезентацій від історичних і культурних умов). Визначено основні типи медіарепрезентацій: сентименталізація, героїзація, компенсація, інфантилізація, фрагментація, екзотизація, медикалізація, деперсоналізація та гомогенізація, а також інструментальне використання та російський ебілістський дискурс. Особливості цих образів полягають у формуванні фіксованих стереотипів, які посилюють маргіналізацію та стигматизацію осіб з інвалідністю.

Для подолання стереотипізації запропоновано організаційні та змістовні контрстратегії. До організаційних належать залучення осіб з інвалідністю до створення контенту, забезпечення доступності медіапростору (субтитри, аудіодискрипції, адаптовані формати) та зміна нарративу з «жертви» чи «героя» на акцентування повсякденного життя. Змістовні контрстратегії включають: 1) створення позитивних стереотипів через репрезентацію успіхів і адаптації; 2) опір негативним уявленням шляхом підкреслення унікальності; 3) критичне осмислення стереотипів, яке дає їм змогу трансформуватися проти власних установок. Акцентується на важливості кількісного аналізу медіаобразів для оцінки частоти, контексту та тональності репрезентацій, що стане основою для розроблення ефективних стратегій формування інклюзивного дискурсу.

**Ключові слова:** медіарепрезентації, стереотипізація, інвалідність, інклюзія, контрстратегії.

The article examines media images of persons with disabilities in the Ukrainian media space and their impact on public perception. The following criteria of pathological stereotyping are highlighted: personalisation/depersonalisation (representation as a unique person or as a generalized figure), emotionality/emotionlessness (use of strong emotional tone or neutral approach), physical/social focus (emphasis on physical limitations or social contexts) and universality/situational stereotyping (dependence of representations on historical and cultural contexts). The main types of media representations are identified: sentimentalization, heroization, compensation, infantilization, fragmentation, exoticization, medicalization, depersonalization and homogenization, instrumental use and Russian ableist discourse. These portrayals contribute to the formation of rigid stereotypes, intensifying the marginalization and stigmatization of persons with disabilities.

Organizational and content counterstrategies are proposed to overcome stereotyping. Organizational counterstrategies include engaging persons with disabilities in content creation, ensuring media accessibility (subtitles, audio description, adapted formats), and shifting the narrative from a «victim» or «hero» to focus on everyday life. Content counter-strategies include 1) creating positive stereotypes through representing successes and adaptation, 2) countering negative perceptions by emphasizing uniqueness, and 3) critically reflecting on stereotypes, which allows them to transform against their own attitudes. The emphasis is placed on the importance of quantitative analysis of media images to assess the frequency, context and tone of representations, which will form the basis for developing effective strategies for shaping inclusive discourse.

**Key words:** media representations, stereotyping, disability, inclusion, counterstrategies.

УДК 316.77:364-056.24:070  
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2024.67.2>

**Климанська Л.Д.**

Д.політ.н.,  
професор кафедри соціології  
та соціальної роботи  
Національний університет  
«Львівська політехніка»

**Кліманська М.Б.**

к.психол.н.,  
доцент кафедри психології  
Львівський національний університет  
імені Івана Франка

**Герасим Г.З.**

старший викладач кафедри соціології  
та соціальної роботи  
Національний університет  
«Львівська політехніка»

**Постановка проблеми.** Реальність ситуації війни в Україні, наслідком якої є численні травми серед цивільного населення та військових, спричинила стрімке зростання кількості осіб з інвалідністю. Станом на жовтень 2024 р. в Україні проживає понад 3 млн осіб з інвалідністю [17]. Потреба перегляду політики щодо осіб з інвалідністю в Україні є особливо актуальною у зв'язку з новими викли-

ками, які спричинила повномасштабна війна. Цей перегляд має включати як нові соціальні програми, так і вдосконалені стандарти взаємодії та комунікації. За даними соціологічних досліджень, українці позитивно ставляться до осіб з інвалідністю, але основні емоції, які вони відчувають під час зустрічі, – це співчуття та сум [16, с. 4]. У такому емоційному контексті особливого значення набуває коректна

комунікація, яка формує суспільне сприйняття людей з інвалідністю та впливає на їхню соціальну інклюзію. Використання етичних стандартів у медіа та інших інформаційних ресурсах здатне змінити надмірний жаль, що знижує суб'єктність осіб, патерналістське ставлення або героїзацію, що поглиблюють дистанцію між суспільством та особами з інвалідністю на більш конструктивний дискурс рівних можливостей.

