

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА
СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра медіакомунікацій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
(ІННОВАЦІЙНИЙ МАГІСТЕРСЬКИЙ ПРОЄКТ)
**КОНСТРУЮВАННЯ ОБРАЗУ ЖІНОЧОГО ТІЛА
В ІНСТАГРАМ-ФОТОГРАФІЇ**

Виконала:
студентка 2 курсу групи СК-51
денної форми навчання
другого (магістерського) рівня
спеціальності 061 Журналістика
освітньо-професійної програми
«Аудіовізуальні медіа
та цифрова журналістика»
Анастасія БАКАЛ



Наукова керівниця:
старша викладачка
Кристина ПАШКІНА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Факультет соціологічний

Катедра медіакомунікацій

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 061 Журналістика

освітньо-професійна програма "Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика"

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. завідувача катедри

_____ Л. В. СТАРОДУБЦЕВА

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ІННОВАЦІЙНИЙ МАГІСТЕРСЬКИЙ ПРОЄКТ)
БАКАЛ АНАСТАСІЇ ОЛЕКСАНДРІВНИ

1 Тема проєкту: "Конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографії".

керівниця проєкту: ПАШКІНА Кристина Юріївна, старша викладачка.

затверджені наказом по університету від " ____ " _____ 2024 року № ____

2 Строк подання студентом проєкту: 22 листопада 2024 року

3 Перелік питань, які потрібно розробити:

- обґрунтувати актуальність теми дослідження;
- визначити мету, завдання, об'єкт, предмет, методи, теоретичну та емпіричну основу проєкту;
- окреслити наукову новизну і практичне значення роботи;
- проаналізувати досліджуваний феномен;
- виконати емпірико-практичну частину проєкту;
- зробити висновки до проведеного дослідження;
- оформити текст і список використаних джерел у відповідності до існуючих вимог.

4 План роботи над проєктом

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Визначення структури кваліфікаційного магістерського проєкту
2	Збір матеріалу, добір літератури з теми
3	Робота над текстом кваліфікаційного магістерського проєкту, підготовка першого варіанту тексту у чорновій редакції, обговорення тексту з керівником проєкту
4	Доробка тексту з урахуванням пропозицій керівника проєкту
5	Робота над емпірико-практичною частиною кваліфікаційного магістерського проєкту
6	Підготовка й оформлення списку використаних джерел, рисунків, таблиць, додатків
7	Узгодження остаточного варіанту тексту та опису емпірико-практичної частини кваліфікаційного магістерського проєкту з керівником
8	Підготовка анотацій до проєкту
9	Одержання висновку керівника проєкту і рецензії зовнішнього експерта на кваліфікаційний магістерський проєкт

5 Дата видачі завдання: 25 жовтня 2023 року

Студентка

А. О. БАКАЛ

Керівниця проєкту

К. Ю. ПАШКІНА

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ЖІНОЧОГО ФОТООБРАЗУ В МАСОВІЙ КУЛЬТУРІ.....	8
1.1 Основні поняття дослідження.....	8
1.2 Теоретико-методологічні підходи до дослідження формування жіночого образу.....	12
Висновки до розділу 1.....	14
РОЗДІЛ 2 ІСТОРІЯ ФОТОГРАФІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ЖІНКИ.....	15
2.1 Розвиток фотографії як форми мистецтва та історичні етапи формування жіночого образу у фотографії.....	15
2.2 Фотографія як інструмент конструювання соціокультурних уявлень про жінку від ХІХ століття до сьогодення.....	20
Висновки до розділу 2.....	26
РОЗДІЛ 3 СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ФОРМУВАННІ УЯВЛЕНЬ ПРО ЖІНОЧУ КРАСУ.....	28
3.1 Соціокультурні аспекти формування ідеалів краси.....	28
3.2 Вплив інстаграму на формування стереотипів жіночого образу.....	33
3.3 Диджитальні інструменти зміни зовнішності на фото та відео.....	37
Висновки до розділу 3.....	44
РОЗДІЛ 4 АНАЛІЗ ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ ПРОФІЛІВ ІНСТАГРАМ-БЛОГЕРОК.....	46
4.1 Вибір інстаграм-блогерок і критерії оцінювання візуального контенту для аналізу.....	46
4.2 Аналіз візуальних образів та їхній зв'язок із сучасними тенденціями уявлень про жіночу красу.....	52
4.3 Практичний аналіз механізмів конструювання образу жіночого тіла в інстаграмі.....	65
Висновки до розділу 4.....	75
ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	81

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Дослідження теми «Конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографії» виправдано важливістю соціальних медіа у формуванні сучасних культурних норм. Інстаграм, як домінантний медійний інструмент, істотно впливає на сприйняття жіночої краси та ідентичності, підтримуючи ідеалізовані образи, що часто відрізняються від реальності. Це дослідження дозволить розглянути вплив таких образів на самооцінку жінок і їхнє бачення власного тіла, особливо в контексті глобальних дискусій про тіло позитивність і здорові стандарти краси. Аналіз також включатиме вивчення впливу цифрових технологій на гендерні ролі. В цілому, ця тема відкриває можливість аналізувати сучасні культурні та соціальні тенденції, а також розуміння етичних і соціальних викликів, пов'язаних із медійним зображенням жінок.

Актуальність обраної теми зумовлена тим фактом, що інстаграм, як один із лідерів соціальних медіа, відіграє значну роль у формуванні ідентичності та стандартів краси, особливо серед жіночої аудиторії. Ця платформа не лише впливає на особистісне самовираження, але й стає ареною для культурних і комерційних взаємодій, які формують суспільні уявлення про жіноче тіло. Аналіз того, як цифрові образи впливають на самосприйняття і самооцінку, є критично важливим. Також, вивчення впливу інстаграм на конструювання жіночого образу дає змогу глибше зрозуміти, як гендерні стереотипи та ідеали краси поширюються і закріплюються через масові медіа. Такий аналіз допоможе виявити потенційні негативні наслідки, такі як поширення необґрунтованих стандартів краси та вплив на психологічне благополуччя користувачів, а також сприятиме розробці стратегій для створення більш здорових і реалістичних образів у медіа.

Ступінь вивченості теми. У нашому магістерському проєкті особливе значення мають праці зарубіжних дослідників, які розглядали історію формування жіночого образу в медіасфері: *Chimamanda Ngozi Adichie, John*

Berger, Mary Ann Mozley, Susan Sontag, Christine Woyshne та ін. Ці науковці глибоко досліджували фотографію та писали про репрезентацію й самосприйняття жінок, піднімаючи важливі питання гендерної політики ідентичності та її конструювання в медійних зображеннях. Вагомим внеском у вивчення теми є дослідження *Vandenbosch & Eggermont*, які проаналізували механізми об'єктивізації в соціальних мережах. Їхня робота розкриває особливості впливу інстаграм на формування образу жіночого тіла через системи лайків, коментарів та алгоритми просування контенту. Одним із найвідоміших досліджень є книга *The Female Gaze* (1975) фотографа та письменниці Лори Маккарті. У цій праці авторка здійснює глибокий аналіз зображень жінок у фотографії від її витоків до кінця 1970-х років. Значний внесок у дослідження репрезентації жіночого образу зробили Наомі Вульф та Мелісса Прат у книгах *The Beauty Myth* та *Women in Photography*. Вони комплексно проаналізували історію жінок у фотографії, показавши, як жіночі фотографи трансформували зображення жінок у масовій культурі та критикували нереалістичні стандарти краси. Серед українських дослідників особливо вирізняється Ольга Шуршинська, яка зробила вагомий внесок у вивчення роботи жінок-фотографів та репрезентації жінок в українській візуальній культурі. Дослідження зарубіжних та українських науковців створили фундаментальну базу для вивчення конструювання жіночого образу не лише в інстаграм, але й у медійному просторі загалом. Особливої актуальності набувають дослідження механізмів впливу соціальних мереж на формування та сприйняття жіночого образу в сучасному цифровому середовищі.

Мета та завдання дослідження. Метою проєкту є визначення специфіки процесів конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографіях і виявлення їхнього впливу на сприйняття жіночої краси та ідентичності в сучасному суспільстві.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі *завдання*:

- описати основні поняття, теоретичні концепції та методи дослідження, пов'язані з фотографією;
- дослідити історію фотографії та її вплив на формування образу жінки; вивчити сучасні соціокультурні аспекти фотографії, що впливають на формування ідеалів краси;
- виявити сучасні тенденції у формуванні уявлень про жіночу красу; дослідити, як інстаграм і цифрові інструменти змінюють сприйняття та стандарти жіночої краси;
- провести аналіз візуального контенту профілів інстаграм-блогерок розробити критерії оцінювання їхнього візуального контенту та проаналізувати, як вони представляють жіночий образ;
- створити та проаналізувати серію фотографій, що демонструють механізми конструювання образу жіночого тіла в інстаграмі та їхній вплив на формування стандартів краси в соціальних мережах.

Об'єктом дослідження є образ жіночого тіла в соціальних мережах.

Предметом дослідження – конструювання образів жіночого тіла в інстаграм-фотографії.

Методи дослідження. Зважаючи на те, що вплив соціальних мереж на конструювання образу жіночого тіла вивчається в різних галузях гуманітарного знання, таких як медіадослідження, гендерні студії, соціологія, психологія і дослідження візуальної культури, у проєкті застосовано комплексну міждисциплінарну методологію і використано такі загальнонаукові методи дослідження як аналіз і синтез, порівняння та узагальнення.

У нашому магістерському проєкті використані такі спеціально-наукові кількісні та якісні методи дослідження як:

- контент-аналіз (що використовується для дослідження зображень та підписів у інстаграм, дозволяє визначити частоту появи певних тем, ідей або образів у тексті, а також для дослідження профілів користувачів інстаграм,

які активно публікують фотографії жіночого тіла, для виявлення спільних рис у їхніх образах, стилях і підходах до представлення себе);

- дискурс-аналіз (що використовується для вивчення текстів і мови опису фотографій, а також дозволяє визначити, як певні ідеї та образи конструюються та поширюються в суспільстві);

- квалітативне дослідження (що представляє собою глибинне вивчення вибраного образу через аналіз відгуків, коментарів і реакцій користувачів на цей контент).

Теоретичною основою магістерської роботи є праці вчених та теоретиків, які розглядають різні аспекти конструювання жіночого образу в медіа та цифровому просторі. Основоположними для дослідження є роботи *John Berger* щодо візуального сприйняття та репрезентації жінок у медіакультури, дослідження *Susan Sontag* про вплив фотографії на формування суспільних уявлень та цінностей. Важливою теоретичною базою є сучасні дослідження *Jasmine Fardouly* та *Leonard R. Vartanian* про вплив соціальних мереж на сприйняття тіла, а також роботи *Rachel Cohen* про взаємозв'язок між активністю в соціальних мережах та занепокоєнням щодо зовнішності серед молодих жінок. Концептуальною основою для розуміння механізмів конструювання образу в цифровому просторі стали дослідження *Marika Tiggemann* про трансформацію ідеалів тіла в Instagram та роботи *Vandenbosch & Eggermont* про механізми об'єктивізації в соціальних мережах.

Емпіричне дослідження складається з детального аналізу контенту, профілів користувачів, фотографій, що були опубліковані в ЗМІ, візуальних елементів, таких як використання кольору, композиція, освітлення, та фільтри, одяг, позування та ін.; порівняльного аналізу селебріті та українських блогерок; серії авторських фотографій, що демонструють різні аспекти конструювання жіночого образу в інстаграм (загальна кількість – 19 фотографій у 7 категоріях: тіло, обличчя, макіяж, одяг/образ, фільтри та фон, пози), та їхньої поетапної обробки з використанням сучасних методів цифрової модифікації, включаючи базову кольорокорекцію, ретуш та AI-обробку. Цей аналіз дозволяє продемонструвати, як образ жінки конструюється в інстаграм-фотографії.

Наукова новизна полягає у визначенні специфіки процесів конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографіях та їхнього впливу на сучасне суспільство. Зокрема, дослідження розширює та систематизує теоретичні засади вивчення жіночого образу в соціальних мережах, а також пропонує новий підхід до аналізу візуального контенту в інстаграмі, що дозволяє глибше зрозуміти механізми конструювання жіночих образів у цифровому просторі. Розвинено теоретичні положення про вплив соціальних мереж на формування стандартів краси, розроблено критерії оцінювання впливу інстаграм-фотографії. У межах дослідження створено та проаналізовано авторську серію фотографій, що демонструє механізми конструювання жіночого образу в інстаграмі; запропоновано класифікацію візуальних інструментів, що використовуються для створення ідеалізованих образів у соціальних мережах, а також визначено основні тенденції трансформації уявлень про жіночу красу під впливом інстаграм-культури.

Практичне значення магістерського проєкту полягає у наданні рекомендацій для контент-творців щодо публікації більш реалістичних і здорових образів жіночого тіла, що сприятиме зміцненню медіаграмотності, формуванню критичного сприйняття медіаконтенту аудиторією. Результати дослідження можуть також сприяти гендерній рівності, покращенню законодавчої та соціальної політики стосовно зображення жіночого тіла в медіа, а також підвищенню психологічного благополуччя споживачів, особливо у контексті впливу ідеалізованих образів на самооцінку та сприйняття власного тіла. Крім того, матеріали дослідження можуть стати основою для освітніх програм, спрямованих на профілактику розладів харчової поведінки та інших психологічних наслідків впливу нереалістичних стандартів краси в соціальних мережах.

Структура та обсяг дослідження. Робота складається зі вступу, чотирьох розділів (у тому числі 12-ти підрозділів), висновків та списку використаних джерел (90 найменувань, з них 34 – іноземними мовами, 32 – досліджувані джерела). Проєкт містить 18 рисунків та 4 таблиці. Загальний обсяг дослідження – 88 сторінок (з них основна частина – 80 сторінок).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ЖІНОЧОГО ФОТООБРАЗУ В МАСОВІЙ КУЛЬТУРІ

1.1 Основні поняття дослідження

Дослідження впливу інстаграм на формування образу жіночого тіла в масовій культурі є надзвичайно актуальним у сучасному медіапросторі. Українська доктор філософських наук, професор кафедри журналістики та реклами, Ольга Добродум у своїй статті зазначає: «У наш час віртуальний простір став не тільки місцем спілкування та інформаційного обміну, але й платформою, де розгортаються складні процеси впливу на громадську свідомість» [10, с. 165]. Це вказує на те, що візуальні представлення в соціальних медіа мають значення не тільки для індивідуального самовираження, але й для формування соціальних стандартів краси та ідентичності.

Інстаграм, з його понад мільярдом користувачів, є не просто платформою для обміну фотографіями, а могутнім соціальним інструментом, що впливає на уявлення про моду, красу та стиль життя. Жіночі образи в інстаграм часто стають об'єктами для наслідування, а також предметом критики з точки зору створення нереалістичних стандартів краси. Фотографії в інстаграм не лише відображають реальність, але й створюють її, використовуючи різноманітні візуальні засоби, такі як фільтри, позування, світло та кольорокорекцію. Це сприяє формуванню певного ідеалу жіночого тіла, який часто є далеким від реальності, але впливає на самосприйняття та поведінку користувачів.

У цьому розділі розглянемо ключові терміни, які будуть використовуватися у дослідженні «Конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографії», а саме: «образ», «жіноче тіло», «інстаграм», «масова культура» та «фотографія».

Жіночий образ є важливим компонентом гендерної ідентичності. Він відображає уявлення суспільства про те, якою має бути жінка. Поняття «жіночий образ» було введене в науковий обіг американським та німецьким соціологами Пітером Бергером і Томасом Лукманом [16, р. 46]. Вони стверджували, що «жіночий образ – є соціальним конструктом, який формується під впливом різних факторів, зокрема культури, суспільного становища жінок та засобів масової інформації».

У своїх працях соціологи *Mieke Ceulemans* та *Gudio Fauconnier* зазначають, що жіночий образ формується під впливом різних факторів:

1) *культурні цінності та норми* – відображає уявлення суспільства про те, що є цінним і бажаним для жінок. Наприклад, у традиційних суспільствах жіночий образ часто асоціюється з материнством, турботою про сім'ю та дімівку.

2) *суспільне становище жінок* – відображає реальні можливості та обмеження, з якими стикаються жінки в конкретному суспільстві. Наприклад, у суспільствах, де жінки мають обмежений доступ до освіти та праці, часто асоціюється з традиційними ролями дружини та матері.

3) *media*, зокрема масова фотографія, відіграють важливу роль у формуванні жіночого образу. Масова фотографія може формувати уявлення людей про те, якою має бути жінка, а також впливати на їхні ставлення до жінок [18, р. 45].

Перейдемо до поняття «тіло», воно включає в себе фізичну форму жінки, яка може бути об'єктом уваги, дискусій та впливати на самооцінку та соціальну ідентифікацію жінок. «Для людей тіло є важливим аспектом особистості, без нього складно розглядати такі елементи як гендер, сексуальність, етнічність, оскільки всі вони обертаються навколо тіла», – зазначає у своїй праці, присвяченій репрезентації жіночого тіла у феміністському перформансі, українська дослідниця у галузі гендерної проблематики Анна Воронецька [51, с. 20]. Тіло є важливим засобом самовираження особистості, оскільки його вигляд може змінюватися

відповідно до цінностей та інтересів людини. Тілесні образи мають особливе значення, адже через них можна вивчати різні аспекти життя суспільства, а в контексті соціальних мереж вони часто стають інструментом впливу на громадську думку. Через образ тіла ми добре засвоюємо повідомлення, тому що тіло – це те, що спільне для всіх людей.

У дослідженні «Конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографії» ми не можемо ігнорувати вагому роль, яку інстаграм відіграє у сучасній культурі спілкування та взаємодії. Ця соціальна мережа, що з'явилася на початку 2010-х років, швидко стала не лише платформою для обміну фотографіями, а й місцем, де формуються та переосмислюються ідеали краси, самоідентифікації та соціальні норми. Щоденно мільйони користувачів завантажують знімки, які не тільки відображають їхній особистий світогляд, але й впливають на уявлення інших про те, що вважається привабливим, модним чи «правильним».

В контексті масової культури, інстаграм можна розглядати як дзеркало, що відображає та одночасно формує тенденції та стандарти. «Масова культура – це не просто те, що популярне; вона включає в себе процеси, через які створюються, розповсюджуються та приймаються культурні продукти», – зазначає українська культурологиня Наталія Марчук у своїй статті, присвяченій компаративному аналізу традиційної та масової культури [63]. Інстаграм, як інструмент масової культури, є одним з найефективніших шляхів розповсюдження образів та ідеологій. Через візуальний контент, який легко споживати та поширювати, платформа має потужний вплив на створення культурних ідентичностей, включаючи концепції жіночності та краси.

Фотографія, як основний засіб вираження в інстаграм, історично була засобом документування реальності, але у цифрову епоху вона трансформувалася в інструмент конструювання ідеалізованого сприйняття світу. В інстаграм, де кожен може бути редактором власної онлайн-присутності, фотографії стають кураторськими виставками

індивідуальних ідентичностей. Користувачі використовують ретушування, фільтри та різноманітні інструменти редагування для створення зображень, які часто є ідеалістичними для реальності.

Американський фотограф Джоан Слоан дає таке визначення поняттю масова фотографія: «це вид фотографії, призначений для широкого загалу. Вона має значний вплив на формування суспільної думки, сприяє поширенню певних уявлень про світ, зокрема про жінок» [74]. Фотографія, на думку автора, використовується для різних цілей, зокрема:

- *інформування* людей про події, які відбуваються в світі, а також про життя різних людей.

- *пропаганда* – може використовуватися для просування певних ідеологічних установок та цінностей.

- *маркетинг* – для просування товарів і послуг [74].

