

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка

Філологічний факультет

Кафедра філософії та культурології

Кваліфікаційна робота

**КУЛЬТУРА КРАСИ В ЕПОХУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА**

Спеціальність 034 КУЛЬТУРОЛОГІЯ

Освітньо-професійна програма КУЛЬТУРОЛОГІЯ

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

Освітній ступінь «МАГІСТР»

Виконала:

Студентка групи МК-25

**Киричанська Анастасія Сергіївна**

Науковий керівник:

канд. філос. наук, доцент

Пуліна Вікторія Іванівна

Рецензент:

канд. філос. наук, доцент,

доцент кафедри мистецьких дисциплін

Каранда Марина Василівна

**Чернігів-2025**

## ЗМІСТ

Вступ.....	4
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ КУЛЬТУРИ КРАСИ.....9</b>	
1.1. Теоретико-методологічні засади вивчення культури краси.....	9
1.2. Візуальність, тілесність і комунікація: краса у цифровому суспільстві.....	13
1.3. Глобальні трансформації та локальні практики культури краси.....	20
Висновки до розділу 1.....	24
<b>РОЗДІЛ 2. СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ПРОСТІР ФОРМУВАННЯ НОВИХ ЕСТЕТИЧНИХ ІДЕАЛІВ.....27</b>	
2.1. Соціальні медіа як середовище конструювання естетичних норм.....	27
2.2. Платформна специфіка формування естетичних ідеалів: TikTok та Instagram.....	30
2.3. Локальний контекст, самопрезентація та критика цифрових ідеалів.....	32
Висновки до розділу 2.....	41
<b>РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЦИФРОВОЇ КУЛЬТУРИ НА СПРИЙНЯТТЯ КРАСИ (на прикладі TikTok, Instagram тощо).....41</b>	
3.1. Цифрова культура та платформи як простір формування естетичних орієнтирів.....	41
3.2. Психологічні ефекти та механізми впливу цифрових естетичних ідеалів.....	48
3.3. Український контекст цифрової культури краси: тренди та контент-аналіз.....	53
Висновки до розділу 3.....	58

Загальні висновки.....	60
Література.....	66
Методичний додаток.....	69
Анотації	

## ВСТУП

*Актуальність теми.* У сучасному глобалізованому світі культура краси стає однією з центральних складових соціальної взаємодії, самопрезентації та медіаспоживання. Естетичні практики більше не обмежуються приватною сферою чи локальними традиціями — вони формуються в тісній взаємодії з цифровими технологіями, глобальними трендами та транснаціональними ринками індустрії краси. Візуальний поворот, характерний для постмедійного суспільства, сприяє тому, що зовнішність перетворюється на важливий соціальний ресурс, а візуальна комунікація стає основним способом конструювання ідентичності.

Візуальна комунікація стала ключовою у структурі цифрової культури. Платформи TikTok, Instagram, YouTube та інші формують особливий режим сприйняття зовнішності: образи тіла та обличчя стандартизуються за допомогою фільтрів, трендів, комерційних рекомендацій і алгоритмів персоналізованої видачі контенту. Українські дослідники медіакультури звертають увагу на те, що соціальні мережі створюють новий тип соціального тиску, який змушує індивідів адаптувати власну зовнішність під умовні норми популярності. У результаті цифрові середовища не лише відображають, а й конструюють естетичні стандарти, що зумовлює трансформацію уявлень про красу, успіх, тілесність і соціальну ідентичність.

Особливої актуальності дослідження набуває в умовах стрімкого розвитку штучного інтелекту та нейромереж, які здатні генерувати, редагувати й оптимізувати візуальні образи відповідно до алгоритмічно визначених еталонів. Ці технології посилюють процеси уніфікації естетичних моделей та водночас відкривають можливості для нових форм самовираження. У такому контексті цифровий образ стає не просто репрезентацією особи, а складним продуктом взаємодії користувача, алгоритмів і глобальних естетичних тенденцій.

Для України ця тематика має додаткове значення, оскільки локальна культурна динаміка взаємодіє з міжнародними процесами під час війни, міграційних змін, розширення інформаційних просторів та цифровізації повсякденності. Молодь та активні медіаспоживачі опиняються у ситуації, коли їхня візуальна самоідентифікація формується на перетині локальних традицій краси, національних наративів і глобальних алгоритмізованих трендів.