Подібно до статі та раси, конструкт інвалідності є культурним і соціальним конструктом, що розділяє суспільство, а медіа відіграють роль суб'єкта у процесі соціального конструювання проблем. Суб'єктами цього процесу можуть бути: «постраждалі» (особи, що перебувають у складних соціальних обставинах); свідки, які випадково стали очевидцями складних обставин і співчують як сторонні спостерігачі; «запрошені» (представники ЗМІ), які покликані не тільки зафіксувати те, що вони почули або побачили, а й доносити до інших зміст та послідовність ситуації; «уповноважені» (політики), на яких покладено відповідальність і обов'язок знайти вихід зі складних соціальних обставин [5].

Роль медіа у цьому процесі є критичною. Використовуючи специфічні формати, медіа представляють образ соціальної проблеми через новини чи наративи-орієнтири, коли окремих випадок стає фокусом медіарепрезентації. Хоча вибрані журналістами історії часто є нетиповими: серйознішими, драматичнішими, ніж більшість, виробники новин зупиняються на таких наративах не тому, що вони точно відтворюють проблему, а через їх конкурентоспроможність порівняно з іншими новинами. Такі історії слугують орієнтирами у двох сенсах: вони примушують виробників новин замислюватися над суттю проблеми та способами її подачі, а також створюють терміни, за допомогою яких аудиторія осмислює проблему. Такі наративи-орієнтири часто вкладаються в ширшу конструкцію або фрейм – цілісний, узгоджений погляд на соціальну проблему або на соціальний тип, що включає рекомендації щодо дій і ставлення до цього соціального типу.

У такий спосіб формується медіаобраз (медіарепрезентація) соціальної проблеми або соціального типу, через який задаються норми, формуються ставлення до соціального типу, виражаються почуття й соціальні очікування суспільства. В ідеалі цей образ має проходити через «фільтр» аналізу та критичного осмислення. Але доволі часто, якщо це не стосується особистого, індивід мимоволі транслює образ без власного волевиявлення або реагує на медійні образи невербально – емоційно чи через дії. Отже, через створення медійного образу продукується контент, який

впливає на ціннісні орієнтації соціуму, формує певні типи культури і моделі поведінки. Сучасні мас-медіа діють як унормовуючий простір для соціального конструювання реальності [25]. Вони відіграють ключову роль у формуванні чи зміні публічного дискурсу щодо інтеграції та соціальної згуртованості. Їхня здатність привертати увагу до теми інвалідності або відволікати від неї визначає, наскільки суспільство готове вирішувати означені проблеми чи ігнорувати їх.

У світлі зазначеного вище тема медіаіміджу людей з інвалідністю в Україні є нагальною та значущою, адже саме медіа відіграють ключову роль у формуванні суспільного сприйняття та стереотипів щодо цієї соціальної групи.

**Аналіз досліджень і публікацій.** До досліджень взаємозв'язків медіа та соціальних проблем в Україні зверталася Н. Костенко, вивчаючи вплив медіа на суспільство, а також перспективи та наслідки цього процесу [6; 7]; К. Шендеровський досліджував особливості та принципи подачі інформації про соціальні проблеми, взаємодію соціальних служб та ЗМІ [19]; Л. Климанська аналізувала формування іміджу соціальної проблеми засобами масової інформації [5]. Аналіз соціальної проблематики в аналітичних виданнях в Україні представлено в роботах Т. Сашук [13; 14], О. Лаврик [8]. У науковому дискурсі розглядається, як ЗМІ висвітлюють соціальні проблеми та впливають на їх сприйняття, проте у цих публікаціях зазвичай описується соціальна проблематика загалом, не береться до аналізу конкретна проблема. Натомість різні соціальні проблеми мають свою специфіку, що впливає на способи їх висвітлення в медіа, адже саме вони формують громадську думку щодо цих питань.

Вивчення медіарепрезентацій соціальної проблеми людей з інвалідністю переважно представлено роботами журналістів у правовому аспекті та з погляду професійної етики [2; 4; 20]. Тематика медіаобразів осіб з інвалідністю у сучасних українських військових реаліях залишається недостатньо дослідженою та систематизованою. Ситуація війни не лише актуалізує проблему своєю трагічністю, а й породжує нові форми її подачі. Систематизація таких образів є важливим завданням, адже вона сприятиме глибшому розумінню специфіки їх формування та впливу на суспільне сприйняття.

**Метою статті** є аналіз медіаобразів, за допомогою яких мас-медіа створюють і зберігають уявлення про людей з інвалідністю.