На нашу думку, масова фотографія може впливати на формування жіночого образу в різних напрямках:

- 1) *Стереотипний образ* – поширення стереотипних уявлень про жінок. У книзі «Жінка: найдовша революція: Есе про фемінізм, літературу та психоаналіз» дослідниця фемінізму Джульєт Мітчелл аналізує фотографії жінок у рекламі [40, р. 38]. Вона стверджує, що ці фотографії часто зображують жінок як сексуальні об'єкти, які існують для того, щоб задовольняти потреби чоловіків. Можуть сприяти тому, що жінки будуть почуватися незадоволеними собою і своїм зовнішнім виглядом.

- 2) *Нестереотипний образ* – фотографії, на яких жінки зображені як успішні та самодостатні, можуть надихнути жінок на досягнення своїх цілей.

Для аналізу процесу конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографії нами використано такі методи дослідження:

Контент-аналіз – це аналіз зображень та підписів у інстаграм.

Контент-аналіз профелів – дослідження профілів користувачів інстаграм, які активно публікують фотографії жіночого тіла, для виявлення спільних рис у їх образах, стилі та підходах до представлення себе.

Квалітативне дослідження – глибоке вивчення вибраного образу через аналіз відгуків, коментарів та реакцій користувачів на цей контент.

Підсумовуючи, зазначимо, що жіночий образ, тіло, інстаграм, масова культура та фотографія взаємодіють у складному спектрі візуальних, соціокультурних та технологічних контекстів, а запропоновані методи дослідження дозволяють розкрити різноманітні аспекти конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографії та зрозуміти вплив цього процесу на сприйняття жіночості у сучасному цифровому середовищі. Ці поняття не лише відображають сучасні тенденції у формуванні ідеалів краси, але й можуть використовуватися як для позитивного зображення жінок, так і для їх об'єктивізації та стереотипізації.

1.2 Теоретико-методологічні підходи до дослідження формування жіночого образу

Однією з найпоширеніших теорій, яка використовується для дослідження формування жіночого образу, є *теорія соціалізації*. Вона стверджує, що люди стають тими, ким вони є, під впливом різних соціальних факторів, таких як культура, сім'я, школа та засоби масової інформації – цю теорію ввів американський соціолог Чарльз Кулі.

Згідно з теорією Кулі, жіночий образ формується під впливом таких соціальних факторів як:

Культурні цінності та норми – відображають уявлення суспільства про те, якою має бути жінка.

Сім'я – батьки, брати та сестри відіграють важливу роль у формуванні жіночого образу.

Школа – дає жінкам певні знання та навички, які впливають на їхні уявлення про себе та свою роль у суспільстві.

Засоби масової інформації – поширюють певні уявлення, які впливають на формування жіночого образу [53].

За теорією Кулі, соціалізація є безперервним процесом, який триває протягом усього життя людини. Це означає, що жіночий образ може змінюватися протягом життя жінки під впливом різних соціальних факторів. Теорія Кулі використовується для дослідження формування жіночого образу в різних культурах та в різні історичні періоди. Вона допомагає нам зрозуміти, як соціальні фактори впливають на те, якою жінки уявляють себе та свою роль у суспільстві. Іншою поширеною теорією, яка використовується для дослідження, є *теорія конструктивізму* започаткована раніше згаданими американським та німецьким соціологами Пітером Бергером і Томасом Лукманом у книзі «Соціальне конструювання реальності» [16, р. 46]. Автори теорії стверджують, що реальність не є об'єктивною, а конструюється людьми через їхню взаємодію з навколишнім світом. Згідно з нею, жіночий образ не є природним, а є продуктом соціальних відносин. Жінки та чоловіки спільно створюють жіночий образ через свою взаємодію.

На основі проведеного аналізу наукової літератури, виявлено інші теорії дослідження, такі як:

- *феміністичні* – розглядають жіночий образ як продукт патріархального суспільства.
- *культурологічні* – розглядають жіночий образ як продукт певної культури.
- *психологічні* – розглядають жіночий образ як продукт особистих переживань і досвіду жінок.

Підсумовуючи вище сказане, можемо зробити висновок, що теоретичні підходи до дослідження формування жіночого образу дозволяють зрозуміти, як різні фактори впливають на те, як жінки сприймають себе та своє місце в суспільстві. Теорія соціалізації підкреслює роль соціальних факторів, таких як культура, сім'я, школа та засоби масової інформації, у формуванні гендерних ролей та очікувань. Теорія конструктивізму стверджує, що гендер є соціальним конструктом, який формується в процесі взаємодії людей. Інші теорії, такі як психоаналітична теорія, феміністська теорія та

культурологічний підхід, також пропонують різні пояснення того, як формується жіночий образ.

Висновки до розділу 1

У дослідженні ролі масової фотографії у формуванні жіночого образу особливе місце займає інстаграм як потужний медійний інструмент, що впливає на уявлення про красу, моду та ідентичність. Візуальні засоби інстаграм не просто відтворюють жіночі образи, але й активно їх конструюють, формуючи ідеали тіла, які часто не відповідають реальності. Це спотворення веде до того, що жіночий образ переплітається з культурними цінностями та нормами, відображаючи і одночасно формуючи суспільне становище жінок і їхнє самосприйняття.

Так, жіноче тіло в масовій фотографії стає інструментом, який може використовуватися з різними цілями, включаючи інформування, пропаганду та маркетинг, і водночас воно є критичним фактором у формуванні соціальної ідентичності та самооцінки жінки. Розумінню цього феномену сприяють теоретичні підходи, такі як соціалізація та конструктивізм, які пояснюють формування жіночого образу через соціальні взаємодії.

Загалом, формування жіночого образу в сучасному цифровому середовищі є багатогранним процесом, який охоплює взаємодію Instagram, культурних і соціальних факторів, технологічних можливостей та індивідуальних уподобань. Ці елементи спільно визначають конструювання жіночого образу і його зв'язок з гендерними стереотипами та соціокультурними реаліями.

РОЗДІЛ 2

ІСТОРІЯ ФОТОГРАФІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ЖІНКИ

2.1 Розвиток фотографії як форми мистецтва та історичні етапи формування жіночого образу у фотографії

У всесвіті мистецтва є моменти, коли нові технології та винаходи різко змінюють парадигму й спосіб, яким ми сприймаємо світ. Історія фотографії – це саме такий важливий етап, коли створення перших зображень зберігало в собі не лише технічні досягнення, але й змінювало наше уявлення про можливості візуального вираження. Термін «фотографія», запропонований німецьким дослідником фотографії та фотографом *Helmut Gernsheim* у 1819 році, походить від грецьких слів «фото» (світло) та «графія» (писати) і представляє собою метод отримання зображень об'єктів на світлочутливих матеріалах [30, р. 286]. *Helmut Gernsheim* відзначив, що солі срібла можуть розчинятися у воді, яка містить тіосульфат натрію, що стало важливим кроком у розвитку фотографічних процесів.

Як зазначає історик фотографії *Beaumont Newhall*, ранні експерименти з фотографічними процесами були тісно пов'язані з науковими відкриттями у галузі хімії та оптики [41, р. 320]. Ця взаємодія науки та мистецтва створила унікальне підґрунтя для подальшого розвитку фотографії як самостійної форми візуального вираження. Американська дослідниця історії фотографії *Mary Warner Marien* у своїй фундаментальній праці *Photography: A Cultural History* підкреслює, що саме технічні можливості раннього фотографічного процесу значною мірою визначили естетику та художні принципи перших фотографічних зображень [36, р. 302]. Повертаючись до *Helmut Gernsheim* ідея створення пристрою, який передавав навколишній світ, виникла через утворене зображення на стіні затемненої кімнати. Пристрій, який імітує всі умови темної кімнати, отримав назву «камера-обскура», її зображення на

(рис. 2.1) [30]. Вона досі залишається корисною для сучасних фотографів, які використовують її для створення «подвійних» фотографій.

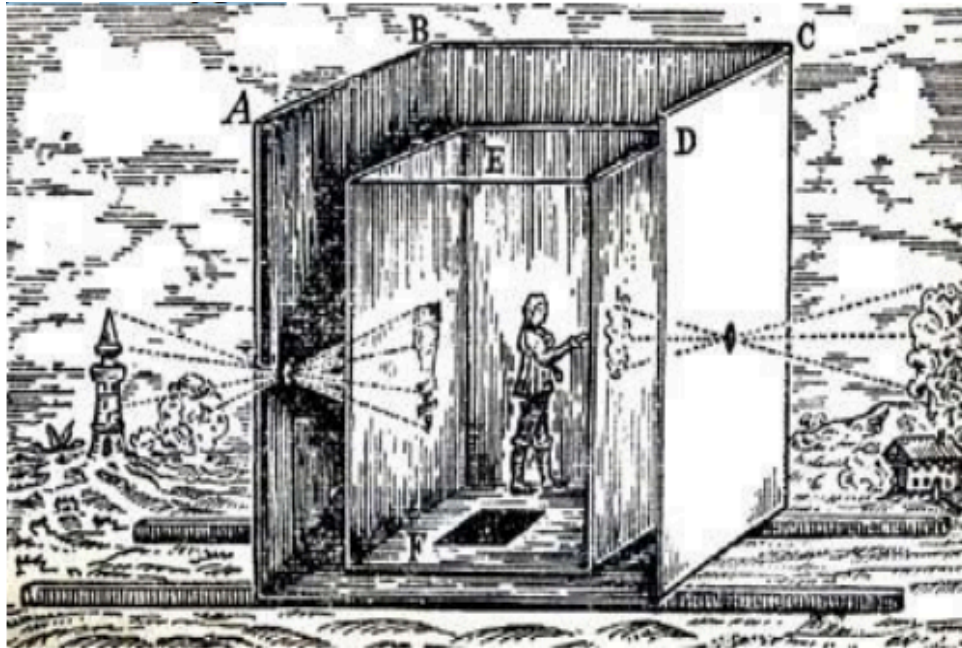


Рис. 2.1 Камера-обскура [61]

Проте справжнім проривом став винахід дагеротипу французьким художником, хіміком та винахідником фотографії Луї Дагером у 1839 році (рис. 2.2), який дозволив відтворювати моменти, що раніше існували лише в пам'яті. Дагеротипія стала першим комерційно успішним фотографічним процесом, що зробило фотографію доступною для широкої публіки. У міру розвитку фотографії виникли різні технології та процеси, які дозволили фотографам створювати більш якісні та виразні зображення [22, р. 186]. Одні з найважливіших технологій та процесів, які вплинули на розвиток фотографії, після розглянутих включають: вільямотипія, ксенографія (цей процес створював кольорові фотографії), кольоропозитив, плівка та цифральна фотографія.



Рис. 2.2 Дагеротип Луї Дагера *Boulevard du Temple*, Париж [71]

Винахід рулонної плівки американським підприємцем та винахідником Джорджем Істманом у 1888 році зробив фотографію ще більш доступною та зручною, усунувши необхідність носити з собою громіздкі скляні пластини. Як зазначає *Douglas Collins* у своєму дослідженні *The Story of Kodak*, це відкрило шлях до розвитку портативних фотоапаратів, таких як Kodak Brownie (1900 рік), який зробив фотографію масовим захопленням [21, р. 384]. У другій половині XX століття цифрова фотографія здійснила революцію у сфері візуального вираження. Як підкреслює автор посібників для навчання фотографії *Michael Langford* у своїй праці *Story of Photography: From Its Beginnings to the Present Day* перші цифрові фотоапарати, такі як *Sony Mavica* (1981 рік) та *Kodak DCS 100* (1991 рік), проклали шлях для широкого розповсюдження цифрових технологій у фотографії [34, р. 156]. Цифрова фотографія дозволила миттєву перевірку результатів, легке редагування та зберігання зображення, а також спростила процес обміну фотографіями через інтернет. Фотографія як форма мистецтва почала активно розвиватися та використовуватися для художнього вираження все частіше.

З'явилися різні напрямки фотографії, такі як: портретна, пейзажна, репортажна та художня фотографія

Фотографія, що виникла в середині XIX століття, швидко стала одним з найважливіших засобів візуалізації жіночності. Американська дослідниця історії фотографії *Naomi Rosenblum* у своїй фундаментальній праці *A History of Women Photographers* запропонувала періодизацію розвитку жіночого образу у фотографії, виділивши чотири основні історичні етапи.

Спробуємо більш детально охарактеризувати кожен із цих етапів:

1. Етап ранньої фотографії (1850-1880-ті роки)

Перші фотографії жінок були переважно портретними. Вони відображали жінок як красиві та гламурні істоти, які відповідали ідеалам того часу. На цих фотографіях жінки часто зображувалися в парадних костюмах, з прикрасами та в елегантних інтер'єрах.

2. Етап реалістичної фотографії (1880-1920-ті роки)

У цей період фото стали більш реалістичні, а жінки на фотографіях стали зображуватися більш природно. Вони могли бути зображені в повсякденному одязі, на робочому місці або в інших неформальних ситуаціях. Ці фотографії давали більш правдоподібний погляд на жіноче життя.

3. Етап модерністської фотографії (1920-1960-ті роки)

У цей період фотографія стала більш експериментальною та авангардною. Жінки на фотографіях часто зображувалися у незвичних ракурсах, освітленні та композиціях. Ці фотографії часто досліджували ідею жіночої емоційної та сексуальної свободи.

4. Етап фотографії фемінізму (1960-ті роки - дотепер)

Феміністська фотографія використовує фотографію для дослідження та критики жіночого становища в суспільстві. Жінки на цих фотографіях часто зображуються як сильні, незалежні та свідомі індивіди. Ці фотографії відіграли важливу роль у боротьбі за права жінок [42, р. 196].

Сьогодні фотографія продовжує відігравати важливу роль у формуванні жіночого образу. В умовах розвитку цифрових технологій та соціальних мереж фотографія стала більш доступною та інтерактивною, дозволяючи жінкам брати активну участь у створенні та поширенні власних зображень. Це відкрило нові можливості для самовираження та самопрезентації, а також для критичного аналізу та деконструкції традиційних уявлень про жіночність.

Сучасні фотографи, як жінки, так і чоловіки, продовжують досліджувати різноманітні аспекти жіночого досвіду, звертаючи увагу на питання ідентичності, гендерних ролей, сексуальності, тілесності та соціальних проблем. Фотографія стала потужним інструментом для привернення уваги до проблем гендерної нерівності, дискримінації та насильства щодо жінок, а також для відображення різноманітності жіночих історій та досвідів. Водночас, незважаючи на значні зрушення у репрезентації жінок у фотографії, все ще існують виклики та проблеми, пов'язані зі стереотипізацією та об'єктивацією жіночого тіла, особливо в комерційній та рекламній фотографії. Тому важливо продовжувати критичний аналіз та дискусії навколо етичних та соціальних аспектів зображення жінок у фотографії.

Таким чином, історія формування жіночого образу у фотографії демонструє складний і неоднозначний процес, який відображає зміни в суспільних уявленнях про гендерні ролі та ідентичність. Від фіксації реальності з небаченою раніше точністю до пошуку нових форм самовираження, фотографія стала важливим медіумом для дослідження та переосмислення жіночого досвіду в сучасному світі. Сьогодні вона продовжує відігравати ключову роль у розвитку візуальної культури, спонукаючи до переосмислення усталених підходів до композиції, світла та перспективи, водночас стимулюючи створення більш емоційних та виразних творів, які відображають різноманітні аспекти людського досвіду.

2.2 Фотографія як інструмент конструювання соціокультурних уявлень про жінку від XIX століття до сьогодення

В ранній період фотографії XIX століття, фотоапарат ставав інструментом соціального контролю та класової диференціації, та водночас відігравав значну роль у формуванні культурних уявлень про жінку. Жінки часто зображувалися у вигляді ідеалізованих фігур, що відображали культурні норми та очікування від жіночності. Студії, такі як портрети вищих класів, демонстрували «природну» красу та елегантність, часто використовуючи постановочні портрети, що підкреслювали пасивність і декоративність.

З розвитком фотографії та доступнішими технологіями, фотопортрет став більш поширеним і доступним для середніх класів, що дозволило більш широкому колу людей контролювати своє зображення. Однак, основні канони зображення жіночності залишались незмінними, підтримуючи соціокультурні стандарти та ієрархії. Від ранніх портретів до сучасної рекламної фотографії, зображення жінки часто підкреслювали певні культурні норми та ідеали краси. Як свідчать дослідження дослідниці літератури та культури *Lindsay Smith* у праці *The Politics of Focus: Women, Children and Nineteenth-Century Photography* та професора кафедри мистецтв і літератури *Catherine Golden* в роботі *Images of the Woman Reader in Victorian British and American Fiction*, починаючи з Вікторіанської епохи портретні фотографії жінок акцентували увагу на скромності та материнстві [44, p. 286; 31, p. 320].

Розглянемо у якості приклада фото з бібліотеки Артура та Елізабет Шлезінгер 1860 рік (рис. 2.3).



Рис. 2.3 Фото з бібліотеки Артура та Елізабет Шлезінгер 1860 рік [62]

Проаналізуємо фотографії жінок Вікторіанської епохи, що представлені у фундаментальному дослідженні фотографині *Beaumont Newhall* у своїй книзі *The History of Photography: From 1839 to the Present* [41]. Дослідниця доповідає, що жіночі образи часто зображували в жорстких, неприродних позах, дотримуючись умовностей того часу. Ці пози були продиктовані фотографом, а не визначені самою об'єктом зйомки. Жінок зазвичай зображували сидячими або стоячими, склавши руки перед собою, створюючи відчуття пристойності та респектабельності. Такі фотографії як *Julia Margaret Cameron*, *Louis Daguerre*, та *William Henry Fox Talbot* були серед перших, хто зробив зображення жінок за допомогою цього методу. Примітні приклади цих позованих зображень можна побачити в таких роботах, як «Портрет молодої жінки» *Louis Daguerre* та портрет жінки *William Henry Fox Talbot* на (рис. 2.3).



Рис. 2.3 «Портрет молодої жінки» *Louis Daguerre* 1839 року та портрет жінки *William Henry Fox Talbot* 1836 рік [69, 81]

Обидва зображення передають відчуття елегантності та вишуканості. Як зазначає відома американська дослідниця історії фотографії та сучасного мистецтва, професор Принстонського університету *Anne McCauley* у своїй праці *Industrial Madness: Commercial Photography in Paris 1848-1871* [38, p. 488], коли фотографії ставали все більш поширеними та доступними, фотографи почали експериментувати зі складними техніками для створення більш плоских образів жінок. Вони хотіли створити фото ефірної якості, м'якої та більш ідеалізованої, яка стирає межі між реальністю та фантазією. Цей стиль був особливо популярний у середині XIX століття, його можна побачити в роботах таких фотографів, як *Nadar*, *Gustave Le Grav* та *Oscar Reilander*. Одним із прикладів цього стилю фото є *Nadar* на (рис. 2.4).



Рис. 2.4 Актриса Сара Бернар 1862 рік [66]

Звертаючись до американської викладачки історії фотографії у Нью-Йоркський університеті *Barbara Michaels* у своїй роботі *Gertrude Käsebier: The Photographer and Her Photographs* зазначала, що через фото митці в ті часи передавали відчуття інтимної приватності та жіночності [39, р. 130]. До Кінця XIX ст гендерні ролі стали більш чітко визначеними, і жінки повинні були відповідати певним стандартам краси та поведінки. Такі фотографи, як *Edward Steichen* та *Frank Eugene* почали оскаржувати їх очікувань, створюючи образи, які показували жінок як сильних, незалежних особистостей (рис. 2.5).



Рис 2.5 Miss Convere Jones 1899 Frank Eugene [76]

Ця фотографія кидає виклик традиційному уявленню про жінку як про делікатну та ніжну. Знімок крупним планом молодої жінки в капелюсі з широкими полями був інтерпретований як коментар про зміну ролі жінки в суспільстві, виходу за межі домашнього життя.