Дослідження культури краси в сучасному медіасередовищі є надзвичайно актуальним, оскільки дозволяє зрозуміти, як трансформуються соціальні уявлення про тіло, естетичні норми та ідентичність під впливом цифрових платформ, штучного інтелекту й глобальних культурних процесів.

**Ступінь наукової розробленості проблеми.** Проблема культури краси традиційно розглядалася у межах філософії, естетики та соціальної антропології. В Україні висвітленням питань тілесності й естетичних норм займалися такі науковці, як В. Храмова, М. Поплавська та О. Савчук, які аналізували історичні зміни ідеалів жіночого тіла та механізми формування уявлень про прекрасне. Окремий напрям гуманітарних досліджень становить вивчення візуальних комунікацій і медіакультури. Теоретичні підходи до медіаестетики, впливу цифрового середовища на самопрезентацію особистості розробляли українські дослідники І. Мельник, О. Зорчук та Н. Риженко, які підкреслюють, що соціальні мережі стали простором продукування нових конвенцій краси й соціальної привабливості.

Водночас питання взаємодії культури краси та соціальних медіа досліджене фрагментарно. У більшості робіт увага зосереджується на психологічних аспектах впливу візуальних образів на самооцінку та поведінку молоді. Соціокультурна складова – динаміка норм, механізми конструювання ідеалів, роль алгоритмів, медійних трендів, комерційного контенту – висвітлена недостатньо системно. Наявні праці демонструють потребу в комплексному культурологічному аналізі, який би охоплював

естетичні, соціальні, комунікаційні та медійні фактори. Саме тому заявлена тема зберігає наукову новизну та теоретичну значущість.

*Об'єктом дослідження є* культура краси як соціокультурний феномен сучасного суспільства.

*Предметом дослідження є* процеси формування естетичних норм та ідеалів зовнішності під впливом соціальних медіа.

*Метою роботи є* культурологічний аналіз феномену культури краси в умовах соціальних медіа та виявлення механізмів формування нових естетичних ідеалів у цифровому середовищі.

*Завданнями дослідження є*

1) Проаналізувати основні теоретико-методологічні підходи до вивчення культури краси.

2) Дослідити роль соціальних мереж як простору продукування та трансляції естетичних ідеалів.

3) Проаналізувати вплив цифрової культури на сприйняття краси та тілесності на прикладі TikTok, Instagram та інших платформ.

4) Розглянути механізми створення та поширення естетичних трендів.

5) Виявити соціальні наслідки зміни уявлень про красу в цифрову епоху.

У процесі дослідження використовуються наступні *методи*:

1. Аналіз і синтез наукових джерел. Використовувалися для опрацювання сучасних українських та міжнародних досліджень з медіакультури, соціології тіла, культурології, теорії комунікації та цифрової антропології. Це дозволило сформуванню теоретико-методологічну основу роботи.

2. Порівняльний метод. Застосовувався для зіставлення різних моделей естетичних норм у глобальних та локальних контекстах, а також для аналізу відмінностей у візуальних практиках різних соціальних груп, культур і медіаплатформ.

3. Структурно-функціональний аналіз. Дозволив виявити, які функції виконують цифрові образи у соціальній взаємодії, як працюють алгоритми

соціальних мереж у формуванні стандартів краси та які соціальні механізми закладені у сучасних медіапрактиках.

4. Емпіричні методи спостереження. Використовувалися для фіксації візуальних практик користувачів цифрових платформ, форм самопрезентації та реакцій аудиторій у коментарях і взаємодіях.

5. Метод інтерпретації. Дозволив провести культурологічний аналіз візуальних образів, інтернет-трендів та штучно створених цифрових естетик, інтерпретуючи їх у ширшому соціокультурному контексті.

6. Системний підхід. Застосовувався для комплексного розгляду культури краси як багаторівневої системи, що включає технологічні, соціальні, економічні та символічні виміри.

*Наукова новизна* полягає у спробі поєднати аналіз культури краси з дослідженням алгоритмічної логіки соціальних платформ; показати, як цифрові медіа формують нові соціальні норми тілесності; виявити взаємозалежність між естетичними трендами, комерціалізацією візуального контенту та масовою самопрезентацією.