**Виклад основного матеріалу.** Вибір слів, зображень та структурування повідомлень може визначати сприйняття, ставлення, поведінку, а також важливість явищ у нашому житті. Численні вимоги суспільства до зовнішнього виду та поведінки людини Р. Гарланд-Томпсон

узагальнює у фігурі «нормату» (the normate), через яку ми уявляємо себе як таких, хто завдяки своїм тілесним характеристикам і культурному капіталу здатен посісти авторитетну позицію [26, с. 8]. Медійний образ людей з інвалідністю та частота їх присутності в мас-медіа мають значний вплив на формування «нормату» та суспільного ставлення до цієї групи.

Особи з інвалідністю рідко опиняються у центрі уваги новинних медіа. Як правило, це пов'язано з певними датами (наприклад, 3 грудня – Міжнародний день людей з інвалідністю), подіями (Паралімпійські ігри) чи скандалами, пов'язаними з людьми з інвалідністю [12]. Поява людей з інвалідністю у ЗМІ часто супроводжується стереотипованими образами. Їх зазвичай зображують як об'єкти жалю або акцентують увагу на їхніх «супергероїчних» досягненнях та витривалості (наприклад, у випадках із паралімпійцями), зрідка висвітлюючи їх повсякденність, потреби і бажання, які є такими самими, як і у всіх інших.

Медіарепрезентації формують вербальне (використання слів-маркерів щодо осіб з інвалідністю) [29], контекстне (відображення змісту матеріалу) [31] та нормативне (через частоту подачі матеріалів) [30] тло. Репрезентації меншин, до яких належать і особи з інвалідністю, є центральним питанням для медіадослідників у межах культурно-критичної парадигми, які пояснюють роль медіа в підтримці проблемних стереотипів. Особливо в середовищі, дедалі більш насиченому візуальною комунікацією, значна кількість зображень сприяє підтримці, підтвердженню та відтворенню проблемних репрезентацій [25].

Основою медіарепрезентацій людей з інвалідністю є концепція «ставлення до Іншого», яке відтворює культурні стереотипи в межах дихотомії «ми – вони», де ми – це свої, а вони – це чужі. Оскільки реальних кордонів між групами не існує, виникають уявні маркери, які створюють і підтримують відчуття непереборної різниці [27, с. 17]. Стереотипи формують фіксовані межі, що обмежують розмаїття характеристик, властивих групі. Вони також надають індивіду своєрідні інструменти контролю над зовнішньою реальністю.

С. Гілман розрізняє патологічну та непатологічну стереотипізацію. Патологічна спрямована на фіксацію відмінностей, дистанціювання та агресію проти «інших», яких трактують як об'єкти. Непатологічна, яка виникає як реакція на тривогу, має тенденцію до трансформації: стереотипи згодом переглядаються, не виникає стигматизації, зберігається здатність розрізняти індивідуальні риси в межах групи [27, с. 17].

Таким чином, фокусованість та обмеженість медіарепрезентацій окремих соціальних груп

можуть набувати форми патологічної, надаючи їм певних сенсів. Продовжуючи працю інших дослідників [21; 28], проаналізуємо наративи про інвалідність, виділяючи форми її патологічної стереотипізації на основі декількох критеріїв (табл. 1):

1. Персоналізація/деперсоналізація (у таблиці позначено як «Пр+/Пр-»). Особу з інвалідністю представляють або як окремого індивідуума з особистими якостями та історіями («Незрячий батько-одинак із Вінниці отримав допомогу від волонтерів» («24 Вінниця», 18.05.2022) [Цит. за: 20] (Пр+), або як частину однорідної групи без індивідуальних рис, що сприяє знеособленню образу (Пр-) (наприклад, відома психологиня у своїх соцмережах заявила, що у людей з аутизмом немає емпатії, та порівняла їх із росіянами [9]).

2. Емоційність/беземоційність (Ем+/Ем-). Матеріал має яскраве емоційне забарвлення, спрямоване на виклик жалю або захоплення (Ем+) («Інвалідність – не діагноз: 10 вражаючих історій успіху, які вас здивують» [3]), або подається нейтрально, зосереджуючись на фактах чи об'єктивних характеристиках (Ем-).

3. Фізичний/соціальний фокус (Фіз/Соц). Увага зосереджується на фізичних обмеженнях або функціях тіла, пов'язаних з інвалідністю (Фіз), наприклад у публікаціях про Паралімпійські ігри досягнення олімпійців демонструють крізь призму їхніх фізичних обмежень. У разі соціального фокусу (Соц) інвалідність подається як соціальний аспект, що враховує культурні, політичні чи соціальні стосунки та контексти.