Американська письменниця Сьюзен Зонтаг у своїй книзі «Про фотографію» глибоко аналізує вплив фотографії на суспільні уявлення про реальність і людей [54]. Вона стверджує, що фотографія має унікальну здатність «заморожувати» момент, тим самим створюючи ілюзію реальності, яка може впливати на наше розуміння світу. Через об'єктивізацію і стандартизацію зображень, фотографія може сприяти утвердженню стереотипів і соціальних норм.

Повертаючись до історії, ХХ століття стало періодом значних змін для жінок у всьому світі. Вони отримали більше прав і свобод, а їхні ролі в суспільстві стали більш різноманітними. Ці зміни не могли не вплинути на те, як жінки зображувалися в масовій фотографії. Після появи і популяризації кіноіндустрії та рекламної фотографії, зображення жінок почали активно використовуватись в комерційних цілях, часто відтворюючи і підсилюючи існуючі стереотипи. Реклама використовувала зображення жінок для просування товарів від косметики до домашніх потреб, при цьому жінка часто була представлена як символ привабливості та об'єкт бажання.

Однак, цей період також став часом критичного переосмислення ролі зображень у формуванні культурних норм. Досліджуючи цю думку, філософиня Сьюзен Зонтаг висловлює занепокоєння стосовно того, як медіа формують наше сприйняття реальності і зокрема, як фотографія може спотворювати і знеособлювати жінок [54]. Фотограф цієї епохи, такий як Річард Аведон, створив образи, які по-різному впливали на сприйняття жіночої краси і ролей у суспільстві. Його фотографії часто зображували жінок як сексуальних і привабливих об'єктів для *Vogue*. Його моделями часто були актриси та співачки, окрім того фото є яскравими, стильними і провокаційними, часто у них використовували спеціальне освітлення,

композицію та ретуш для підкреслення краси моделей, які позують впевнено і сексуально, щоб підкреслити їхню жіночність (рис. 2.6).



Рис. 2.6 «Людина-легенда» та фото Луїзи Брукс 1920 рік. Річард Аведон [65]

Слід додати, що фотографії Аведона мали значний вплив на формування жіночого образу в масовій фотографії. Вони допомогли створити ідеал жінки як сексуальної і привабливої об'єкта (рис. 2.6). Цей ідеал був популярним протягом багатьох років і досі впливає на те, як суспільство сприймає жінок. Однак, роботи також були критиковані за те, що вони об'єктивізують жінок. Деякі критики вважають, що його фотографії позбавляють жінок їхньої індивідуальності та перетворюють їх на просто красиві речі. Незважаючи на критику, роботи Річарда залишаються одними з найвизначніших і найвпливовіших у фотографії. Вони продовжують формувати наше сприйняття жіночої краси.

Сучасна фотографія, з її різноманітністю жанрів та технік, надає широкі можливості для представлення жінок. Вона може слугувати інструментом освіти, обговорення та критики суспільних стереотипів. Через документальні, арт-проекти та інші форми фотографічного мистецтва, жіночі образи

подаються більш реалістичною та різноманітно, що сприяє руйнуванню стереотипів і розширенню уявлень про гендерні ролі. Однак, не можна ігнорувати, що в сучасному медіапросторі фотографія часто використовується для підтримки існуючих стереотипів. Наприклад, у рекламі та модних журналах все ще переважають образи ідеалізованої краси, що впливає на самосприйняття жінок та формування їхньої самооцінки. Жінки, які постійно бачать ідеалізовані образи краси, можуть відчувати себе недостатньо привабливими. Це може призвести до зниження самооцінки та проблем із психічним здоров'ям, таких як депресія та тривога – саме це ми можемо спостерігати у навіяному стереотипі краси родини Кардаш'ян.

Отже, фотографія має потенціал не лише відображати, але й змінювати соціокультурні уявлення про жінку. Важливо, щоб цей потенціал використовувався відповідально та свідомо, з метою сприяння більш рівноправного та розуміючого суспільства. Це вимагає активної роботи зі зміни наративів у фотографії, щоб змінити це, важливо продовжувати створювати фотографії, які зображують жінок як сильних, незалежних і різноманітних особистостей. Ці фотографії можуть допомогти формувати новий образ жінки, який буде більш справедливим і інклюзивним.

Висновки до розділу 2

Проведений аналіз розвитку фотографії та її впливу на формування образу жінки демонструє складний і багатогранний процес трансформації суспільного сприйняття гендерних ролей та ідентичності. Технологічний прогрес, починаючи від винаходу дагеротипу та впровадження рулонної плівки Джорджем Істманом, зробив фотографію потужним інструментом візуальної комунікації та соціокультурних змін. Дослідження історичної еволюції репрезентації жіночого образу у фотографії виявляє суттєві трансформації від ранніх ідеалізованих студійних портретів до сучасних різноманітних форм візуального самовираження. Значущим етапом став перехід від формалізованих зображень середини XIX століття до реалістичної

фотографії кінця XIX – початку XX століття. Модерністський період привніс експериментальні підходи до візуалізації жіночої суб'єктивності, емоційності та сексуальності, розширюючи межі традиційного сприйняття. Особливу роль у переосмисленні фотографічної репрезентації жінок відіграв розвиток феміністичного руху 1960-х років, який започаткував критичний дискурс щодо гендерних стереотипів та сприяв формуванню нових візуальних парадигм. Феміністична фотографія стала інструментом соціальної критики та емансипації, представляючи жінок як активних, незалежних суб'єктів суспільного життя. Сучасний етап розвитку фотографії, характерний впровадженням цифрових технологій та розширенням медійного простору через соціальні мережі, створює нові можливості для жіночого самовираження та контролю над власною репрезентацією. Водночас комерціалізація візуальної культури продовжує відтворювати певні стереотипні уявлення про жіночу красу та сексуальність, що потребує критичного осмислення та протидії.

Результати дослідження свідчать про необхідність подальшого розвитку етичних принципів та професійних стандартів у сфері фотографічної репрезентації жінок. Важливим завданням залишається створення більш інклюзивного візуального середовища, яке відображає різноманітність жіночого досвіду та сприяє подоланню обмежувальних гендерних стереотипів. Перспективними напрямками подальших досліджень є аналіз впливу соціальних мереж на формування сучасних гендерних уявлень, вивчення нових форм візуальної самопрезентації жінок у цифровому просторі, а також розробка методологічних підходів до критичного аналізу фотографічних репрезентацій. Особливої уваги потребує дослідження взаємозв'язку між розвитком фотографічних технологій, соціокультурними трансформаціями та змінами у сприйнятті гендерних ролей.

РОЗДІЛ 3

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ФОРМУВАННІ УЯВЛЕНЬ ПРО ЖІНОЧУ КРАСУ

3.1 Соціокультурні аспекти формування ідеалів краси

Ідеали жіночої краси зазнавали значних трансформацій протягом історії, були впливовими й водночас відображали зміни соціальних структур, економічних умов та культурних цінностей суспільства. Цей розділ досліджує, як різні культурні та соціальні фактори формують уявлення про жіночу красу, аналізуючи роль мистецтва, літератури, медіа, класу, раси та релігії. Мистецтво, література та медіа відіграють величезну роль у формуванні наших уявлень про ідеали краси. Через свої твори митці транслиують певні стандарти, канони краси, що впливають на суспільну свідомість та цінності.

В історії фотографії ми можемо спостерігати використання образу жінки як культурно-політичного конструкту. Американська письменниця Наомі Вульф, авторка книги «Міф про красу», стверджує, що ідея жіночої краси сконструйована культурно й використовується як інструмент політичного тиску на жінок [48, р. 83]. Вона критикує сучасні стандарти жіночої вроди як нереалістичні й шкідливі для самооцінки жінок. Одним із яскравих прикладів є «ідеал» жіночого тіла, який рекламують модні журнали, серіали, фільми та соціальні мережі – струнке, гранично худе тіло. Це культивується як зразок привабливості, хоча насправді є ненормальним та нездоровим для більшості жінок.

З цим пов'язана також тема жіночої наготи як об'єкта чоловічого бажання. Британський мистецтвознавець та письменник Джон Бергер у класичній роботі «Способи бачення: За мотивами телесеріалу ВВС» розглядає, як у мистецтві сформувався погляд на жіночу наготу як об'єкт чоловічого бажання. Він аналізує низку відомих полотен європейських

художників, де жінки зображені як предмети еротичного спостереження [15, с. 16]. Це бачення знайшло відображення у сучасній популярній культурі. Приміром, у багатьох музичних відеокліпах жінки часто постають напівоголеними сексуальними об'єктами для глядацького задоволення, що принижує їхню гідність і зводить лише до тіла.

Проте варто відзначити, що останнім часом з'являється все більше творів мистецтва, літературних праць та медіапродуктів, які намагаються подолати такі обмежувальні стереотипи краси. Деякі митці свідомо руйнують стандартні канони вроди, пропонуючи більш різноманітні та інклюзивні образи привабливості. Наприклад, фотографка Емі Арбус у своїх роботах зображувала людей з особливими потребами, фізичними вадами чи нетрадиційною зовнішністю, показуючи красу в її багатогранності.

Хоча домінуюча культура усе ще нав'язує обмежувальні зразки вроди, поступово з'являється більше альтернативних голосів з боку мистецтва й медіа, які заохочують розмаїття ідеалів краси, тілесну позитивність і ставлення до людей як до особистостей, а не лише об'єктів. Не слід забувати, що уявлення про красу завжди були тісно пов'язані з певними класовими привілеями та нерівностями. Історично ідеали жіночої вроди, що домінували в мистецтві та культурі, часто відображали смаки й цінності вищих класів. Наприклад, у класичному європейському живописі та літературі канонами краси були блідий колір шкіри, витончені риси обличчя та вишукані манери та риси, які асоціювалися з жінками з аристократичних верств. Це формувало уявлення, що справжня краса є винятково привілеєм елітних класів. У свою чергу, образи працівниць нижчих класів або селянок часто зображувалися грубими, вульгарними чи мало-привабливими. Така репрезентація відображала класові упередження та нерівності того часу.

Подібні тенденції простежуються і в сучасній масовій культурі. Білі жінки з вищого середнього класу часто представлені як втілення ідеалу краси в модних журналах, рекламі, фільмах. А жінки з етнічних меншин або з нижчим соціально-економічним статусом зазвичай маргіналізовані.

Важливою є також роль колоніалізму та расизму у формуванні європоцентричних канонів краси. Зокрема, в літературі та мистецтві часто присутні расистські стереотипи щодо «екзотичної» привабливості жінок кольору на противагу «ідеальним» рисам білих жінок.

Феміністки критикують такі вузькі, дискримінаційні стандарти вроди. Зокрема, раніше згадана письменниця Наомі Вульф у праці «Міф про красу» наголошує, що міфи про красу використовуються для соціального контролю та консервації нерівностей не лише за гендерною, а й за класовою та расовою ознаками [48 р. 104]. Це свідчить про те, що, історичні традиції відіграють велику роль у тому, які ідеали вроди стають домінуючими в певному суспільстві.

Розглянемо, як релігійні та культурні традиції диктують норми та табу щодо зовнішності, одягу, прикрас тощо. Наприклад, в ісламській культурі існують певні релігійні приписи щодо громіздкого одягу та приховування жіночого тіла від стороннього погляду. Це впливає на репрезентацію жінок у мистецтві та літературі ісламських країн. У буддизмі ідеалом жіночої вроди вважається худорляве, дитинно-ніжне тіло, що відображено в багатьох творах східного мистецтва. А в індуїстській традиції – навпаки, культивується пишність жіночих форм.

Так, наприклад, відома нігерійська феміністська письменниця, Чімаманда Нгозі Адічі у книзі «Ми всі повинні бути феміністками» торкається питання сприйняття краси в нігерійській культурі [72]. Вона розкриває, як колоніальні стереотипи про ідеальну випрямлену зачіску та світлу шкіру вплинули на самобачення африканських жінок. Адічі закликає повернутися до більшого самосприйняття та поваги до традиційних естетичних ідеалів темношкірої спільноти. Вона підкреслює важливість деколонізації поглядів на красу та впровадження культурного різноманіття у мистецтві й літературі.

Історична еволюція стандартів краси виявляється в тому, як різні культури та епохи формували уявлення про ідеальну зовнішність. Ці

стандарти відображають ширший соціальний, політичний і економічний контекст суспільств, в яких вони розвивались.

Спираючись на серію фундаментальних досліджень філософа Умберто Еко, письменниці Наомі Вульф та американської психологині Ненсі Еткофф у галузях історії мистецтва, естетики та історії жіночої краси, розглянемо декілька ключових періодів у розвитку ідеалів жіночої краси:

1. Давній світ. У давньому Єгипті велика увага приділялася симетрії, а також чітким і виразним лініям обличчя та тіла. В цей час з'являється практика макіяжу, зокрема використання кольору для підкреслення очей. У Греції ідеалом жіночої краси була гармонія та пропорційність тіла. Скульптури, такі як Венера Мілоська, демонструють гладку шкіру, довге волосся і плавні лінії тіла, що вважались символами краси.

2. Середньовіччя та Ренесанс. У середньовічній Європі ідеал краси змістився до більш ефірних, майже неземних уявлень про жінок. Блідість шкіри, високий лоб, який часто досягався за допомогою вищипування волосся на лінії росту волосся, і маленькі губи були популярними. Під час Ренесансу в Італії виникає новий ідеал жіночої краси, який включав більш пишні форми, як відображення достатку та здоров'я. Також було популярним зображення жінок з м'якими кривими та округлими формами, що символізували плодючість.

3. Період Бароко і Вікторіанська епоха. У період Бароко в моду входить драматизм і театральність у зовнішності. Жіночі образи характеризуються великою кількістю прикрас, складним одягом та великим волоссям з завитками. Вікторіанська епоха в Британії висувала на перше місце стриманість і моральність. Ідеал краси включав в себе витонченість та елегантність, з акцентом на скромність одягу та зачіски. Блідість шкіри залишалася популярним стандартом, оскільки вона асоціювалася з вищими класами, що не працювали на вулиці.

4. XX і XXI століття. У двадцятому столітті стандарти краси стають значно більш комерціалізований через розвиток реклами та мас-медіа. З'являється образ, який відзначився коротким волоссям та худорлявою фігурою, символізуючи нову свободу жінок. До кінця XX століття та на початку XXI століття ідеали краси продовжують еволюціонувати з акцентом на стрункість, спортивність та молодість, часто викликаючи критику за нереалістичні стандарти [26; 48; 28].

З появою глобальних медіа-мереж, таких як міжнародні телеканали та платформи соціальних мереж, зображення краси стають все більш уніфікованими. Ідеали, які колись були характерними для певних регіонів чи культур, тепер поширюються і приймаються глобально. Голлівудські фільми, західні модні журнали та рекламні кампанії великих брендів часто диктують, що вважати привабливим, пропагуючи стрункість, молодість, та ідеальні пропорції.

Соціальні мережі, такі як інстаграм, *Facebook* та *TikTok*, відіграють важливу роль у формуванні уявлень про красу, зокрема серед молоді. Впливові особи, чи «інфлюенсери», часто підтримують ці стандарти, показуючи свої «ідеальні» життя та зовнішність, що може спричинити відчуття недостатності та низьку самооцінку у їхніх послідовників.

Проте, в останні роки спостерігається і позитивний зрушення. Критика гомогенізації культурних стандартів спонукає ЗМІ та бренди до більшої інклюзивності та різноманітності в зображенні краси. Кампанії за такі бренди, як *Dove* із їхньою ініціативою *Real Beauty*, а також різні рухи за прийняття тіла в соціальних мережах підтримують більш реалістичні та здорові стандарти краси. Це демонструє, що хоча ЗМІ мають суттєвий вплив на формування стандартів краси, вони також можуть бути потужним інструментом для їх переосмислення та зміни на краще.

Підсумовуючи та аналізуючи вплив мистецтва, літератури, медіа, а також соціально-економічних, расових та культурних факторів, ми бачимо, що стандарти жіночої краси є динамічними та глибоко вкоріненими в

історичних і культурних контекстах. Від античних часів до сучасності, ідеали краси трансформувалися, відображаючи зміни у соціальних установах, економічному становищі та культурних вартостях, а глобалізація та медіа посилили їхню уніфікацію, часто за рахунок масової культури. Цей процес не тільки впливає на індивідуальне сприйняття краси, але й має вагомі соціальні наслідки, спонукаючи до переосмислення та більшої інклюзивності в представленні різноманітності жіночих образів у суспільстві.

3.2 Вплив інстаграму на формування стереотипів жіночого образу

Соціальні мережі відіграють все більшу роль у формуванні суспільних поглядів та уявлень, особливо серед молодого покоління. Серед них особливо виділяється інстаграм – одна з найпопулярніших платформ для обміну фотографіями та відеоматеріалами. За даними статистики, наразі він налічує понад мільярд активних користувачів щомісяця.

Величезний вплив інстаграм на масову свідомість важко переоцінити. Мільйони людей щодня споживають контент цієї соціальної мережі, включаючи численні зображення відомих осіб, впливових блогерів та пересічних користувачів. Проте, поряд з різноманіттям представлених образів, в інстаграм також спостерігається тенденція до поширення певних стереотипних уявлень про зовнішність та привабливість, особливо у сфері жіночого іміджу.

Численні дослідження вказують на те, що інстаграм часто транслює ідеалізовані та нереалістичні стандарти жіночої краси, які можуть мати негативний вплив на самооцінку та психологічний стан користувачок. Стереотипні зображення худорлявих, ідеально засмаглих моделей з ретельно відредагованими обличчями та фігурами створюють хибне уявлення про «ідеальну жінку», до якого повинні прагнути всі представниці прекрасної статі.

Одним з найбільш поширених стереотипів, що активно тиражується в інстаграм, є ідеал струнких і підтягнутих форм тіла, відомий як «фітнес-тіло». Величезна кількість фотографій демонструє жінок з тонкою талією, плоскими животами та рельєфними м'язами. Такі зображення часто супроводжуються хештегами #фітнесмодель, #ідеальнетіло, #мотивація тощо, створюючи ілюзію, ніби саме такі параметри фігури є взірцем привабливості та краси.

Акцент на зовнішній привабливості та сексуальності також є визначальною рисою багатьох популярних облікових записів. Численні знамениті блогери, моделі та зірки демонструють свої оголені або напівоголені тіла, провокаційні пози та вирази обличчя, підкреслюючи сексуальний підтекст. Прикладами можуть слугувати облікові записи *Kim Kardashian* [57], *Emily Ratajowski* [58] та інших селебріті, які мають мільйони підписників.

Крім того, в інстаграм активно поширюються фотографії жінок у відвертому одязі або навіть у білизні. Це створює враження, що для того, щоб вважатися привабливою, жінка повинна обов'язково демонструвати свою оголену фігуру та підкреслювати сексуальність. Такий контент формує стереотипне уявлення про те, що справжня жіноча краса обов'язково має бути пов'язана з худорлявим і струнким тілом та відвертою сексуальністю. Це нав'язує хибні ідеали привабливості, відкидаючи інші типи жіночої вроди та індивідуальності. Так, культ «Діет і ходоби» активно пропагується через зображення дівчат з вузькими стегнами, плоским животом та виступаючими ключицями. Будь-які форми, що відхиляються від цього канону струнких ліній, часто зображуються як недосконалі та такі, що потребують «виправлення». Прикладом є фільм «Щоденник Бріджит Джонс» [68]. Серед популярних інстаграм-блогерок, що підтримують такий імідж, можна назвати Беллу Хадід, Кендалл Дженнер, Жизель Олівейра та інших моделей з параметрами фігури, наближеними до «ідеальних» за поширеними стандартами.

Ще однією рисою стереотипних жіночих образів в інстаграм є надмірне використання косметики, фільтрів та фоторедакторів для створення «ідеального» вигляду. Численні блогерки та інфлюенсерки демонструють абсолютно гладку, позбавлену будь-яких недоліків шкіру обличчя і тіла, використовуючи тонізуючі та згладжуючі фільтри. Це породжує хибне уявлення, ніби природна жіноча врода є недостатньою. Крім того, у багатьох фотографіях спостерігається явний надмір косметики – яскравий макіяж очей, густо нанесені туш, помада та рум'яна. Такі зображення транслиують ідею, що для жінки важливо приховати свою натуральність під товстим шаром макіяжу.