4. Універсальний/ситуаційний стереотип (Ун/Сит). Подання інформації про осіб з інвалідністю є універсальним, тобто незалежним від історичного та культурного контексту (Ун), або ситуативно зумовленим (Сит). У військових реаліях України новими, ситуативними стереотипами є інструменталізація («Дружина напрокат: як чоловіки намагаються виїхати з України. Ті, хто ухиляється від мобілізації, «виходять заміж» за жінок з інвалідністю» («Апостроф», 28.07.2023) [Цит. за: 20]), а також російський ейблістський дискурс, що створюється про-російськими користувачами в українському сегменті соціальних мереж задля знецінення української армії [1]. Це посилює негативне навантаження на дискурс інвалідності.

Використання цих критеріїв дає змогу аналізувати позиціонування цієї групи у соціумі, тобто як конкретний тип стереотипу впливає на сприйняття людей з інвалідністю, наскільки він сприяє маргіналізації (дистанціюванню від суспільно прийнятих норм, сприйманню їх як Інших, менш значущих) і стигматизації (формуванню стійких негативних асоціацій). Використання окремих стереотипів може сприяти підвищенню суспільних вимог і створенню

Таблиця 1

Типи медіарепрезентацій

Категоризація	Пояснення	Соціальне позиціонування	Приклади
1	2	3	4
<b>1. Сентименталізація</b>			
Пр+/Ем+/ Фіз/ Ун	Персоніфікує та емоційно забарвлює, формуючи образ жертви. Фізичні обмеження використовуються для виклику жалю або співчуття [22].	Формує жалюгідний образ, призводячи до маргіналізації людей з інвалідністю.	«Деякі жінки з інвалідністю за все життя жодного разу не були у гінеколога» (Високий замок, 23.09.2022) [Цит. за: 20]
<b>2. Героїзація/фетишизація</b>			
Пр+/Ем+/ Фіз/ Ун	Персоніфікує, наділяючи надлюдськими якостями та героїзуючи досягнення людей з інвалідністю, що формує необґрунтовано високі очікування [23]	Посилює очікування, створює бар'єри для реального прийняття та інтеграції в суспільство.	«Один палець і незламний дух: історія хлопця з інвалідністю, який підкорив онлайн-світ» [18]
<b>3. Компенсація/заміщення</b>			
Пр+/Ем+/ Соц/ Ун	Уявлення про те, що людина з інвалідністю повинна компенсувати свій стан якимись особливими навичками або досягненнями [22]	Створює тиск на людину з інвалідністю, зміщуючи акцент на потребу постійного доведення своєї цінності для суспільства.	«На Вінниччині незрячий чоловік «озвучує» ноутбуки і телефони» («Вінниця. Інфо», 11.09.2022); «45 щасливих років у парі з ... незрячим чоловіком» («Вісник+К», 18.05.2020); «На Черкащині незрячий масажист лікує пацієнтів навпомацки (відео)» («Вичерпно», 10.02.2019) [Цит. за: 20]
<b>4. Інфантилізація</b>			
Пр-/Ем+/ Соц/ Ун	Представлення людей з інвалідністю як дітей, незалежно від їхнього віку. Їх зображають як наївних, таких, які потребують опіки з боку суспільства чи родини, що позбавляє їх агентності та автономії [35]	Сприяє сприйняттю людей з інвалідністю як нездатних до самостійного життя, що закріплює патерналістське ставлення та обмежує їхні права.	«Луцькі патрульні допомогли незрячому чоловіку перейти дорогу (відео)» («Конкурент», 10.04.2023) [Цит. за: 20]
<b>5. Фрагментація</b>			
Пр-/Ем+/ Фіз/ Ун	«Розділяє» особистість, акцентуючи увагу на окремих фізичних особливостях. Це також формує емоційну реакцію на фізичні обмеження як на центральний аспект сприйняття [33]	Сприяє стигматизації та маргіналізації, ускладнюючи цілісне сприйняття людини з інвалідністю.	«Український військовий без однієї кисті підкорив вершину Казбек: присвятив сходження загиблим на війні» [15]
<b>6. Екзотизація/монструалізація</b>			
Пр-/Ем+/ Фіз/Ун	Спосіб зображення, що подає інвалідність як щось «дивне», «небезпечне» або як джерело страху. В такий спосіб з'являється образ «монстра», який загрожує суспільству.	Формує страх та упередження, дистанціює від сприйняття інвалідності як частини людської різноманітності, що призводить до ізоляції та стигматизації.	Ведуча телеканалу порівнює поведінку Володимира Путіна з поведінкою аутиста [9].