Поширеною практикою також є ретушування фотографій за допомогою різних додатків – вирівнювання овалу обличчя, збільшення розміру очей та губ, корекція форми носа тощо. В інстаграм відчутно простежується тенденція до популяризації певного типажу жіночої вроди як ідеалу краси. Найчастіше такий «ідеальний» образ включає великі очі, пухкі губи, високі вилиці, тонку і струнку фігуру. Наразі процвітає справжній культ «губ качечки» – об'ємних, накачаних філерами губ, що імітують втручання косметолога. Популярними інфлюенсерками з таким типажем є Кайлі Дженнер, Хлоя Феррі.

Поширення стереотипних і нереалістичних стандартів жіночої краси в інстаграмі може мати серйозні негативні наслідки, про що свідчать численні дослідження. Ось деякі з основних проблем, що, на нашу думку, пов'язані із цим явищем:

1. Тиск на жінок щодо їхньої зовнішності та необхідність відповідати нав'язаним стандартам краси. Як зазначають дослідники з Університету Огайо Пітер Бергер та Томас Лукманн: «Споживання ідеалізованих образів може призвести до зниження задоволеності власним тілом та появи розладів харчової поведінки» [78]. Постійне споживання ідеалізованих зображень створює відчуття незадоволеності власною зовнішністю та прагнення досягти нереалістичних стандартів.

2. Негативний вплив на самооцінку та психологічний стан жінок. У дослідженнях психологині Наталії Ремесник виявлено, що «існує сильний зв'язок між використанням інстаграм та зниженою задоволеністю власним тілом, що призводить до депресивних симптомів» [12, с. 53], саме це підкреслює деструктивний вплив інстаграму на самооцінку користувачів.

3. Дослідження медіааналітика у сфері гендерних досліджень Володимира Грисюка виявили, що «споживання сексуалізованого медіаконтенту пов'язане зі збільшенням об'єктивізації жінок» [3, с. 6]. Акцент на зовнішній привабливості та сексуалізованих образах може призводити до того, що жінок починають сприймати лише як об'єкти для споглядання, а не як повноцінних особистостей.

4. Формування хибних уявлень про «ідеальну жінку». Пропагування певного типажу як ідеалу краси створює нереалістичні очікування щодо жіночої зовнішності. Як зазначають автори *T. Leaver, T. Highfield, C. Abidin* у книзі *Instagram: visual social media cultures*: «Інстаграм конструює ідеальний тип жіночої вроди, який важко або неможливо досягнути більшості жінокам» [35, р. 88]. Незважаючи на поширення стереотипних стандартів краси в інстаграмі, останнім часом все більше людей висловлюють критику на адресу такого контенту. Зростає рух за підвищення обізнаності про небезпеку нав'язування нереалістичних ідеалів зовнішності. Різноманітні громадські організації та рухи, такі як «Кампанія за реальні краси» (*Dove's Campaign for Real Beauty*) чи *All Woman Project*, активно виступають проти стереотипів в ЗМІ та соціальних мережах. Вони закликають поширювати більш реалістичні та різноманітні зображення жінок і зменшувати тиск ідеалізованих образів. Окрім цього, дедалі більше впливових особистостей та брендів долучаються до руху за більше розмаїття в зображеннях жінок у соціальних мережах. Вони закликають відмовитися від єдиного стереотипу краси і демонструвати різні типажі, форми тіла, етнічні групи тощо. Наприклад, кампанія *AerieREAL* бренду *Aerie* просуває концепцію «неідеальної досконалості» [70]. Завдяки цьому зростає усвідомлення того, що стандарти краси є суб'єктивними та

культурно-обумовленими. Жінок все активніше заохочують цінувати власну індивідуальність та не піддаватися тиску ідеалізованих стереотипів з інстаграму. Проте для подолання негативного впливу необхідно прикладати зусилля на різних рівнях від індивідуального критичного мислення до змін в індустрії мас-медіа.

Підсумовуючи, можна сказати, що інстаграм відіграє важливу роль у формуванні та поширенні стереотипних уявлень про ідеали жіночої краси. Через величезну популярність цієї соціальної мережі, її користувачі постійно споживають контент, що транслює певні стандарти привабливості.

3.3 диджитальні інструменти зміни зовнішності на фото та відео

В епоху цифрових технологій, користувачі соціальних мереж, зокрема інстаграм, отримали безпрецедентні можливості для редагування та «вдосконалення» свого зовнішнього вигляду на фотографіях і відео. Величезна кількість додатків, фільтрів та редакторів дозволяє здійснювати маніпуляції майже з будь-якими візуальними аспектами зображення – від кольору шкіри до пропорцій тіла. Ця тенденція є дуже поширеною в інстаграм, оскільки досконалий зовнішній вигляд часто асоціюється з більшою популярністю та залученням аудиторії. Прагнення відповідати ідеалізованим стандартам краси підштовхує багатьох користувачів до надмірного редагування своїх фото за допомогою різноманітних цифрових інструментів.

Проте, така практика піддається серйозній критиці з боку експертів та активістів, оскільки вона сприяє поширенню нереалістичних очікувань щодо зовнішності та формуванню хибних стереотипів. Коли більшість зображень є ретушованими та «відфільтрованими», це створює спотворене уявлення про природну красу та нормалізує маніпуляції зовнішнім виглядом в медіапросторі. В інстаграмі користувачі мають доступ до широкого спектру цифрових інструментів для маніпулювання своїм зовнішнім виглядом на

фото та відео. За даними дослідження *Renee Engeln*, професорки психології Північно-Західного університету, викладеними у праці *Beauty Sick: How the Cultural Obsession with Appearance Hurts Girls and Women*, саме ці методи редагування є найпоширенішими серед користувачів Instagram. На думку авторів, це спричинено тим, що вони найбільш ефективно відповідають сучасним стандартам краси та естетичним очікуванням аудиторії соціальних мереж.

Розглянемо основні способи цифрового редагування зовнішності:

1. Згладжування та розгладження шкіри обличчя та тіла. Популярні фільтри та функції усувають будь-які недоліки шкіри – зморшки, пори, цятки, целюліт тощо, створюючи ефект ідеально гладенької «порцеляново» шкіри.

2. Коригування форми та розміру очей, губ, вилиць. За допомогою спеціальних інструментів користувачі можуть візуально збільшувати розмір очей, робити їх більш виразними, надавати губам пишнішої форми, підкреслювати вилиці тощо.

3. Звуження талії, змінення пропорцій фігури. Редактори дозволяють стоншувати силует, робити талію витонченою, а стегна – вужчими.

4. Додавання «ідеального» макіяжу. Окремі функції можуть імітувати макіяж - накладати тіні, туш, помаду та інші косметичні засоби в кілька кліків.

5. Відбілювання зубів, збільшення об'єму волосся.

6. Використання фільтрів для зміни кольору шкіри, тону обличчя, можуть додавати засмагу, вирівнювати тон обличчя та змінювати загальну гаму фото [27, р. 400].

Усі ці маніпуляції можуть поєднуватися в одному зображенні, створюючи вигляд, який істотно відрізняється від реальності. При цьому досягнення такого «відфільтрованого» вигляду стає метою для багатьох користувачів інстаграму. Користувачі інстаграму мають у розпорядженні

величезну кількість спеціалізованих додатків та інструментів. Ось деякі з найпопулярніших:

Проаналізуємо традиційні фоторедактори:

– *RetouchMe* – додаток для ретуші усього тіла [89]. Має дуже багато функцій, у ньому можна обрати як фотошопити тіло, яким повинен бути живіт та з якою рельєфністю. Додаток є платним (рис. 3.1).



Рис. 3.1 Скриншот з *App Store RetouchMe* [89]

– *Facetune*, *FaceApp* – одні з найвідоміших додатків для ретуші обличчя та тіла, може редагувати як фото так і відео [84; 85]. Має численні функції для коригування форми обличчя, очей, губ, відбілювання зубів, усунення недоліків шкіри тощо. Приклад використання таких функцій продемонстровано на (рис. 3.2).



Рис. 3.2 Процес редагування фото у додатку *Facetune* [85], авторська фоторобота

– *Body Tune, PhotoWonder* – інструменти для корекції пропорцій тіла [83; 88], продемонстровано на (рис. 3.3).



Рис. 3.3 Процес коригування тіла у додатку *Body Tune* [83], авторська фоторобота

– *Snapseed, Photoshop Camera* – універсальні редактори з розширеними можливостями [90; 87].

- вбудовані інструменти соціальних платформ: фільтри інстаграм; інструменти редагування *TikTok* та функції корекції *Snapchat*.
- *Photoshop Camera* – додаток від *Adobe*, що імітує потужності настільної версії *Photoshop*, включаючи коригування фігури, обличчя, шкіри [87].

Багато з цих додатків мають платні пакети розширених функцій. Однак, навіть безкоштовні версії надають користувачам значні можливості для редагування свого зовнішнього вигляду на знімках. Така величезна доступність інструментів для «цифрової косметики» робить практику ретуші фотографій все більш поширеною серед користувачів інстаграм, особливо молоді.

На основі проведеного аналізу сучасних технологічних трендів і розвитку штучного інтелекту в сфері обробки зображень можемо визначити, що штучний інтелект здійснив революцію в сфері обробки зображень, представивши інноваційні рішення. З розвитком технологій глибинного навчання та нейронних мереж, індустрія обробки цифрових зображень зазнала революційних змін. Сучасні алгоритми штучного інтелекту здатні здійснювати надзвичайно складні маніпуляції із зображеннями, що раніше потребували багатогодинної роботи професійних ретушерів.

Виділимо основні напрями застосування ШІ в обробці фотографій:

1. Генеративні змагальні мережі (*GAN*) використовуються для:
 - автоматичного покращення якості зображень;
 - зміни віку та рис обличчя;
 - генерації реалістичних текстур шкіри;
 - корекції освітлення та кольору.
2. Нейронні мережі для сегментації зображень забезпечують:
 - точне виділення об'єктів на фото;
 - автоматичне відокремлення фону;
 - розпізнавання та корекцію окремих частин тіла.

На основі аналізу функціоналу сучасних мобільних додатків для редагування фотографій розглянемо найпопулярніші інструменти з використанням ШІ-технологій:

1. *Remini* – це додаток, що використовує неймережі для підвищення якості фотографій [64]. Цей додаток відновлює деталі на розмитих або низькоякісних знімках. Має функції покращення текстури шкіри та деталізації обличчя. За допомогою одного натиску за секунду при якісних налаштуваннях ретушується фото та покращується якість (рис. 3.4).



Рис. 3.4 Процес редагування за допомогою ШІ у додатку *Remini* [64], авторська фоторобота

2. *Lensa AI* – це додаток, що застосовує технологію *Stable Diffusion* для створення стилізованих портретів [86]. Цей додаток пропонує інтелектуальну ретуш обличчя та генерує художні варіації портретних фотографій. За допомогою *Charm AI* фото змінюється в один клік і стає схожим на поширене одностипне ретушування у блогерок (рис. 3.5).

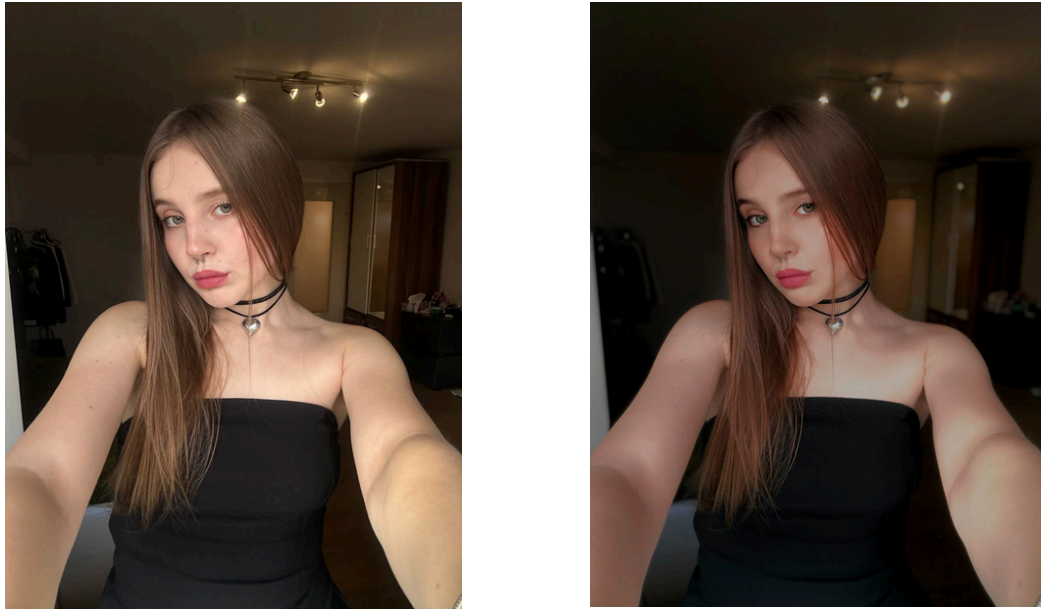


Рис. 3.5 Процес редагування за допомогою ШІ у додатку *Lensa AI* [86], авторська фоторобота

Деяке обережне редагування фотографій, все ж таки, може вважатися прийнятним. Але, на думку дослідників дипфейків *Robert Chesney та Danielle Keats Citron*, авторів праці *Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security*, надмірне і нав'язливе використання цифрових інструментів для зміни зовнішності в інстаграмі має низку потенційно шкідливих наслідків:

- створення абсолютно відредагованих зображень, може виглядати абсолютно нереалістичним і «штучним», втрачаючи будь-який зв'язок із справжністю;
- сприяння упередженням щодо зовнішності та нав'язуванню стандартів;
- можливий негативний вплив на психіку, особливо молоді;
- втрата зв'язку з реальністю, формування хибних ідеалів;
- культивування практики «самооб'єктивації»;
- проблема достовірності та автентичності зображень;
- ризики маніпуляції та дезінформації;
- питання приватності та захисту персональних даних;

– вплив на самосприйняття користувачів соціальних мереж [19, р. 36].

Крім того, професійні фотографи та експерти піддають критиці надмірну ретуш фото як підрив етичних стандартів і нівелювання навичок фотомистецтва. Деякі закликають до більшої прозорості щодо фактів редагування зображень в соціальних мережах. В останні роки набув популярності рух за хештегом *#nofilter*, який закликає ділитися більш природними, неретушованими знімками в соціальних мережах. Крім того, деякі організації вимагають більшої прозорості від брендів та впливових медіаособистостей щодо використання редагування. Наприклад, інфлюенсери зобов'язані позначати ретушовані рекламні матеріали згідно з новими правилами Федеральної торгової комісії США.

Проведене дослідження диджитальних інструментів для редагування зовнішності на фото виявило фундаментальні зміни у способах самопрезентації користувачів у соціальних мережах, особливо в інстаграм. Аналіз продемонстрував еволюцію технологій. Функціонал сучасних додатків охоплює всі аспекти корекції зовнішності: від базового згладжування шкіри до складних маніпуляцій з пропорціями тіла, проте така доступність технологій породжує серйозні соціально-етичні проблеми – формування нереалістичних стандартів краси, психологічний тиск на молодь, питання достовірності контенту та захисту персональних даних. Вирішальну роль відіграє саме ставлення користувачів чи шануватимуть вони природність і різноманіття, чи підпадають під вплив стереотипів через ідеалізовані зображення.

Висновки до розділу 3

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що формування уявлень про жіночу красу в сучасному світі є складним соціокультурним процесом, який зазнає значного впливу з боку мистецтва,

медіа, а особливо соціальних мереж та цифрових технологій. Аналіз показав, що історично стандарти краси завжди відображали соціальні, економічні та культурні особливості суспільства, проте з розвитком глобальних комунікацій спостерігається тенденція до уніфікації цих стандартів.

Особливу роль у цьому процесі відіграє соціальна мережа інстаграм, яка через свою візуальну природу та масштабну аудиторію стала потужним інструментом формування та поширення стереотипних уявлень про жіночу красу. Дослідження виявило, що в інстаграмі активно культивуються певні стандарти зовнішності – струнке тіло, ідеальна шкіра, виразні риси обличчя, що часто є нереалістичними та недосяжними для більшості жінок. Такі стереотипи створюють значний психологічний тиск на користувачок платформи, особливо молодого віку, що може призводити до зниження самооцінки та розвитку різноманітних психологічних проблем. Суттєвим фактором посилення цієї тенденції є широка доступність диджитальних інструментів для редагування зовнішності на фотографіях та відео. Сучасні додатки, що використовують технології штучного інтелекту та інші передові алгоритми обробки зображень, дозволяють користувачам істотно змінювати свій зовнішній вигляд, створюючи надмірно ідеалізовані образи. Це призводить до формування викривленого сприйняття реальності. Водночас спостерігається позитивна тенденція до критичного переосмислення усталених стандартів краси. З'являється все більше рухів та ініціатив, спрямованих на популяризацію природної краси, прийняття різноманіття тілесних форм та протидію токсичним стереотипам.

Таким чином, дослідження продемонструвало, що формування сучасних уявлень про жіночу красу відбувається під впливом складного комплексу факторів, де цифрові технології та соціальні мережі відіграють визначальну роль. Важливим викликом сучасності є пошук балансу між технологічними можливостями самовираження та збереженням здорового ставлення до власної зовнішності, а також просування більш інклюзивних та реалістичних стандартів краси в медіапросторі.

РОЗДІЛ 4

АНАЛІЗ ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ ПРОФІЛІВ ІНСТАГРАМ-БЛОГЕРОК

4.1 Вибір інстаграм-блогерок і критерії оцінювання візуального контенту для аналізу

У попередньому розділі ми розглянули соціокультурні аспекти та вплив інстаграму на формування стереотипів жіночого образу у сучасному суспільстві. Зокрема, було зазначено, що активне використання цифрових інструментів для ретуші та ідеалізації зовнішності на фото та відео може закріплювати нереалістичні стандарти краси.

Для аналізу візуального контенту ми обрали кілька провідних іноземних інстаграм-блогерок, які володіють значним впливом на формування суспільних уявлень про красу завдяки своїй популярності та кількості підписників у мільйони. Нами було визначено такі критерії відбору:

1. Наявність понад 10 мільйонів підписників, що свідчить про величезний охопит аудиторії.
2. Публікація контенту пов'язаного з демонстрацією зовнішності (фешн, б'юті, фітнес та ін.), де активно використовуються цифрові інструменти обробки зображень.
3. Географічне розташування у США та Європі, як регіонах, що задають глобальні тренди у сфері краси.

Відповідно до цих критеріїв, ми обрали для аналізу наступних блогерок:

Кім Кардаш'ян (@kimkardashian) – одна з найбільш впливових світових зірок реаліті з 362 мільйонами підписників в інстаграмі [57]. Її контент зосереджений на демонстрації зовнішності, модних образів та краси. Кім активно використовує різноманітні фільтри, маски та ретуш на своїх фото та

відео, що часто стає предметом критики щодо створення нереалістичних стандартів краси.

Аріана Гранде (@*arianagrande*) – популярна американська поп-зірка з 379 мільйонами підписників, що публікує багато візуального контенту пов'язаного з музичною кар'єрою та модними образами [56]. На її фото та відео часто помітне використання ретуші, змінюючи риси обличчя та силуетів відповідно до певних стандартів краси.