1	2	3	4
<b>7. Деперсоніфікація та гомогенізація</b>			
Пр-/Ем-/ Соц/ Ун	Деперсоналізує, зводячи людей з інвалідністю до узагальненої соціальної категорії. Сприяє сприйняттю їх як однорідної групи без індивідуальності [36]	Сприяє стигматизації, ускладнює сприйняття людей з інвалідністю як унікальних особистостей.	Особи з психічними розладами представлені не як окремі унікальні особи, а як категорія пацієнтів закритих психіатричних установ, об'єкти лікування: «Плюються, агресивно поводяться і псують товар: кременчани скаржаться на психічно хворих» [11]
<b>8. Медикалізація</b>			
Пр-/Ем-/ Фіз/Ун	Медикалізує інвалідність, представляючи її виключно як медичну проблему, що зосереджує увагу на фізичних аспектах та відводить від соціальних причин (наслідків) інвалідності [34]	Знижує соціальний статус людей з інвалідністю, призводячи до їх маргіналізації.	Об'єднання людей виключно за ознакою їх діагнозу: «5 світових зірок, які живуть з діагнозом аутизм» [10]
<b>9. Інструментальне використання</b>			
Пр-/Ем-/ Соц/ Сит	Використовує інвалідність як інструмент для досягнення соціальних цілей або уникнення зобов'язань. Знижує статус інвалідності до соціально маніпулятивного аспекту [20].	Закріплює стереотипи та знижує статус інвалідності в суспільній свідомості.	«Новий бізнес в Україні: одружитися на жінці з інвалідністю, щоб уникнути мобілізації» (Главком, 12.07.2023); [Цит. за: 20] Стали «інвалідами», щоб уникнути мобілізації? Хто відповідь за прокурорів і схеми МСЕК? [12]
<b>10. Російський ейблїстський дискурс/пропагандистська інвалідофобія</b>			
Пр-/Ем+/ Соц/ Сит	Російська пропаганда демонструє людей з інвалідністю як «обтяжливих» для української системи соцзахисту та як «слабких» або «залежних». Інвалідність представлена як особиста проблема, яка знижує соціальну цінність людини, нав'язуючи погляд, що вони є тягарем [1]	Сприяє стигматизації, соціальній ізоляції та формує патерналістське ставлення до людей з інвалідністю. Це обмежує їхню автономію, перешкоджаючи сприйняттю як повноцінних членів суспільства.	Пропагандисти описують різний контекст перетворення ЗСУ на «армію інвалідів»: «У лавах української армії всі як на підбір – ВІЛ-інфіковані, ампутанти та божевільні» або «слідом за ВІЛ-інфікованими, інвалідами та психами в останній бій ідуть і ампутанти» [1]

надмірного тиску на людей з інвалідністю: «Світ без інвалідності просякнутий історіями: історіями про людей з інвалідністю, які беруть участь у таких масштабних заходах, як подолання 2500 миль пішки, або ж у таких буденних, як навчання водінню автомобіля. Вони зосереджені на людях з інвалідністю, які «долають» свою інвалідність. Вони підкріплюють перевагу тіла і розуму людей без інвалідності» [23, с. 2].

Патологічне сприйняття характеризується нездатністю рефлексивно поставитися до стереотипу і наполяганням на його об'єктивності. Воно підтримується через різні стратегії репрезентації, зокрема замовчування – нехтування меншинами та ігнорування їхнього голосу. У дослідженнях культури така страте-

гія репрезентації визначається як символічне знищення (symbolic annihilation), оскільки є результатом рідкісного та вузько обмеженого зображення групи в контекстах, що повторюються [25, с. 121].

Особливістю соціокультурних значень є їх мінливість та нестійкість: вони ніколи не є остаточно зафіксованими, тому постійно з'являються нові стереотипи [28, с. 270]. Спроби уникнути негативних образів стимулюють застосування контрстратегій репрезентації, однією з яких є нормалізація, що полягає у прагненні інтегрувати Інших у культурний мейнстрім через нівелювання відмінностей. Проте така інтеграція потребує асиміляції норм, цінностей, стилів поведінки домінуючої

культури, а також відмови від своєї унікальності. Нормалізація, по суті, призводить до знищення інакшості та несе для людей з інвалідністю певні загрози: наголос на нормальності часто приховує потребу в змінах (якщо інвалідність – це норма, то вона не потребує спеціальної політики).

Серед інших контрстратегій реверсії існуючих медіарепрезентацій людей з інвалідністю, які спрямовані на зміну стереотипних, негативних або обмежених образів, можна виділити два типи: *організаційні* і *змістовні*. Організаційні – зосереджені на контексті подання інформації про людей з інвалідністю, способах медіарепрезентацій. Змістовні – передбачають нові підходи і проєкції до подання інформації про цю групу людей.