Ці блогерки є актуальними для дослідження, оскільки мають величезний вплив на формування суспільних уявлень про жіночу красу завдяки величезним аудиторіям підписників та активному використанню диджитальних інструментів на своїх фото та відео. Аналіз їхнього контенту допоможе виявити сучасні тенденції в ідеалізації жіночої зовнішності в інстаграмі. Розглянемо візуальний контент провідних українських інстаграм-блогерок: Анастасію Каменських та Юлію Вербу в контексті формування сучасних уявлень про жіночу красу:

Юлія Верба (@*verbaaa.verbaaa*) – відома українська лайфстайл-блогерка з 1,4 млн підписників [59]. Її контент присвячений краси, моді та здоров'ю. На фото Верба часто демонструє ретушовану гладку шкіру, підкреслені контури обличчя та змінені відтінки кольору за допомогою фільтрів. Це створює ефект практично «безвікового» та ідеально підтягнутого образу сучасної жінки.

Анастасія Каменських (@*kamenskux*) – популярна українська поп-співачка та телеведуча з 5,2 мільйонами підписників в інстаграм [55]. Її контент зосереджений на презентації музичних відео, рекламних кампаній та особистого життя .

Українські блогерки також широко використовують техніки візуальної обробки для корекції зовнішності відповідно до певних стереотипів краси. Їх контент популяризує ідеали молодості, струнких фігур, ретушованої шкіри та «селфі-готових» облич, які часто далекі від реальності. У своєму дослідженні ми обрали українських інстаграм-блогерок за такими критеріями:

1. Популярність та великі аудиторії підписників. Ці блогерки мають сотні тисяч і мільйони підписників в інстаграм, що свідчить про їх значний вплив серед української аудиторії.
2. Демонстрація ідеалізованих образів краси. Контент цих блогерок зосереджений на висвітленні модних образів, ідеальних фігур, молодості та привабливої зовнішності. Вони активно просувають певні стандарти жіночої вроди.
3. Використання цифрових інструментів обробки зображень. На їх фото та відео помітні ознаки ретушування, застосування фільтрів, масок та інших візуальних ефектів для ідеалізації зовнішності згідно сучасним стереотипам краси.
4. Різноманітна тематика контенту. Вони охоплюють різні сфери – моду, красу, здоров'я, лайфстайл, що дозволяє відстежити тенденції у різних напрямках візуалізації жіночого образу.

Актуальність для українського ринку Як відомі локальні зірки, вони безпосередньо пов'язані з формуванням уявлень про красу серед української аудиторії інстаграм. Проаналізувавши профілі відомих інстаграм-блогерок Кім Кардашян та Аріани Гранде, ми можемо визначити декілька ключових аспектів, що стосуються формування сучасних уявлень про ідеали жіночої краси.

По-перше, їх візуальний контент демонструє масштабне використання цифрових інструментів для ретуші та ідеалізації зображень. На фото та відео помітні значні корекції рис обличчя, фігури, текстури шкіри та інших деталей. Такі маніпуляції створюють нереалістичні зразки «досконалої» зовнішності, до яких спонукають прагнути підписниць.

По-друге, блогерки часто застосовують різноманітні фільтри та маски для «покращення» свого вигляду. Це може включати згладжування шкіри, підкреслення рис обличчя, зміну відтінків кольору тощо. Такі візуальні ефекти сприяють гіперідеалізації та перфекціонізму в сприйнятті жіночої краси.

По-третє, їхні пози, одяг, макіяж та освітлення ретельно продумані та відпрацьовані для створення максимально ідеалізованих образів. Вибір певних ракурсів, тісного одягу, контурингу та освітлення націлений на акцентування визначених стандартів фігури та рис обличчя.

По-четверте, демонстрація успіху, багатства та розкішного способу життя невід'ємно пов'язана з образами цих блогерок. Це створює враження, що краса та привабливість є запорукою матеріального достатку і визнання.

Аналіз візуального контенту провідних інстаграм-зірок виявляє тенденцію до гіперідеалізації та цифрової модифікації жіночої зовнішності з метою створення нереалістичних стандартів краси. Це може чинити негативний вплив на самооцінку та сприйняття власної зовнішності шанувальницями. Проаналізувавши профілі відомих українських інстаграм-блогерок Юлію Вербу та Анастасію Каменських, ми можемо виокремити кілька ключових тенденцій у формуванні сучасних уявлень про жіночу красу:

- Культ молодості та антивікових стандартів. На фото цих блогерок помітна ретельна ретуш обличчя, за допомогою якої усуваються будь-які ознаки зрілого віку - зморшки, пігментні плями, втрата пружності шкіри тощо. Це створює нереалістичні очікування «вічної молодості».

- Акцентування на стрункісті та підтягнутих формах фігури. Візуальний контент часто демонструє ідеалізовані силуети з витонченими пропорціями за рахунок цифрової корекції обсягів тіла, що нав'язує суспільству культ худорлявості.

- Популяризація ефекту «порцелянової» ідеальної шкіри. Застосування різноманітних фільтрів та масок згладжує текстуру шкіри на зображеннях до нереалістичної гладкості, позбавляючи її природних відтінків та рельєфу.

- Гіперідеалізація рис обличчя. Помітне активне використання інструментів для візуальної корекції овалу обличчя, контурів, розміру очей, губ тощо для створення умовного «ідеального» вигляду згідно стереотипних стандартів.

– Просування стандартів успішності та краси. Через контент цих блогерок прослідковується зв'язок між комерційним успіхом, багатством та фізичною привабливістю згідно з існуючими стандартами жіночої вроди.

Такі тенденції формують у аудиторії викривлені та нездорові уявлення про красу, сприяючи розвитку комплексів та незадоволеності власною зовнішністю.

Підсумовуючи, для аналізу візуального контенту та його впливу на формування сучасних уявлень про жіночу красу ми обрали як іноземних, так і українських популярних інстаграм-блогерок, які відповідають певним критеріям. Серед них – велика кількість підписників (мільйони), демонстрація ідеалізованих образів краси, активне використання цифрових інструментів для ретуші та обробки фото і відео, охоплення різних тематичних напрямів (мода, краса, лайфстайл) і репрезентативність для відповідних регіонів. Аналіз профілів таких впливових блогерок допоможе виявити негативні тенденції у формуванні суспільних уявлень про жіночу красу та визначити потенційні ризики для самооцінки і психологічного здоров'я аудиторії, яка споживає цей контент.

На основі проведеного теоретичного аналізу у попередніх розділах наукової літератури та досліджень в галузі візуальної комунікації нами було розроблено комплексну систему критеріїв аналізу візуального контенту відібраних інстаграм-блогерок та виявлено прихованих меседжів щодо формування ідеалів жіночої краси:

1. Зображення тіла – особлива увага повинна приділятися способам візуальної корекції пропорцій та силуету фігури. Чи використовуються:

- ракурси та пози для візуального корегування форм (ефект витонченості, подовження ніг, зменшення окремих частин тіла);
- демонстрація оголеного чи облягаючого одягу для акцентування на тілі.

2. Зображення обличчя – ретельному аналізу підлягають спроби цифрової зміни рис обличчя:

- корекція овалу, контурів обличчя;

- зміна розміру/форми очей, губ, носа;
- згладжування шкіри, усунення недоліків.

3. Макіяж. Необхідно проаналізувати, чи існує тенденція до демонстрації яскравого, контрастного макіяжу для підкреслення певних рис обличчя. Або ж, навпаки, чи переважає ефект «природного» райдужного, бездоганного мейкапу.

4. Одяг/образ:
- стилі одягу (обтислий, відвертий, діловий і т.д.).

5. Фільтри та обробка зображень:
- застосування фільтрів для зміни кольорів, відтінків, обличчя;
 - ретуш, ліквід, корекція пропорцій за допомогою редакторів.

6. Освітлення та фон – важливо відзначити, чи використовується професійне освітлення для створення виразних ефектів підсвічування бездоганних форм. Також типові локації та фони – чи вони демонструють відкритий зв'язок зі світом багатства та успіху.

7. Пози та вирази обличчя:
- розслаблені чи студійні/професійні пози;
 - погляд і міміка (спокуслива, весела і т. д.).

8. Загальна концепція профілю. Для повного аналізу необхідно розглянути візуальний контент інстаграм-блогерок у сукупності, як єдину цілісну картину чи концепцію. Чи простежується системна демонстрація ідеалізованих образів жіночої краси та способу життя? Які ключові меседжі транслюються через загальну візуальну подачу?

Підсумовуючи, для аналізу візуального контенту та його впливу на формування сучасних уявлень про жіночу красу ми обрали як іноземних, так і українських популярних інстаграм-блогерок, які відповідають певним критеріям. Серед них – велика кількість підписників (мільйони), демонстрація ідеалізованих образів краси, активне використання цифрових інструментів для ретуші та обробки фото і відео, охоплення різних тематичних напрямів (мода, краса, лайфстайл) і репрезентативність для

відповідних регіонів. Аналіз профілів таких впливових блогерок допоможе виявити негативні тенденції у формуванні суспільних уявлень про жіночу красу та визначити потенційні ризики для самооцінки і психологічного здоров'я аудиторії, яка споживає цей контент. Критичний аналіз усіх цих аспектів візуального контенту блогерок допоможе виявити основні тренди і методи конструювання ідеалізованих образів жіночої краси в інстаграм-просторі.

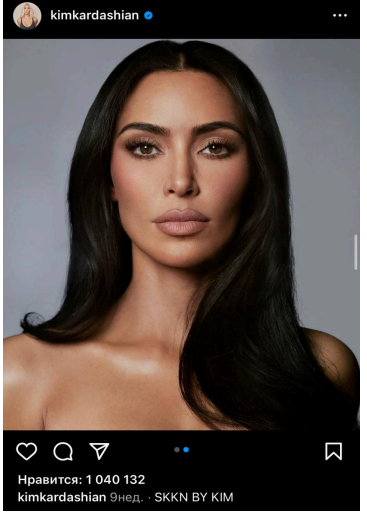
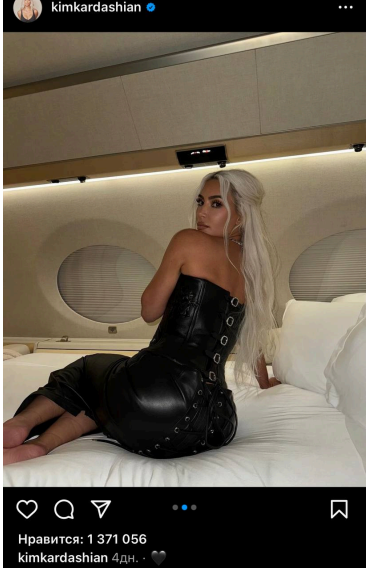
4.2 Аналіз візуальних образів та їхній зв'язок із сучасними тенденціями уявлень про жіночу красу

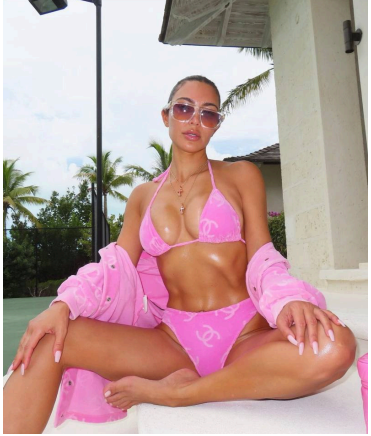
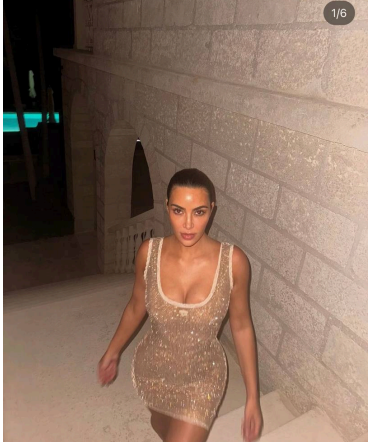
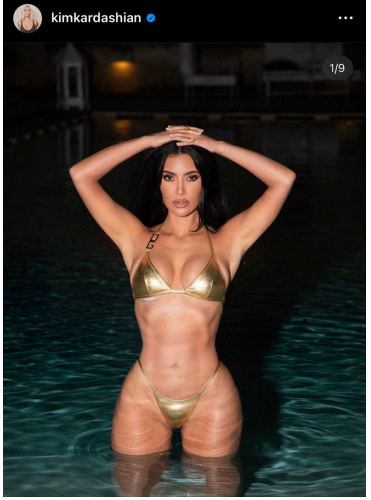
Розглянемо візуальні образи найвпливовіших світових інстаграм-зірок Кім Кардашян та Аріану Гранде через призму визначених критеріїв та їх зв'язку з сучасними тенденціями уявлень про жіночу красу розглянуто табл. 4.1 та 4.2.

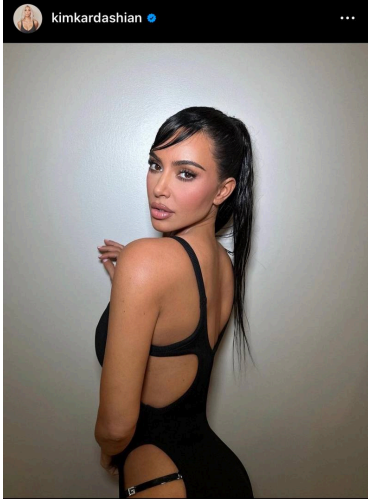
Таблиця 4.1

Аналіз візуального образу інстаграм-сторінки Кім Кардаш'ян [57],
використані матеріали авторського дослідження

Критерій	Пояснення	Фото
1.Зображення тіла	Демонструє культову фігуру «самантиний силует» з пишними стегнами та сідницями, але дуже вузькою талією. Вона майстерно використовує облягаючий та напів оголений одяг, ракурси, провокативні пози – підкреслюють форми. Такий тілесний ідеал знаходиться у тренді і часто шанується серед темношкірих та латиноамериканських жінок	

2.Зображення обличчя	На зображеннях помітні ознаки масштабної обробки з різними техніками ретуші: згладжування шкіри, збільшення губ, корекція овалу обличчя. Її візуальний образ демонструє стандарт ідеального обличчя зі збільшеними рисами, мінімумом недоліків на ідеально рівній шкірі	 kimkardashian Нравится elisobetto и ещё 1 221 975 kimkardashian 2 нед.
3.Макіяж	Досить яскравий і контрастний макіяж з акцентом на ідеально підведених очах та губах – це формує гламурний і жіночний образ відповідно до сучасних тенденцій beauty-індустрії	 kimkardashian Нравится: 1 040 132 kimkardashian 9 нед. · SKKN BY KIM
4. Одяг/образ	Демонструє обтислий, відвертий одяг, який акцентує увагу на пишних формах стегон та грудей. Активно використовує латекс, вінілові матеріали та інші «фетишистські» варіанти для створення провокативного сексуального образу. Кім стала іконою стилю «Голого» мінімалізму, коли більша частина тіла оголена або прикрита лише невеликими деталями одягу	 kimkardashian Нравится: 1 371 056 kimkardashian 4 дн.

5. Фільтри та обробка зображень	Використовуються фільтри для зміни відтінків шкіри: – додавання бронзового, засмаглого відтінку або ефекту сяйва шкіри, що допомагає збільшенню об'ємів обличчя, підкреслення скул, губ, очей; – згладжують текстуру шкіри, розгладжуючі недоліки; – контрастні фільтри для яскравих кольорів та чіткіших меж; Обробка в редакторах: – ретуш та згладжування шкіри за допомогою інструментів вирівнювання відтінку, усунення недоліків; – використання liquefy для корекції овалу обличчя, губ, очей; – зміна пропорцій фігури шляхом візуального зменшення талії, стегон, обсягів за допомогою Bodytune; – застосування airbrush для створення ефекту ідеальної «порцелянової» шкіри; – використання режимів змішування шарів для збільшення контрастності та підкреслення форм	 
6. Освітлення та фон	Використовує професійне освітлення та фотогенічні локації, які підкреслюють її образ успішної багатой зірки	

7. Пози та вирази обличчя	Її пози часто провокативні та сексуальні, зі спокусливими виразами обличчя та поглядами, розраховані на привернення уваги	
---------------------------	---	---

8. Розглядаючи візуальний контент профілю Кім Кардаш'ян у сукупності, можна виділити кілька ключових концептуальних меседжів та тенденцій, що просуються через її образи:

– Культ тіла та перфекціоністські стандарти зовнішності. Весь контент базується на демонстрації її ідеалізованого тіла та обличчя з застосуванням масштабного редагування зображень. Таким чином, транслюється ідея про необхідність повної відповідності жорстким стандартам краси у вигляді бездоганних форм, гладкої шкіри, збільшених рис обличчя тощо.

– Секс-позитивізм та сексапільність як ключові елементи жіночого образу. Це формує атмосферу комерціалізації жіночого тіла та його сексуалізації.

– Нероздільний зв'язок ідеалів краси та успіху. На візуальному рівні Кім постійно демонструє ознаки свого зіркового статусу, багатства, розкішного стилю життя, що створює враження - справжня жіноча врода нерозривно пов'язана з популярністю та статками.

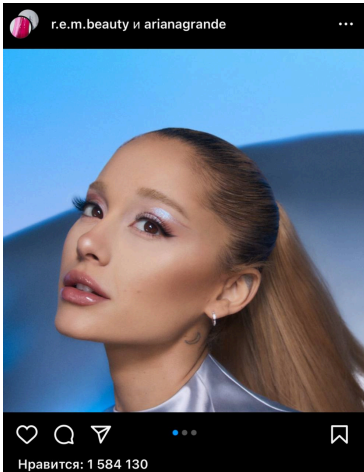
– «Фабрикація» та нормалізація нереалістичних стандартів. Загальна візуальна концепція профілю Кім через масштабне редагування та ідеалізацію образів нормалізує надзвичайно викривлене уявлення про те, як повинна виглядати жінка, щоб вважатися гарною та успішною.

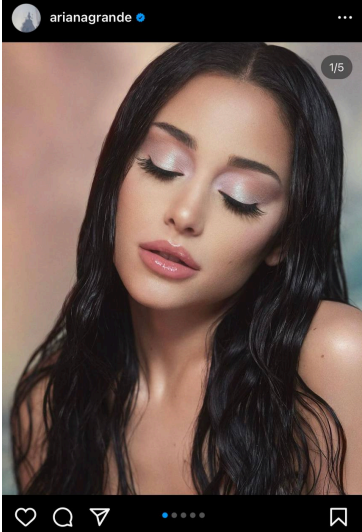
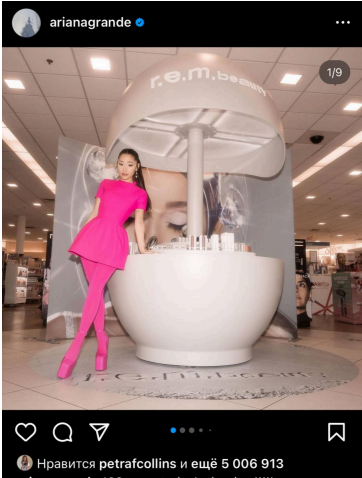
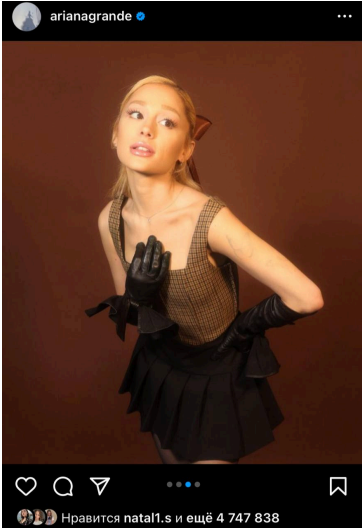
– Брендування культу тіла навколо власної персони. Кім Кардашьян свідомо просуває себе як іконічний символ певних уявлень про красу та спосіб життя для власного піар комерційного успіху [57].