Організаційні контрстратегії передбачають активне залучення людей з інвалідністю в медіапростір: участь у створенні контенту, визначених акторських ролей та журналістських ініціатив, що сприяє формуванню більш реалістичних та автентичних образів. Важливою є зміна нарративу – перехід від образу «страшної хвороби» до висвітлення різноманітних аспектів життя людей з інвалідністю, їхніх досягнень, амбіцій, особистих історій та повсякденності. Окрім того, необхідно забезпечити доступність медіапростору шляхом упровадження субтитрів, аудіодискрипцій та адаптованих форматів.

Ці заходи сприяють інтеграції людини з інвалідністю у суспільство, руйнуючи бар'єри нерозуміння та стереотипів. Завдяки реалістичним і різноманітним медіаобразам, які демонструють повсякденне життя, досягнення та індивідуальність, суспільство отримує можливість краще зрозуміти їхній досвід. Це, своєю чергою, зменшує упередження, посилює емпатію та стимулює зміни у суспільному ставленні, що важливо для формування інклюзивного середовища. Як зазначає К. Барнс, хоча персональна взаємодія є найкращим способом передачі особистого досвіду інвалідності, медіарепрезентації у засобах масової інформації також можуть бути ефективним інструментом для глибшого розуміння та поступових змін у суспільному сприйнятті людей з інвалідністю [21]. Своєю чергою, експериментальні дослідження доводять, що сюжети й відео, орієнтовані, передусім, на людей, а не на їхню інвалідність, здатні позитивно впливати на когнітивні оцінки глядачів і формувати більш позитивне ставлення до людей з інвалідністю [32].

Змістовні контрстратегії включають загальне завдання – переосмислення образу інвалідності, яке полягає у зміні його сприйняття. Це передбачає представлення людей з інвалідністю не лише як об'єктів жалю чи героїзму, а як різноманітних, самодостатніх і активних членів суспільства.

Перша стратегія – позитивна стереотипізація, яка передбачає створення нових позитивних стереотипів щодо людей з інвалідністю. Це може реалізовуватися, наприклад, через репрезентацію їх у контексті успіху чи здатності адаптуватися до домінуючих культурних норм з одночасним виокремленням недоліків чи обмежень представників домінуючої групи. Такий підхід також може включати акцент на рисах, які зазвичай сприймаються як негативні, але переосмислюються в позитивному ключі. Так, у публікаціях про людей із синдромом Дауна часто наголошується на їхній широті, здатності до глибоких почуттів і відсутності агресії. Прикладом такого підходу є фільм «Людина дощу» (Rain man, 1988, реж. Б. Левінсон), де головний герой з аутизмом демонструє свої феноменальні здібності, які виходять за межі стереотипного сприйняття обмежень. Це сприяє розширенню уявлень про нормальність і прийнятність.

Другу стратегію можна позначити як опір домінуючому режиму репрезентації іншого за допомогою перенесення позитивних образів людей з інвалідністю на негативні стереотипи, які продовжують транслюватися в популярній культурі. Ця стратегія спрямована на відновлення балансу уявлень, заснованому на прийнятті та підкресленні відмінностей, а не на їх ігноруванні. Це включає створення позитивної ідентифікації з усім комплексом образів, що існують про людей з інвалідністю, та пояснення, що означає бути «людиною з інвалідністю» або «аутистом», або «людиною із синдромом Дауна» у контексті домінуючих поглядів. Це передбачає визнання, утвердження та прийняття інакшості. Серіал «Добрий доктор» (The good doctor, 2017, американський телесеріал Д. Шора в жанрі медичної драми) розповідає про молодого хірурга з аутизмом і синдромом саванта, який працює у престижній лікарні, демонструючи свої унікальні здібності, рятуючи життя пацієнтів і долаючи скептицизм колег. Він яскраво демонструє застосування цієї контрстратегії.

Третя змістовна стратегія позитивного зображення – це пошук і зіткнення амбівалентних стереотипів. У рамках такої стратегії не відбувається створення нового «позитивного» змісту, а здійснюється критичний розгляд поширених форм репрезентації, щоб змусити стереотипи працювати проти самих себе. Наприклад, замість того щоб увічливо ігнорувати зовнішність, способи комунікації, відмінності у рисах обличчя чи наявність протезів, ця стратегія, навпаки, оголює відмінності, виставляє їх на загальний огляд, надаючи їм цінності [28, с. 266]. Головний принцип цієї стратегії – сприймати Інших із позиції їхньої унікальності, долаючи дистанцію, зумовлену соромом чи збентеженням; давати їм можли-

вість висловлювати себе так, як вони бажають, бути тими, ким вони почуваються, і представляти себе так, як хочуть виглядати в очах оточуючих.