Перейдемо до наступної блогерки – Аріани Гранде [56], аналіз її візуального образу наведено у табл. 4.2

Таблиця 4.2

Аналіз візуального образу інстаграм – сторінки Аріани Гранде, використані матеріали авторського дослідження [56]

1.Зображення тіла	Демонструє своє тіло в не дуже облягаючому одязі або ж оголених нарядах, акцентуючи увагу на стрункій фігурі та витончених ногах. Аріана використовує ракурси та пози, як правило, в півоберті або збоку, що візуально подовжує ноги та витончений силует. У деяких публікаціях вона зменшує візуально нижню частину тіла за допомогою ракурсу знизу	 arianagrande Нравится kudryashkka.k и ещё 5 352 734
2.Зображення обличчя	На фото простежується ретушування шкіри обличчя, усунення недоліків та підкреслення рис. Губи візуально збільшені та наповнені, ніж природні. Овал обличчя в деяких випадках трохи звужений	 r.e.m.beauty и arianagrande Нравится: 1 584 130

3.Макіяж	Переважає яскравий акцентний макіяж очей та губ, часто використовуються контрастні відтінки, іноді простежується більш натуральний тон	
4.Одяг/образ	Одягає досить відверті, облягаючі та короткі сукні, топи. Іноді в її образах присутні ділові костюми або більш строгі луки	
5.Фільтри та обробка зображень	Фільтри: — популярними є фільтри з ефектом «тепла», що надають шкірі ідеального рівного рожево-персикового відтінку; — для портретних знімків застосовуються м'які фільтри, що згладжують та розмивають шкіру, усуваючи недоліки, збільшує очі. Обробка в редакторах: — простежується ретельна обробка фігури в редакторах — візуальне видовження ніг, корекція талії та стегон; — риси обличчя піддаються ретуші — звужується овал, збільшуються губи, підкреслюються вилиці;	

	— застосовується ліквід для усунення недоліків шкіри — розширених пор, зайвих рубців; — використовуються інструменти для підсилення кольору очей, волосся, блиску губ. В окремих випадках змінюється колір райдужок очей на більш яскравий та виразний відтінок	
6.Освітлення та фон	Використовується професійне освітлення в студіях для ідеального подання візуального матеріалу. Фонами зазвичай виступають локації, що асоціюються з розкішшю та успіхом	
7.Пози та вирази обличчя	Демонструє розслаблені та невимушені пози та ракурси. Погляд найчастіше спокусливий, проте часом трапляється й веселий або ж зосереджений	

8. Загальна концепція — в цілому, візуальний контент Аріани Гранде транслює ідеалізований та гламурний образ жіночої краси. Акцент робиться на витонченій, підтягнутій фігурі, яскравих рисах обличчя та спокусливій

подачі. Меседжі успіху, розкоші та сексуальності є наскрізними для створюваного нею візуального нарративу [56].

Перейдемо до українських блогерок. Першою розглянемо інстаграм-сторінку Юлії Верби [59]. Результати нашого аналізу наведено у табл. 4.3.

Таблиця 4.3

Аналіз візуального образу інстаграм-сторінки Юлії Верби [59], за матеріалами авторського дослідження

1. Зображення тіла	На своїх фоточасто демонструє струнку, підтягнуту фігуру в обтягуючому спортивному одязі. Вона використовує вигідні ракурси та пози для акцентування на плоскому животі та стегнах, створюючи ідеал витонченого тілобудови. Це відповідає поширеному нині культу худоби	
2. Зображення обличчя	Обличчя Юлії на фото завжди виглядає бездоганно – ідеально згладжена шкіра, виразні контури, збільшені густі брови та пухкі губи	

3. Макіяж	Надає перевагу макіяжу в стилі <i>nude</i> з акцентом на ідеально рівній шкірі, легких коричневих тінях та помадах з натуральними відтінками. Це створює враження природного, але бездоганного вигляду	
4. Одяг/образ	Верба часто демонструє облягаючий одяг, який підкреслює контури її підтягнутої фігури, регулярно з'являється у легкій домашній піжамній білизні або купальниках, відверто демонструючи своє тіло, позуючи у спокусливих позах. Час від часу Юлія обирає більш офіційний діловий стиль одягу – приталені сукні, костюми, проте зберігаючи акцент на демонстрації фігури	
5. Фільтри та обробка зображень	Обробка зображень тіла: – застосуванні інструменти для корекції пропорцій тіла (візуального звуження талії, стегон, плечей); – використання airbrush для згладжування текстури шкіри на тілі, усунення будь-яких недоліків, целюліту; – регулювання освітлення та тіней для моделювання рельєфу шкіри. Обробка зображень обличчя: – ретуш та згладжування шкіри за допомогою вирівнювання	

	відтінку, усунення недоліків, розгладження пор та зморшок; – візуальна корекція овалу обличчя; – збільшення та підкреслення об'ємів губ, підвищення чіткості контурів очей та брів. Використовує фільтри для регулювання відтінків шкіри, надання їй більш рівного, злегка засмаглого тону	
6. Освітлення та фон	Вміло застосовує вигідне освітлення для візуального підкреслення ідеальних форм та текстур. Вибирає фотогенічні локації з мінімалістичним дизайном	
7. Пози та вирази обличчя	Її пози зазвичай відносно природні, але на багатьох фото присутня поза з закидом ноги на ногу, щоб показати її бездоганну фігуру. Погляд спокійний, іноді з легкою усмішкою	

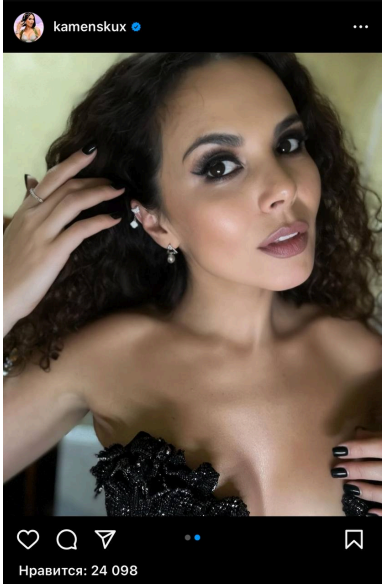
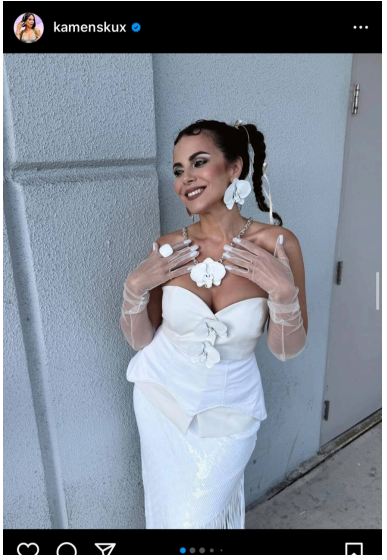
8. Візуальний контент Юлії Верби демонструє такі тенденції: культ підтягнутого та стрункого тіла, ідеалізація рис обличчя, згладженої шкіри, поєднання бездоганного «натурального» вигляду з обробкою. Її образ втілює концепцію успішної, охайної сучасної жінки, для якої дотримання жорстких стандартів краси - норма [59].

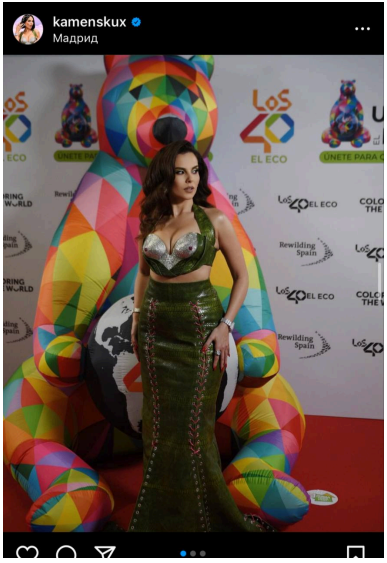
Перейдемо до останньої української блогерки – Анастасії Каменських [55]. Результати нашого аналізу наведено у табл. 4.4.

Таблиця 4.4

Аналіз візуального образу інстаграм-сторінки Анастасії Каменських [55],
використані матеріали авторського дослідження

1. Зображення тіла	На своїх фото часто демонструє струнку, підтягнуту фігуру з рельєфними формами в облягаючому одязі чи відвертих купальниках. Використовує провокативні пози та ракурси для акцентування на витонченій талії та підтягнутих стегнах, демонструючи поширений нині ідеал «фітоняшки»	
2. Зображення обличчя	Обличчя Каменських на портретних фото виглядає ідеально – гладка, рівна шкіра без жодних недоліків, чіткі контури, збільшені губи та підкреслені брові. Для досягнення такого ефекту явно використовується ретуш та фільтри для ідеалізації рис обличчя	

3. Макіяж	Зазвичай робить акцент на яскравих контрастних макіяжних образах зі стрілками, насиченими тінями та яскравою помадою. Це створює гламурний, сексуальний вигляд, полюбає робити контуринг, щоб візуально зробити лице худим	 Instagram post by kamenskux showing a woman with heavy makeup, including dark eye makeup and bright lipstick, posing for a photo. The post has 24,098 likes.
4. Одяг	Як успішна поп-виконавиця, Настя часто носить досить відверті, облягаючі сукні та костюми для виступів, що акцентують увагу на її фігурі. Вона може демонструвати модні та сексуальні вбрання під час фотосесій, що відповідає образу привабливої зірки. Іноді може використовувати більш повсякденний або діловий стиль	 Instagram post by kamenskux showing a woman in a white, revealing dress posing for a photo.
5. Фільтри та обробка зображень	На більшості знімків помітне застосування фільтрів для зміни відтінків шкіри, додавання ідеального сяйва, бронзерного ефекту. Використовуються редактори для корекції пропорцій тіла та обличчя	 Instagram post by kamenskux showing a woman in a green, revealing outfit posing for a photo, holding a book titled "Григорій Писаний". The post is part of a carousel (1/4).

6.Освітлення та фон	Анастасія використовує не тільки професійне освітлення для візуалізації ідеальних форм свого тіла, а й часто обирає прості локації	
7.Пози та вирази обличчя	Її пози досить відверті, сексуальні, зі спокусливими поглядами та виразами обличчя, розраховані на привернення уваги	

8. Візуальний контент Анастасії Каменських значною мірою відповідає поширеним стереотипам щодо жіночої вроди та привабливості в сучасному медіапросторі. Її образи концентруються навколо сексуальності, ідеалізованої зовнішності та демонстрації тіла, що може впливати на формування спрощених уявлень про цінності та призначення жінки [55].

Беручи до уваги тему магістерської роботи «Конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографії», результати проведеного аналізу візуальних образів провідних інфлюенсерок дозволяють зробити такі висновки:

В інстаграм переважає конструювання гіперсексуалізованих, ідеалізованих образів жіночого тіла, орієнтованих на демонстрацію оголеності, привабливості та відповідність нереалістичним стандартам краси. Активно застосовуються прийоми цифрової обробки фотографій для корекції пропорцій тіла, згладжування недоліків та створення ефекту ідеальної, штучно відретушованої зовнішності. Візуальна подача тяжіє до об'єктивації жіночого тіла, представляючи його переважно як сексуальний об'єкт для приваблення аудиторії та комерційних цілей. Образи транслують зв'язок ідеалів жіночої краси з атрибутами розкоші, гламуру та успіху, нав'язуючи споживацьке ставлення. Відсутня репрезентація різноманітності жіночої вроди, домінують гомогенні, стандартизовані зразки привабливості. Нівелюються інші грані жіночої особистості - інтелект, професіоналізм, внутрішній світ. Цінності зводяться виключно до зовнішнього вигляду. Такий спосіб конструювання образів жіночого тіла в інстаграм потенційно культивує об'єктифіковані погляди на жінок, нереалістичні очікування щодо їхньої вроди та підсилює упередження стосовно соціальних ролей.

Отже, аналіз демонструє, що в просторі інстаграм домінують специфічні тенденції конструювання візуальних образів жіночого тіла, які можуть мати деструктивний вплив на сприйняття жіночої краси та ідентичності в суспільстві. Це актуалізує необхідність критичного осмислення таких практик та пошуку більш збалансованих підходів до медіа-репрезентації жінок.

4.3 Практичний аналіз механізмів конструювання образу жіночого тіла в інстаграм

Сучасні соціальні мережі, особливо інстаграм, стали потужною платформою для конструювання та поширення певних стандартів жіночої краси. Через візуальний характер цієї соціальної мережі, механізми формування образу жіночого тіла набувають особливого значення та впливу.

Для глибшого розуміння цих процесів було проведено візуальний аналіз серії фотографій, які демонструють різні аспекти конструювання жіночого образу в інстаграм. Методологія дослідження базується на порівняльному аналізі фотографій до та після обробки, що дозволяє простежити конкретні механізми трансформації природного образу в "ідеальний" за допомогою різноманітних цифрових інструментів. Особлива увага приділяється таким аспектам як зображення тіла, обличчя, макіяж, вибір одягу, використання фільтрів, освітлення та пози. Кожен з цих елементів розглядається не лише з технічної точки зору, але й з урахуванням їх впливу на формування стандартів краси та психологічні наслідки для аудиторії.

Аналіз охоплює сім ключових категорій візуальної репрезентації, які найчастіше використовуються для конструювання жіночого образу в соціальних мережах. Кожна категорія розглядається через призму трансформації від природного вигляду до штучно створеного ідеалу, що дозволяє виявити основні тенденції та механізми впливу на сприйняття жіночої краси в сучасному цифровому просторі.

1. Зображення тіла (рис. 4.1).

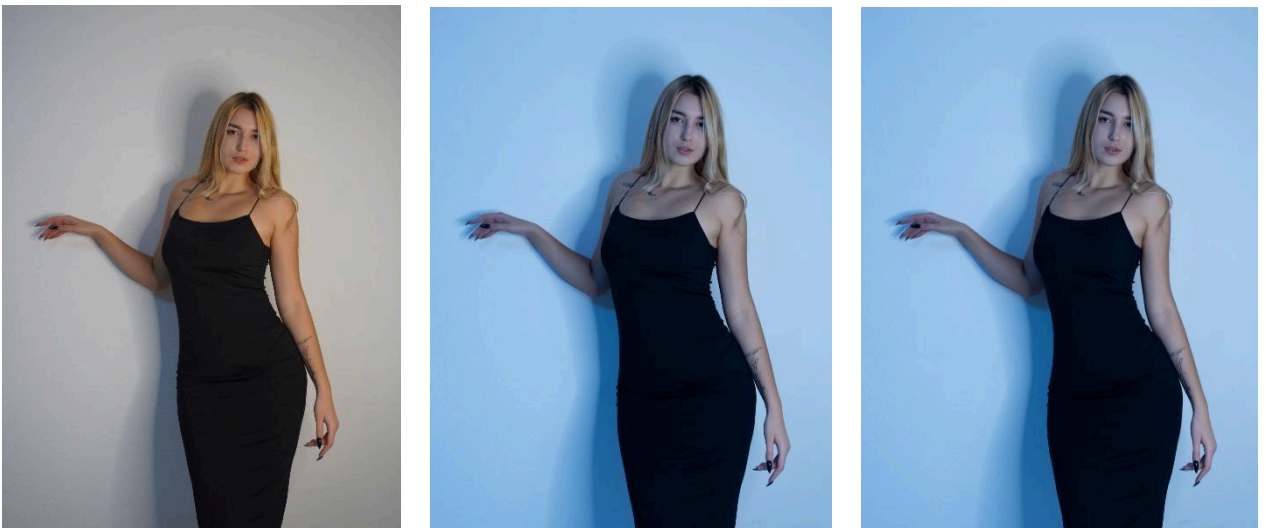


Рис. 4.1 Візуальна трансформація жіночого тіла: 1– оригінальне фото; 2– фото з базовою кольорокорекцією; 3– фото після обробки за допомогою ШІ, використані матеріали авторської фотосесії

Аналізуючи зображення жіночого тіла в інстаграм через представлені три фотографії, можна простежити критичну трансформацію сприйняття тілесності. Перше, необроблене фото демонструє природну красу та реальні пропорції тіла. Друге фото, з кольорокорекцією, вже створює більш естетизовану версію реальності, де за допомогою холодних відтінків та корекції контрасту формується більш «досконалий» образ шкіри та силуету. Третє фото, оброблене за допомогою ШІ із звуженою талією та руками, разом зі спеціально підібраною позою, що підкреслює фігуру, є яскравим прикладом конструювання нереалістичних стандартів краси. Така трансформація може негативно впливати на самосприйняття, формуючи токсичні стандарти краси та провокуючи розвиток дисморфофобії, оскільки створює ілюзію «ідеального» тіла, якого неможливо досягти природним шляхом. На основі проведеного теоретичного аналізу було виявлено, що надмірна модифікація та ідеалізація жіночого тіла в інстаграм через подібні маніпуляції з фото має низку серйозних наслідків:

- Розвиток комплексів та зниження самооцінки;
- Порушення харчової поведінки (анорексія, булімія);
- Нав'язлива потреба відповідати нереальним стандартам;
- Депресивні стани через неможливість досягти «ідеалу».

Така послідовність редагування демонструє, як соціальні мережі поступово відходять від реалістичного зображення жіночого тіла на користь штучно створеного ідеалу, що може призводити до серйозних психологічних наслідків для аудиторії, особливо молодих дівчат, які сприймають такі модифіковані зображення як норму.

2. Зображення обличчя (рис. 4.2).



Рис. 4.2 Етапи цифрової модифікації обличчя: демонстрація переходу від природних рис до стандартизованого б'юті-образу в інстаграм, використані матеріали авторської фотосесії

Перше, необроблене фото показує природні риси обличчя з усіма його індивідуальними особливостями. Друге фото, з блакитною кольорокорекцією та кадруванням, вже створює більш естетизовану версію, де холодні відтінки надають шкірі «глянцевого» ефекту, а кадрування підкреслює найвигідніші риси обличчя. Третє фото, оброблене за допомогою ШІ, представляє радикальну трансформацію: порцеляновий ефект шкіри, збільшені губи, зменшений ніс, відсутність природних тіней під очима та ретуш шиї, зменшення голови та овалу обличчя разом з розмитим фоном, створюють нереалістичний образ, який відповідає сучасним beauty-стандартам соціальних мереж.

Такі маніпуляції з обличчям можуть призвести до нав'язливого бажання косметичних процедур та пластичних операцій, особливо серед молодії аудиторії. Ефект «порцелянової шкіри» та відсутність природних особливостей обличчя формують викривлене уявлення про красу, де навіть найменші недосконалості сприймаються як недоліки, що потребують

корекції. Це призводить до знецінення природної краси, втрати індивідуальності та створення гомогенізованого стандарту краси, де всі обличчя починають виглядати однаково досконалими, але неприродними.

3. Макіяж (рис. 4.3).



Рис. 4.3 Конструювання образу через макіяж: 1 – легкий макіяж з базовою кольорокорекцією; 2 – обличчя без макіяжу, зроблене в ШІ; 3 – яскравий макіяж з цифровою обробкою, використані матеріали авторської фотосесії

Трансформація образу через макіяж та цифрову обробку демонструє радикальну зміну у сприйнятті природної краси. На першому фото з легким макіяжем (стрілки та тон) та базовою кольорокорекцією представлено найбільш реалістичний образ, де косметика лише підкреслює природні риси. Друге фото, створене за допомогою ШІ, показує обличчя без макіяжу, що може викликати внутрішній конфлікт та дискомфорт у глядачів, оскільки «чисте» обличчя все частіше сприймається як «недоглянуте». Третє фото демонструє максимальну трансформацію з яскравим макіяжем, контурингом та віями, що разом із цифровими маніпуляціями (зменшення обличчя, ретуш шкіри, збільшення губ та збільшення волосся) створює образ, який важко відтворити в реальному житті. Така послідовність фото ілюструє небезпечну

тенденцію, де природне обличчя стає «недостатнім», а надмірний макіяж у поєднанні з цифровими фільтрами встановлює нереалістичні стандарти краси. Це призводить до постійного тиску щодо «вдосконалення» зовнішності, значних фінансових витрат на косметику та процедури, розвитку комплексів через неможливість досягти такого ж вигляду в реальному житті без фільтрів. Особливо негативно це впливає на молодих дівчат, які починають сприймати надмірний макіяж як обов'язкову норму для повсякденного життя, що може призвести до раннього старіння шкіри та психологічної залежності від косметики.

4. Одяг образ (рис. 4.4).

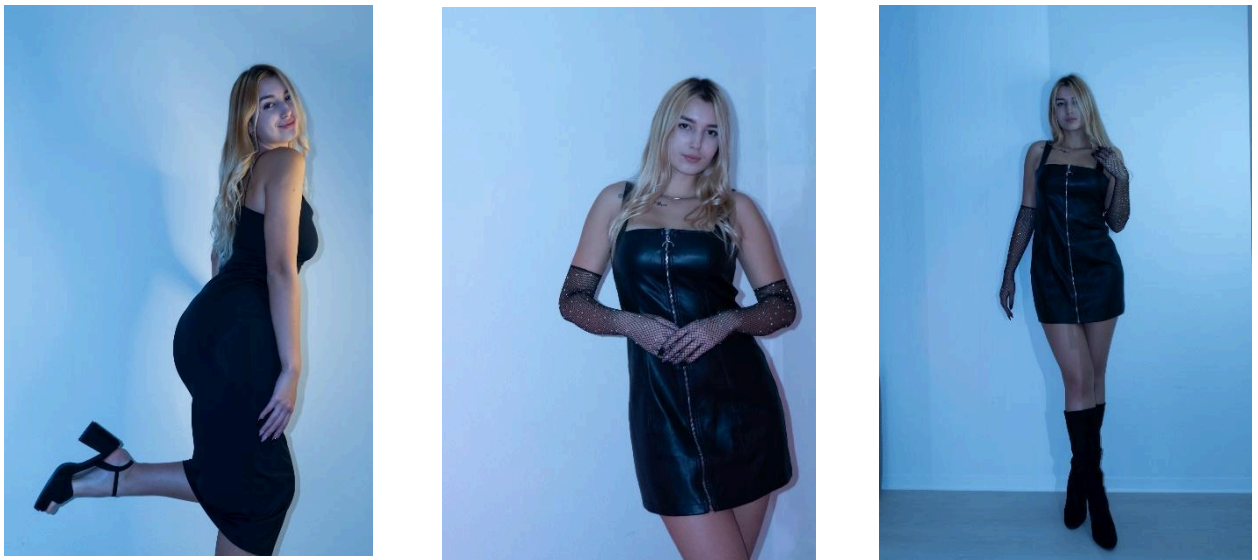


Рис. 4.4 Сексуалізація жіночого образу через одяг: облягаюче міді-плаття та варіації з шкіряним сарафаном та аксесуарами, використані матеріали авторської фотосесії

Аналіз трьох фотографій демонструє цілеспрямоване конструювання сексуалізованого жіночого образу через підбір одягу та позування. Перше фото з облягаючим міді-платтям та спеціально підбраною позою, що підкреслює сідниці, разом з туфлями на підборах створює образ, який транслює ідею про те, що жіноче тіло має бути постійно представлене в

привабливому для чоловічого погляду ракурсі. Друге та третє фото з шкіряним сарафаном та рукавичками, доповнені чоботами на повний зріст, ще більше посилюють сексуалізований образ, створюючи певний фетишизований look, який часто зустрічається в інстаграм. Така презентація жіночого тіла формує у дівчат уявлення про необхідність постійної сексуалізації власного образу, об'єктивація жіночого тіла, створення тиску щодо відповідності певним стандартам. Дівчата починають оцінювати себе перш за все через призму сексуальної привабливості, знецінюючи інші аспекти особистості. Крім того, такі образи можуть провокувати небажану увагу, харасмент (будь-яка форма небажаної поведінки, яка порушує гідність людини та створює загрозливе, вороже, принизливе або образливе середовище) у соціальних мережах та створювати небезпечні ситуації, коли молоді дівчата намагаються відтворити подібні образи без розуміння можливих наслідків.

5. Фільтри та обробка зображень (рис. 4.5).

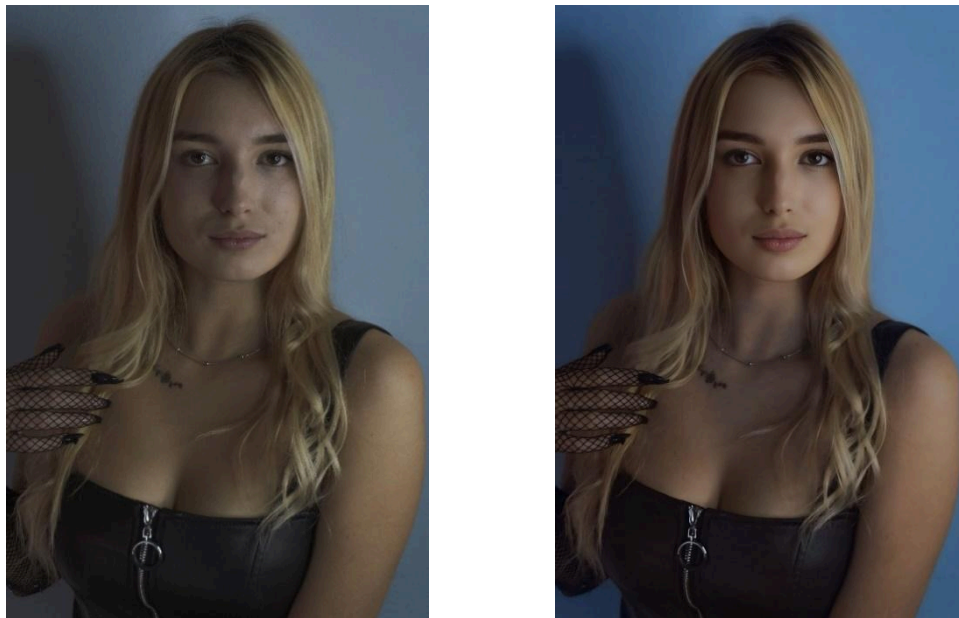


Рис. 4.5 Демонстрація впливу AI-фільтрів на трансформацію зовнішності: порівняння оригінального та обробленого зображення, використані матеріали авторської фотосесії

У сучасному інстаграм-просторі фільтри та обробка зображень перетворилися з простого інструменту покращення фото на складний механізм створення альтернативної реальності. Новітні AI-фільтри здатні не лише змінювати базові параметри зовнішності, але й повністю трансформувати людину, створюючи ефект «цифрового близнюка». Особливо небезпечним є те, що сучасні алгоритми роблять ці зміни настільки непомітними та природними, що грань між реальністю та фільтром стирається навіть для самого автора фото. Популярні б'юті-блогери та інфлюенсери часто використовують каскад фільтрів (накладання декількох ефектів одночасно), створюючи складні багатошарові обробки, які неможливо відтворити в реальному житті. Це явище породжує новий соціальний феномен - «фільтр-залежну самопрезентацію», коли людина не може сприймати себе поза межами певного набору фільтрів та обробок. Молоде покоління, виростає на відфільтрованих зображеннях, починає сприймати їх як норму, що призводить до розвитку нового виду соціальної тривожності - страху показати своє справжнє обличчя навіть у повсякденному житті.

6. Освітлення та фон (рис. 4.6).

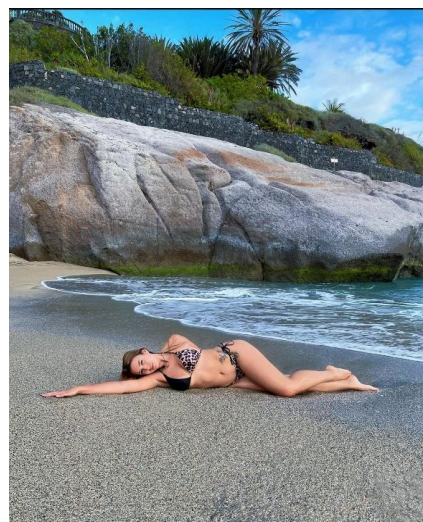


Рис 4.6 Конструювання «ідеального життя» через локацію та освітлення: 1 – міський пейзаж; 2 – пляжна фотосесія, використані матеріали авторської фотосесії

Аналіз двох фотографій демонструє як через вибір локації та освітлення конструюється образ «ідеального життя» в інстаграм. Перше фото на фоні Франкфурта з його величними небоскребами, де дівчина в червоному обтягуючому платті тримає келих вина, створює образ розкішного, успішного життя, а друге фото на пляжі в купальнику доповнює цю картину ідеєю безтурботного відпочинку та свободи. Таке позиціонування може мати руйнівний вплив на аудиторію: від розвитку синдрому FOMO (страху пропустити щось важливе) та постійного порівняння свого життя з «ідеальними» картинками до серйозного фінансового тиску через прагнення відтворити подібний спосіб життя. Особливо небезпечним є те, що такі фото створюють ілюзію, ніби щастя можливе лише в престижних локаціях та дорогих подорожах, знецінюючи повсякденні радощі та провокуючи людей витрачати гроші не на реальні потреби, а на створення «інстаграмного» контенту.

7. Пози та вирази обличчя (рис. 4.7).

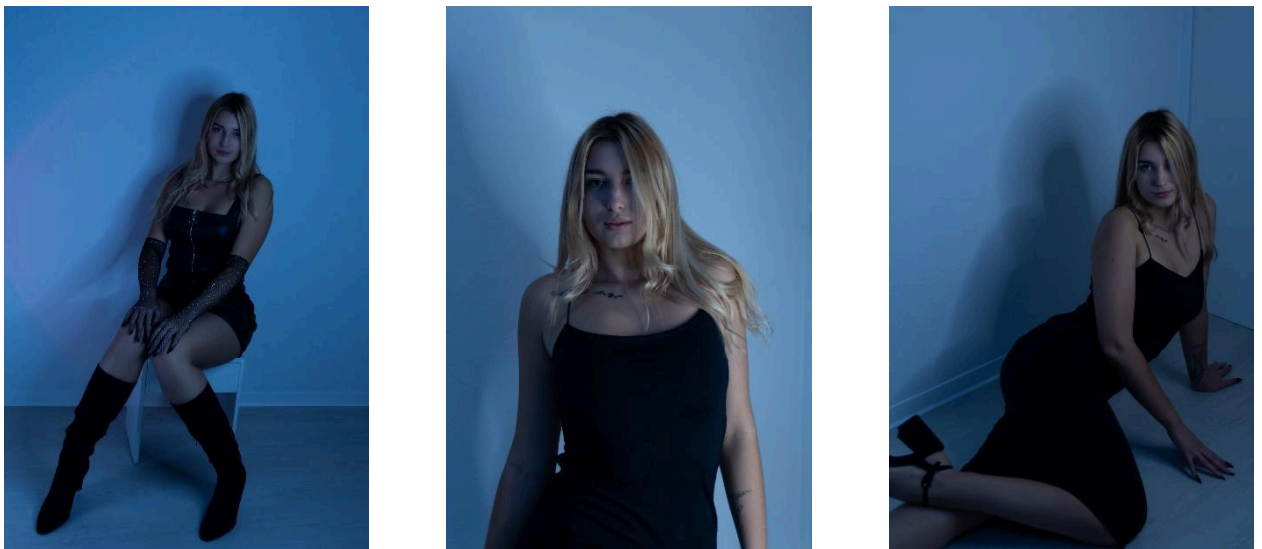


Рис 4.7 Стратегії сексуалізації через пози та міміку: три варіації позування для створення провокативного образу, використані матеріали авторської фотосесії

Три фотографії демонструють чітку стратегію сексуалізації жіночого образу через пози та вирази обличчя. На першому фото дівчина в шкіряному платті та рукавицях навмисно демонструє оголені ноги та звабливий погляд, створюючи образ, спрямований на привернення чоловічої уваги. Друге фото з грайливим виразом обличчя в профіль та третє, де дівчина лежить на підлозі зі спокусливим поглядом, продовжують цю лінію об'єктивації, де жіноче тіло та обличчя представлені виключно як об'єкт сексуального бажання. Таке позиціонування має серйозні наслідки: дівчата починають сприймати сексуалізовані пози та погляди як єдиний спосіб самовираження та отримання соціального схвалення, що призводить до ранньої сексуалізації, втрати власної ідентичності та можливих психологічних травм. Крім того, такі образи можуть провокувати небажану увагу, кібер-переслідування та створювати небезпечні ситуації в реальному житті. Особливо проблематичним є те, що подібні пози та вирази обличчя стають шаблоном для самопрезентації, де цінність жінки визначається виключно її здатністю виглядати сексуально привабливою, ігноруючи її особистісні якості, досягнення та інтелектуальний потенціал.

Практична частина дослідження конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографії демонструє глибокий та системний вплив соціальних мереж на сприйняття жіночої краси та тілесності. Через детальний аналіз різних аспектів конструювання образу - від базової обробки фото до складних маніпуляцій з тілом, обличчям, макіяжем та позуванням - дослідження розкриває механізми створення нереалістичних стандартів краси. Особливо цінним є те, що практична частина наочно демонструє різницю між реальністю та створеним образом, допомагаючи аудиторії розвивати критичне мислення та більш усвідомлено споживати контент у соціальних мережах.

Результати дослідження мають важливе практичне значення для різних вікових груп, особливо для молодшої аудиторії. Розуміння механізмів конструювання образів допомагає знизити психологічний тиск щодо

відповідності нереалістичним стандартам, зменшити ризик розвитку розладів харчової поведінки та проблем із самооцінкою. Крім того, дослідження привертає увагу до проблеми об'єктивації жіночого тіла та сексуалізації образів у соціальних мережах, що може стимулювати більш здорове та етичне використання платформ для самовираження. Важливо відзначити, що ця робота не лише критикує існуючі практики, але й пропонує шлях до більш усвідомленого та здорового споживання контенту, що може сприяти формуванню більш позитивного та реалістичного ставлення до власного тіла та зовнішності в цілому.

Висновки до розділу 4

На основі проведеного аналізу візуального контенту інстаграм-блогерок та практичного дослідження механізмів конструювання образу жіночого тіла можна зробити наступні висновки. Дослідження профілів впливових інстаграм-блогерок, як міжнародних (Кім Кардашьян, Аріана Гранде), так і українських (Юлія Верба, Анастасія Каменських), виявило домінування гіперсексуалізованих, ідеалізованих образів жіночого тіла. Всі досліджувані блогерки активно використовують цифрові інструменти обробки зображень для створення нереалістичних стандартів краси, що підтверджується детальним аналізом їхніх фотографій за визначеними критеріями – від зображення тіла до поз та виразів обличчя.

Практичний аналіз механізмів конструювання образу продемонстрував, як відбувається трансформація природного вигляду в «ідеальний» через різні етапи цифрової обробки. Особливо показовим є порівняння оригінальних фотографій з обробленими версіями, що наочно демонструє масштаби візуальних маніпуляцій. При цьому виявлено, що найбільш значні зміни стосуються пропорцій тіла, рис обличчя та текстури шкіри, що створює абсолютно нереалістичні стандарти краси.

Дослідження виявило системний характер проблеми – від використання спеціальних поз та ракурсів до складних багат шарових обробок за допомогою штучного інтелекту. Кожен елемент візуального контенту (одяг, макіяж, освітлення, фон) ретельно продуманий для створення ідеалізованого образу, що відповідає current beauty standards. Це призводить до формування викривленого сприйняття реальності, де природна краса знецінюється на користь штучно створених ідеалів.

Особливе занепокоєння викликає вплив таких практик на молоду аудиторію. Постійне споживання відретушованого контенту може призводити до розвитку комплексів, розладів харчової поведінки, зниження самооцінки та інших психологічних проблем. Крім того, надмірна сексуалізація та об'єктивація жіночого тіла в інстаграм-просторі створює небезпечні поведінкові патерни, особливо серед підлітків.

Результати дослідження підкреслюють необхідність розвитку критичного мислення при споживанні візуального контенту в соціальних мережах та важливість просвітницької роботи щодо реалістичних стандартів краси. Також актуальним є питання розробки етичних норм для блогерів щодо використання цифрової обробки зображень та відповідальності за вплив на аудиторію.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографії дозволяє зробити комплексні висновки щодо особливостей формування та репрезентації жіночої краси в сучасному цифровому просторі. У роботі успішно досягнуто мету, а всі поставлені завдання – виконано. Нами визначено специфіку процесів конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографіях і виявлено вплив цих образів на сприйняття жіночої краси та ідентичності в сучасному суспільстві.

Представимо основні результати нашого дослідження:

– Розглянуто основні поняття, концепції та методи, пов'язані з дослідженням фотографії. Зокрема, зазначено, що формування жіночого образу в медіа є багатограним процесом, в якому переплітаються соціальні, культурні та технологічні чинники. Нами визначено основні поняття дослідження («образ», «жіноче тіло», «інстаграм», «масова культура» та «фотографія»). Про ключові теоретичні підходи до вивчення формування жіночого образу, зокрема теорію соціалізації Чарльза Кулі, яка пояснює вплив соціальних факторів на формування особистості. Особливу увагу приділено конструктивістському підходу Пітера Бергера і Томаса Лукмана, що розглядає жіночий образ як соціальний конструкт. Проаналізовано феміністичні, культурологічні та психологічні теорії дослідження жіночого образу. Методологічну основу дослідження склали контент-аналіз зображень, дискурс-аналіз та квалітативне дослідження візуального контенту. Особливу увагу приділено розумінню ролі масової фотографії у формуванні жіночого образу та впливу соціальних мереж, зокрема інстаграму, на конструювання сучасних стандартів краси та гендерної ідентичності.

– На основі проведеного дослідження історії фотографії та її впливу на формування образу жінки було простежено еволюцію фотографічних технологій від камери-обскури та дагеротипу до сучасних цифрових технологій. З'ясовано, що перехід від ідеалізованих студійних портретів до

сучасних форм самовираження відкрив нові можливості для представлення жіночої суб'єктивності. Однак технологічний прогрес водночас посилив комерціалізацію стандартів краси, які часто залишаються стереотипними та обмежувальними. Аналіз історичних етапів, запропонованих *Naomi Rosenblum*, виявив трансформацію від ідеалізованих портретів ранньої фотографії (1850-1880-ті) через реалістичну (1880-1920-ті) та модерністську фотографію (1920-1960-ті) до феміністської фотографії (з 1960-х), яка критично переосмислює жіноче становище в суспільстві. Дослідження показало, як фотографія еволюціонувала від інструменту соціального контролю у XIX столітті до потужного засобу формування соціокультурних уявлень про жінку, що особливо помітно у роботах таких фотографів як Julia Margaret Cameron, Louis Daguerre та Richard Avedon. Аналіз сучасних соціокультурних аспектів фотографії виявив її подвійний вплив: сприяння руйнуванню гендерних стереотипів через мистецькі проекти та одночасну підтримку ідеалізованих стандартів краси в комерційній фотографії. Встановлено, що жіноче тіло в масовій фотографії стає багатофункціональним інструментом, який використовується для різних цілей – від маркетингу до соціального впливу, одночасно виступаючи критичним фактором у формуванні самоідентифікації та самооцінки жінок.

– Проведений аналіз сучасних тенденцій у формуванні уявлень про жіночу красу виявив істотну трансформацію стандартів під впливом цифрових технологій. Дослідження, базовані на працях Умберто Еко, Наомі Вульф та Ненсі Еткофф, показали як Instagram став ключовою платформою для конструювання та поширення стереотипних уявлень про жіночу красу, активно культивуючи нереалістичні стандарти зовнішності через струнке тіло, ідеальну шкіру та виразні риси обличчя. Дослідження цифрових інструментів, від традиційних фоторедакторів до технологій штучного інтелекту, продемонструвало їх визначальну роль у створенні ідеалізованих образів. Водночас виявлено зростання критичного ставлення до усталених стандартів краси та розвитку рухів за прийняття різноманіття тілесних форм,

що свідчить про поступову трансформацію суспільного сприйняття жіночої краси в бік більшої інклюзивності. Це дозволяє інстаграму стати не лише джерелом натхнення, але й простором для відкритої дискусії про важливість прийняття себе та інших у їхній автентичній красі.