**Висновки.** Систематичне дослідження стратегій створення медіаобразів людей з інвалідністю дає змогу переосмислити дискримінаційні стереотипи, розуміти механізми їх відтворення та впливу на суспільне сприйняття. Усвідомлення контрстратегій реверсії існуючих медіарепрезентацій сприяє перегляду культурних значень, що відчужують і принижують, та формуванню здатності протистояти їм, кидаючи виклик домінуючому режиму репрезентації, оскаржуючи і навіть змінюючи його, що сприятиме формуванню більш реалістичних і етичних уявлень. Важливим завданням є створення медіарепрезентацій, які визнають складність досвіду інвалідності, сприяють інклюзії та руйнують бар'єри упереджень. Зміщення акцентів із «жалісливих» чи «героїчних» образів на повсякденні історії допоможе зменшити дистанцію між суспільством і людьми з інвалідністю, сприяючи формуванню інклюзивного соціального середовища.

Перспективним є продовження дослідження цієї проблематики, зокрема оцінка частоти виявлених медіаобразів, їх контексту та тональності. Особливо важливим є виявлення відмінностей у медіарепрезентаціях залежно від соціальних та політичних контекстів. Такі кількісні дослідження дадуть змогу більш об'єктивно оцінити поширеність стереотипів та ефективність запроваджених контрстратегій, спрямованих на покращення суспільного сприйняття людей з інвалідністю, та стануть основою для розроблення нових медійних підходів до цієї теми.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Війна та інклюзивність: як ворожий агітпроп намагається погіршити сприйняття українцями людей з інвалідністю / Л. Бідочко та ін. Детектор медіа. 2023. 24 грудня. <http://surl.li/gjkysu>
2. Василик Л. Експлуатація людини з інвалідністю у політично замовних матеріалах. Права людини в медіа-освіті та медіа діяльності в Україні : матеріали Першої науково-практичної конференції, м. Київ, 30 листопада 2018 р. Київ : Інститут журналістики, 2018. С. 25–29.
3. Вінтюк Ю. Інвалідність – не діагноз: 10 вражаючих історій успіху, які вас здивують. Національна асамблея людей з інвалідністю України. URL: <http://surl.li/sjzbzk>
4. Грубич В. Висвітлення соціальних питань людей з інвалідністю на телебаченні в Україні (за матеріалами «ТСН»). Права людини в медіаосвіті та медіадіяльності в Україні : матеріали Першої науково-практичної конференції, м. Київ, 30 листопада 2018 р. Київ : Інститут журналістики, 2018. С. 67–68.
5. Климанська Л. Медіа-імідж соціальної проблеми. Методологія, теорія та практика соціологіч-

ного аналізу сучасного суспільства. 2009. Вип. 15. С. 273–280.

6. Костенко Н. Телебачення як тотальна практика і лібералізація відмінностей. Українське суспільство – 2003. Соціологічний моніторинг. Київ : ІС НАН України, 2003. С. 438–451.

7. Костенко Н. Масова комунікація. Соціологія : навчальний посібник / за ред. С.О. Макеєва. 4-е вид., перероб. і доп. Київ : Знання, КОО, 2008. С. 216–256.

8. Лаврик О. Соціальна проблематика газетних виступів : навчально-методичний посібник. Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2010. 72 с.

9. Машкова Я. Інвалідність та інклюзивність по-українськи. Як провалити тест на толерантність. Інститут масової інформації. 2024. 31 січня. <http://surl.li/jlybxz>

10. Пашкевич І. 5 світових зірок, які живуть із діагнозом аутизм. РБК-Україна. 2024. 13 жовтня. <http://surl.li/lrsbxx>

11. Плюються, агресивно поведуться і псують товар: кременчани скаржаться на психічно хворих. Терен. 2020. 25 травня. <http://surl.li/hqspgi>

12. Радіо Свобода. Стали «інвалідами», щоб уникнути мобілізації? Хто відповідь за прокурорів і схеми МСЕК? Радіо Свобода. 2024. 17 жовтня. <http://surl.li/beprzp>

13. Сащук Т. Методологія дослідження актуальної соціальної проблематики: принципи фіксації та каталогізації. Current Issues of Mass Communication. 2013. Issue 14. С. 33–36.

14. Сащук Т. Аспекти реалізації актуальної соціальної проблематики в аналітичних публікаціях всеукраїнських суспільно-політичних видань «День» та «Дзеркало тижня». Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації». 2014. № 1–2(38). С. 130–134.