– На основі проведеного аналізу профілів інстаграм-блогерок та розроблених критеріїв оцінювання візуального контенту було досліджено, як конструюється та представляється жіночий образ у соціальних мережах. Аналіз профілів міжнародних (Кім Кардашьян, Аріана Гранде) та українських (Юлія Верба, Анастасія Каменських) інфлюенсерок, створений за розробленими критеріями (зображення тіла, обличчя, макіяж, одяг/образ, фільтри та обробка, освітлення та фон, пози та вирази обличчя), виявив домінування гіперсексуалізованих, ідеалізованих образів жіночого тіла. Встановлено систематичне використання цифрової обробки фотографій для корекції пропорцій тіла, згладжування недоліків та створення ефекту ідеальної зовнішності. Дослідження показало, що візуальна подача тяжіє до об'єктивації жіночого тіла, представляючи його як сексуальний об'єкт, при цьому образи транслують тісний зв'язок ідеалів жіночої краси з атрибутами розкоші та успіху. Виявлено відсутність репрезентації різноманітності жіночої краси та домінування гомогенних, стандартизованих зразків привабливості, що може мати деструктивний вплив на сприйняття жіночої краси та ідентичності в суспільстві.

– Створено та проаналізовано серію фотографій, що демонструють механізми конструювання образу жіночого тіла в інстаграм та їх вплив на формування стандартів краси в соціальних мережах. Практичний аналіз, який охопив сім ключових категорій візуальної репрезентації (зображення тіла, обличчя, макіяж, одяг/образ, фільтри та обробка, освітлення та фон, пози та вирази обличчя), продемонстрував системний характер цифрових маніпуляцій із зовнішністю. Поетапне порівняння оригінальних фотографій з їх обробленими версіями виявило масштаби візуальних трансформацій - від базової кольорокорекції до складних AI-модифікацій, що створюють

радикально змінені образи. Дослідження показало, як через використання спеціальних поз, ракурсів, освітлення, локацій та цифрової обробки конструюється ідеалізований образ жіночого тіла, який часто є недосяжним у реальності. Виявлено серйозні соціально-психологічні наслідки таких практик, особливо для молодшої аудиторії. Постійне споживання відретушованого контенту створює значний психологічний тиск, може призводити до розвитку комплексів, розладів харчової поведінки, зниження самооцінки. Особливе занепокоєння викликає надмірна сексуалізація та об'єктивація жіночого тіла в інстаграм-просторі.

У цілому, результати дослідження мають важливе практичне значення та можуть бути використані для розробки рекомендацій щодо більш етичного використання цифрових інструментів обробки зображень, створення освітніх програм з медіаграмотності та формування більш здорового ставлення до стандартів краси в соціальних мережах.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білінська Н. П. Візуальна комунікація у соціальних медіа: фотографія і самопрезентація. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2018. 176 с.
2. Бурейчак Т. О. Криза маскулінності в теоретичній та емпіричній перспективі. Харків : Видавництво Райдер, 2008. 100 с.
3. Грисюк В. П. Репрезентація сексуальності в українських мас-медіа // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». Вип. 14. Харків, 2019. С. 19–26.
4. Захарченко С. О. Медіакультура та медіаграмотність в Україні: виклики та перспективи. Дніпро : Видавництво Дніпропетровського університету, 2019. 184 с.
5. Землюзюліна Н. І. Теоретико-методологічні та соціокультурні засади гендерної політики: світовий та вітчизняний досвід. Черкаси : Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, 2012. 36 с.
6. Зонтаг С. Про фотографію / пер. з англ. Київ : Основи, 2002. 189 с.
7. Маланчук Р. О. Жінка в історії. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2002. 336 с.
8. Маслова Ю. П. Моделі гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні. Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2016. 8 с.
9. Мироненко О. П. Використання фотографії в освітньому процесі через соціальні мережі. Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2017. 136 с.

10. Образи сучасності в гуманітарному знанні : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. / за заг. ред. Д. С. Файвішенко. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. 302 с.
11. Павленко Л. О. Селфі як форма самовираження в соціальних мережах. Київ : Київська школа, 2019. 160 с.
12. Ремесник Н. Ю. Особливості психологічної корекції самоприйняття людей з надмірною вагою : дис. ... канд. психол. наук. Київ : Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2023. 232 с.
13. Суковата В. Н. Інтернет у соціальних політиках і масовій свідомості: гендерний аналіз // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2004, №1. С. 89–102.
14. Batchen G. Each Wild Idea: Writing, Photography, History. Cambridge : The MIT Press, 2002. 248 p.
15. Berger J. Ways of Seeing: Based on the BBC Television Series. London : Penguin Books, 1990. 176 p.
16. Berger P., Luckmann T. The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge. New York : Open Road Media, 2011. 219 p.
17. Boyd D., Ellison N. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship // Journal of Computer-Mediated Communication. 2017, Vol. 13, No. 1. P. 210–230.
18. Ceulemans M., Fauconnier G. The Image, Role, and Social Conditions of Women. Unesco : Mass Media, 1979. 79 p.
19. Chesney R., Citron D. K. Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security // California Law Review. 2019. 64 p.
20. Cohen R., Newton-John T., Slater A. The Relationship Between Facebook and Instagram Appearance-Focused Activities and Body Image Concerns in Young Women // Body Image. 2017. Vol. 23. P. 183–187.
21. Collins D. The Story of Kodak. New York: Harry N. Abrams, 1990. 400 p.

22. Daguerre J. The History of the Diorama and the Daguerreotype. New York : Dover Publications, 1968. 324 p.
23. Danielle K., Robert C. Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security. California : Law Review, 2019. 107 p.
24. Dawkins R. The Selfish Gene. Oxford : Oxford University Press, 1976. 384 p.
25. Dijck J. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. New York : Oxford University Press, 2013. 240 p.
26. Eco U. On Beauty: A History of a Western Idea. London: MacLehose Press, 2010. 440 p.
27. Engeln R. Beauty Sick: How the Cultural Obsession with Appearance Hurts Girls and Women. New York: Harper Collins, 2018. 400 p.
28. Etcoff N. Survival of the Prettiest: The Science of Beauty. New York : Knopf Doubleday Publishing Group, 2000. 336 p.
29. Fardouly J., Vartanian L. R. Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions // Current Opinion in Psychology. 2016. Vol. 9. P. 1–5.
30. Gernsheim H. A Concise History of Photography. New York: Dover Publications, 1986. 314 p.
31. Golden C. Images of the Woman Reader in Victorian British and American Fiction. University Press of Florida, 2003. 320 p.
32. Jurgenson N. The social photo: on photography and social media. New York : Verso Books, 2019. 234 p.
33. Knobel M., Lankshear C. A New Literacies Sampler. New York : Peter Lang, 2007. 360 p.
34. Langford M. Story of Photography: From Its Beginnings to the Present Day. Focal Press, 1997. 216 p.
35. Leaver T., Highfield T., Abidin C. Instagram: visual social media cultures. Cambridge : Polity Press, 2020. 264 p.

36. Marien M. W. *Photography: A Cultural History*. London: Laurence King Publishing, 2014. 568 p.
37. Marwick A. *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. New Haven : Yale University Press, 2015. 368 p.
38. McCauley A. *Industrial Madness: Commercial Photography in Paris 1848-1871*. New Haven : Yale University Press, 1994. 464 p.
39. Michaels B. *Gertrude Käsebier: The Photographer and Her Photographs*. New York: Harry N. Abrams, 1992. 192 p.
40. Mitchell J. *Women: The Longest Revolution : Essays on feminism, literature, and psychoanalysis*. London : Virago, 1986. 335 p.
41. Newhall B. *The History of Photography: From 1839 to the Present*. New York: The Museum of Modern Art, 1982. 320 p.
42. Rosenblum N. *A History of Women Photographers*. New York : Abbeville Press, 2010. 400 p.
43. Shifman L. *Memes in Digital Culture*. Cambridge : MIT Press, 2013. 166 p.
44. Smith L. *The Politics of Focus: Women, Children and Nineteenth-Century Photography*. Manchester: Manchester University Press, 1998. 200 p.
45. Tiggemann M., Zaccardo M. 'Strong is the New Skinny': A Content Analysis of Fitspiration Images on Instagram // *Journal of Health Psychology*. 2018. Vol. 23(8). P. 1003–1011.
46. Turkle S. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York : Basic Books, 2011. 384 p.
47. Wells L. *Photography: A Critical Introduction*. London ; New York : Routledge, 2015. 424 p.
48. Wolf N. *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women* . New York : Harper Perennial, 2002. 368 p.

Досліджувані джерела

49. Акімова Л. Н. Гендерні стереотипи і гендерна ідентичність особистості. 2012. URL : <http://journals.uran.ua/index.php/2227-6246/article/view/160526/159714> (дата звернення: 01.12.2024).
50. Бежан-Волк І. Гендерні дослідження: актуальні проблеми і перспективи розвитку. 2005. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/42969/06-Bezhan-Volk.pdf?sequence=1> (дата звернення: 01.12.2024).
51. Воронецька А. А. Репрезентація жіночого тіла у феміністському перформансі на прикладах творчості Марії Куліковської та Марії Прошковської. URL : <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/7e43e8ba-691f-4388-8c4b-68aa1724d829/content> (дата звернення: 01.12.2024).
52. Дослідження феномену соціалізації в наукових концепціях розвитку особистості. URL : <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/6420/1/%D0%94%D0%9E%D0%A1%D0%9B%D0%86%D0%9487.pdf> (дата звернення: 01.12.2024).
53. Енциклопедія кругосвіт. URL : https://www.krugosvet.ru/enc/nauka_i_tehnika/astronomiya/GERSHEL_DZHON_FREDERIK_VILYAM.htm (дата звернення: 01.12.2024).
54. Зонтаг С. Про фотографію. URL : <https://litfond.net/b/126764> (дата звернення: 01.12.2024).
55. Інстаграм-сторінка Анастасії Каменських. URL : <https://www.інстаграм.com/kamenskikh/> (дата звернення: 01.12.2024).
56. Інстаграм-сторінка Аріани Гранде. URL : <https://www.інстаграм.com/arianagrande/> (дата звернення: 01.12.2024).
57. Інстаграм-сторінка Кім Кардаш'ян. URL : <https://www.інстаграм.com/kimkardashian/> (дата звернення: 01.12.2024).
58. Інстаграм-сторінка Емілі Ратаковськи URL : <https://www.instagram.com/emrata/> (дата звернення: 01.12.2024).

59. Інстаграм-сторінка Юлії Верби. URL : <https://www.інстаграм.com/verbaaaa.verbaaa/> (дата звернення: 01.12.2024).
60. Історичний контекст розвитку фотожурналістики як основа для вивчення її сучасної жанрово – видової класифікації. URL : <https://social-science.uu.edu.ua/article/866> (дата звернення: 01.12.2024).
61. Камера-обскура або з чого все починалось? URL : <http://surl.li/moqmnб> (дата звернення: 01.12.2024).
62. Королева це ненавиділа: грудне вигодовування у Вікторіанську епоху. URL : <https://was.media/microformats/grudne-vigodovuvannja-u-viktoriansku-epohu/> (дата звернення: 01.12.2024).
63. Макаруч Н. Традиційна та масова культури: компаративний аналіз. URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/32258376.pdf> (дата звернення: 01.12.2024).
64. Онлайн додаток для покращення якості. URL : <https://remini.ai/> (дата звернення: 01.12.2024).
65. Ричард Аведон «Людина-легенда». URL : <http://www.lookatme.ru/low/obschestvo/biografii/63203-richard-avedon-chelovek-legenda> (дата звернення: 01.12.2024).
66. [Сара Бернар] : Sarah Bernhardt // Find a Grave. URL : <https://www.findagrave.com/memorial/1333/sarah-bernhardt> (дата звернення: 01.12.2024).
67. Сутність поняття «Методи дослідження». URL : <https://studies.in.ua/ekzamen-pedagogika/1404-sutnst-ponyattya-metodi-doslidzhennya.html> (дата звернення: 01.12.2024).
68. Фільм «Щоденник бріджит джонс». URL : <https://uafix.net/films/bri-dzhit-dzhons-1/> (дата звернення: 01.12.2024).
69. Фотопраці Louis Daguerre. URL : <https://www.gettyimages.de/fotos/louis-daguerre> (дата звернення: 11.04.2024).
70. AerieREA. URL : <https://www.ae.com/aerie-real-life/> (дата звернення: 01.12.2024).

71. Boulevard du Temple by Daguerre. URL : <https://smarthistory.org/daguerre-paris-boulevard/> (дата звернення: 01.12.2024).

72. Chimamanda Ngozi Adichie: Gender representation of chimamanda ngozi adichie in «We should all be feminists». URL : https://www.academia.edu/50313118/Gender_Representation_of_Chimamanda_Ngozi_Adichie_in_We_Should_All_Be_Feminists_?sm=b (дата звернення: 01.12.2024).

73. George Eastman. URL : <https://www.kodak.com/en/company/page/george-eastman-history/> (дата звернення: 01.12.2024).

74. John Sloan: wikipedia. URL : https://en.wikipedia.org/wiki/John_Sloan (дата звернення: 01.12.2024).

75. Mass media: the image, role and social conditions of women. URL : <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/9216> (дата звернення: 01.12.2024).

76. Portrait of Miss Jones. URL : https://archive.artic.edu/stieglitz/portfolio_page/portrait-of-miss-jones-c-1899/ (дата звернення: 01.12.2024).

77. Study Shows How Body Dissatisfaction Can Lead To Eating Disorders. URL : <https://news.osu.edu/study-shows-how-body-dissatisfaction-can-lead-to-eating-disorders/> (дата звернення: 01.12.2024).

78. The social construction of reality. URL : https://web.archive.org/web/20191009202613id_/http://perflensburg.se/Berger%20social-construction-of-reality.pdf (дата звернення: 01.12.2024).

79. U-magazine голоїна сторінка : мода та тренди URL : <https://umagazine.ru/moda/trends/kim-kardashyan-porazila-poklonnikov-idealnoy-figuroy-v-prozrachnom-plate/> дата звернення: 01.12.2024).

80. William Henry Fox Talbot. URL : <https://www.gettyimages.at/detail/nachrichtenfoto/c-1836-william-henry-fox-talbot-english-1800-1877-3-7-nachrichtenfoto/1487013724?adppropup=true> (дата звернення: 01.12.2024).

81. Women: the Longest Revolution URL: https://platypus1917.org/wp-content/uploads/readings/mitchelljuliet_womenlongestrevolution_nlr40.pdf (дата звернення: 01.12.2024).

Фоторедактори, що проаналізовані у проєкті

82. Adobe Lightroom : Професіональний фоторедактор. URL : <https://lightroom.adobe.com/libraries/a566dacdfd6a4b239aa9ece10d2db02f/assets?panel=organize> (дата звернення: 01.12.2024).

83. Bodytune : Додаток №1 для ретушування фотографій. URL : <https://bodytuneapp.com/> (дата звернення: 01.12.2024)

84. FaceApp : Найпопулярніший редактор селфі. URL : <https://www.faceapp.com/> (дата звернення: 01.12.2024)

85. Facetune : Найкращі інструменти редагування для створення чудового контенту. URL : <https://www.facetuneapp.com/> (дата звернення: 01.12.2024).

86. Lensa AI : впливові особи – найкращий секрет. URL : <https://lensa.app/> (дата звернення: 01.12.2024).

87. Photoshop Camera: Додаток для iPhone, iPad і Android. URL : <https://www.heise.de/download/product/adobe-photoshop-camera> (дата звернення: 01.12.2024).

88. PhotoWonder: Photo Editor. URL : <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.photowonder.perfectcam> (дата звернення: 01.12.2024).

89. RetouchMe : Професійна ретуш фотографій за один клік! URL : <https://retouchme.com/uk> (дата звернення: 01.12.2024).

90. Snapseed : [Графічний редактор]. URL : <https://www.pcmag.com/reviews/snapseed-for-iphone> (дата звернення: 01.12.2024).

АНОТАЦІЯ

Бакал А. О. Конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографії. – Кваліфікаційна наукова праця на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 061 Журналістика, освітньо-професійною програмою “Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика”. – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України, Харків, 2024 (на правах рукопису).

У кваліфікаційній роботі (інноваційному магістерському проєкті) досліджено процеси конструювання образу жіночого тіла в інстаграм-фотографіях та їхній вплив на сприйняття жіночої краси й ідентичності в сучасному суспільстві. Встановлено, як цифрові технології й платформи соціальних медіа формують ідеалізовані образи, що впливають на самооцінку жінок. Дослідження базується на контент-аналізі, дискурс-аналізі візуального контенту й порівняльному аналізі профілів українських блогерок і міжнародних селебріті. Теоретичною базою роботи є праці з соціології, культурології й гендерних студій. Використано наукові ідеї Susan Sontag, Mary Ann Mozley, Christine Woyshner, Chimamanda Ngozi Adichie, John Berger, Vandebosch & Eggermont, що стали ключовими для формування концептуальної основи дослідження. У роботі проведено аналіз механізмів впливу інстаграм-фотографій на психологічне самосприйняття жінок і запропоновано критерії для оцінки контенту. Практична частина включає авторську фотосесію (n=19, у 7 категоріях: тіло, обличчя, макіяж, одяг/образ, фільтри та фон, пози; та їхню поетапну обробку з використанням сучасних методів цифрової модифікації, зокрема базової кольорокорекції, ретуші та AI-обробки), що ілюструє механізми конструювання образу жіночого тіла в інстаграмі.

Проєкт складається зі вступу, 4-х розділів (у т. ч. 12-ти підрозділів), висновків, списку використаних джерел (90 найменувань, з них 34 – іноземними мовами, 32 – аудіовізуальні джерела). Робота містить 4 таблиці та 18 рисунків. Загальний обсяг проєкту – 88 сторінок (з них основна частина – 80 сторінок).

Ключові слова: візуальна культура, жіноче тіло, інстаграм, соціальні медіа, стереотипи, стандарти краси, цифрові технології.

ABSTRACT

Bakal A. Constructing the Image of a Woman's Body in Instagram Photography.– Qualifying scientific work for a master's degree in specialty 061 Journalism, educational and professional program “Audiovisual Media and Digital Journalism.” – V. N. Karazin Kharkiv National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kharkiv, 2024 (*on the rights of the manuscript*).

The qualifying work (innovative Master's project) investigates the processes of constructing the image of the female body in Instagram photography and its impact on the perception of female beauty and identity in contemporary society. It identifies how digital technologies and social media platforms shape idealized images that influence women's self-esteem. The research is based on content analysis, discourse analysis of visual content, and comparative analysis of profiles of Ukrainian bloggers and international celebrities. The theoretical basis of the work is works in sociology, cultural studies, and gender studies. The scientific ideas of Susan Sontag, Mary Ann Mozley, Christine Woyshner, Chimamanda Ngozi Adichie, John Berger, Vandebosch & Eggermont were instrumental in forming the conceptual framework of the research. The study provides an in-depth analysis of the mechanisms by which Instagram photography affects women's psychological self-perception and offers criteria for evaluating visual content. The practical part includes an author's photo shoot (n=19, in 7 categories: body, face, makeup, clothing/image, filters and background, poses; and their step-by-step processing using modern digital modification methods, including basic color correction, retouching, and AI processing), which illustrates the mechanisms of constructing the image of the female body on Instagram.

The project consists of an introduction, four sections (including 12 subsections), conclusions, and references (90 sources, 34 of which are in foreign languages, 32 audiovisual materials). The work contains 4 tables and 18 figures. The total volume of the project amounts to 88 pages, with 80 pages locating the main part.

Keywords: beauty standards, digital technologies, female body, Instagram, social media, stereotypes, visual culture.