15. Сітнікова І. Український військовий без однієї кисти підкорив вершину Казбек: присвятив сходження загиблим на війні. Hromadske. 2024. 2 жовтня. <http://surl.li/pbvyfq>

16. Соціологічна група «Рейтинг». Національне соціологічне дослідження про сприйняття людей з інвалідністю в Україні. 28 серпня – 1 вересня 2023 р. <http://surl.li/ewodfp>

17. Терюханова М. Яка кількість людей з інвалідністю в Україні у 2024 році? Факти. 2024. 22 жовтня. <http://surl.li/ajmsog>

18. Українська М. Один палець й незламний дух: історія хлопця з інвалідністю, який підкорив онлайн-світ (доповнено). Телеграф. 2024. 18 вересня. [surl.li/ewyrda](http://surl.li/ewyrda)

19. Медіакомунікації та соціальні проблеми: Збірка навчально-методичних матеріалів і наукових статей в трьох частинах. Частина перша / К. Шендеровський та ін. ; упор., ред. К. Шендеровського. Київ : Київський національний університет, Інститут журналістики, 2012. 288 с.

20. Шульська Н., Зінчук Р., Гундерук О. Образ людини з інвалідністю в українському медіапросторі: особливості номінації і журналістська етика. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика». 2024. Т. 35. № 2. С. 217–222. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.2.2/34>.

21. Barnes C. Disabling Imagery and the Media: An Exploration of the Principles for Media Representations of Disabled People / *Colin Barnes. BCODP, 1992. 60 p.*
22. Chrisman W.L. A Reflection on Inspiration: A Recuperative Call for Emotion in Disability Studies. *Journal of Literary & Cultural Disability Studies*. 2011. Vol. 5, No. 2. P. 173–184. DOI: <https://muse.jhu.edu/article/441688>.
23. Clare E. Exile and Pride: Disability, Queerness, and Liberation / Eli Clare. Durham and London : Duke University Press, 2015. 186 p.
24. Cumberbatch G., Negrine R. Images of Disability on Television / Guy Cumberbatch, Ralph Negrine. 1st ed. London : Routledge, 1992. 194 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003341031>.
25. Fürsich E. Media and the representation of Others. *International Social Science Journal*. 2010. Vol. 61, Issue 199. P. 113–130. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2451.2010.01751.x>.
26. Garland-Thomson R. Extraordinary Bodies: Figuring Physical Disability in American Culture and Literature / Rosemarie Garland-Thomson. Twentieth Anniversary Edition. New York : Columbia University Press, 2017. 200 p.
27. Gilman S.L. Difference and Pathology: Stereotypes of Sexuality, Race, and Madness / Sander L. Gilman. Ithaca and London : Cornell University Press, 1985. 292 p.
28. Hall S., Evans J., Nixon S. (eds.). Representation / Edited by Stuart Hall, Jessica Evans, Sean Nixon. 2nd ed. London ; Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications ; Open University, 2013. xxvi, 401 p.
29. Haller B.A., Dorries B., Rahn J. Media labeling versus the US disability community identity: a study of shifting cultural language. *Disability & Society*. 2006. Vol. 21. P. 61–75.
30. Inimah G.M., Mukulu E., Mathooko P. Literature Review on Media Portrayal of People with Disabilities in Kenya. *International Journal of Humanities and Social Science*. 2012. Vol. 2, No. 8 [Special Issue – April]. P. 223–228.
31. Lidubwi J.U., Gathigi G. Representation of Disability in Media: A Study of Abled Differently Program. *The University Journal*. 2021. Vol. 3, No. 1. P. 29–44.
32. Lu J., Webber W.B., Romero D.E., Chirino C. Changing Attitudes Toward People With Disabilities Using Public Media: An Experimental Study. *Rehabilitation Counseling Bulletin*. 2018. Vol. 61. P. 175–186.
33. McLaughlin J., Clavering E. K. Visualising difference, similarity and belonging in paediatric genetics. *Sociology of Health & Illness*. 2012. Vol. 34, No. 3. P. 459–474. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9566.2011.01388.x>.
34. McRuer R. Crip Theory: Cultural Signs of Queerness and Disability / Robert McRuer. New York; London: New York University Press, 2006. 283 p.
35. Stevenson J.L., Harp B., Gernsbacher M.A. Infantilizing Autism. *Disability Studies Quarterly*. 2011. Vol. 31, No. 3. DOI: <https://doi.org/10.18061/dsq.v31i3.1675>.
36. Wilkinson P., McGill P. Representation of people with intellectual disabilities in a British newspaper in 1983 and 2001. *Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities*. 2009. Vol. 22. P. 65–76.