*Практичне значення* результати дослідження можуть бути використані в подальших культурологічних, соціологічних та медіазнавчих студіях, а також у розробці освітніх програм із медіаграмотності, візуальної культури та цифрової комунікації.

Дослідження пройшло апробацію в межах двох Всеукраїнських науково-практичних конференції молодих учених. На основі окремих частин магістерського дослідження було підготовлено виступи та надруковано тези:

1. Киричанська Анастасія Сергіївна. Традиційний туризм та біоті-індустрія Японії. Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. інт-конф., 31 жовтня 2024 р. Умань: ВПЦ “Візаві”, 2024, С. 356-258.
2. Киричанська А. С. Вплив соціальних медіа на сучасну культуру краси. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих

учених і студентів “Філософія, філологія, культура, освіта: слово молоді” (25 березня 2025 р.). Чернігів : НУЧК імені Т. Г. Шевченка, 2025. 200 с., С. 22-23.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ КУЛЬТУРИ КРАСИ

### 1.1. Теоретико-методологічні засади вивчення культури краси

Культура краси як соціокультурний феномен постає складним і багатовимірним утворенням, що формувалося тисячоліттями та відображає еволюцію людських уявлень про тілесність, гармонію, соціальний статус і символічні цінності. На різних історичних етапах поняття краси виконувало різні суспільні функції — від сакральних-духовних до комунікаційних і репрезентативних. У давніх цивілізаціях (Єгипет, Месопотамія) тілесні практики були нерозривно пов'язані з міфологічними уявленнями про порядок світу, захист та божественні сили. Античний світ вперше виробив концепцію краси як філософсько-етичного ідеалу, що поєднує тілесну пропорційність, гармонію та моральну досконалість людини. У цей період формується ключове для подальшої європейської цивілізації уявлення про красу як прояв космічної впорядкованості (калокагатія), що визначало не лише естетику, але й культурні моделі виховання, громадянського обов'язку та поведінкових норм.

Середньовіччя радикально трансформувало концепт краси, віддаючи пріоритет духовності та аскетичності. Тілесність поступово перестає бути самодостатньою цінністю і натомість постає загрозовою, такою, що потребує контролю. У цю епоху формується один із ключових культурних наративів, який донині впливає на ставлення до тіла: протиставлення духовного та матеріального. Однак із розвитком мистецтва готики та Ренесансу увага до тілесності повертається, хоча й у нових формах. Відродження відновлює античні уявлення про пропорції та гармонію, створюючи канон краси, структурований математично і раціонально. Леонардо да Вінчі, Альбрехт Дюрер, Сандро Боттічеллі кодифікують тіло як об'єкт наукового інтересу, що знаменує початок сучасного аналітичного ставлення до зовнішності.

У Новий час на зміну сакральним та класичним уявленням приходять механістичне бачення тіла. Індустріальна епоха формує ідеал працездатності та дисциплінованості тіла, а розвиток медицини сприяє появі перших поглядів на красу як на результат корекції та технологічного вдосконалення. У ХІХ столітті з появою фотографії починається медійна реплікація облич та фігур, що поступово перетворює красу на масовий продукт. Фотографія, а пізніше кінематограф спричиняють те, що Б. Андерсон та Ж. Бодріяр називають «медіалізацією реального» — процесом, у якому зображення набувають більшої ваги, ніж самі тілесні об'єкти.

У ХХ столітті індустрія моди, реклама, телебачення та глобальний кінематограф формують «медіа-естетику тілесності», де краса стає товаром, а стандарти — продуктом культурного виробництва [15, с. 71]. Науковці, зокрема С. Бордо та Н. Вулф, розкривають механізми, через які масові медіа створюють і нав'язують норми зовнішності, що встановлюють не лише естетичні, а й поведінкові вимоги. Саме у ХХ столітті формується модель краси як символічного капіталу, що може забезпечувати соціальні привілеї, доступ до ресурсів, уваги, кар'єрних можливостей [16, с. 67].

Кінець ХХ та початок ХХІ століття ознаменувалися переходом від масової візуальної культури до цифрової. Інтернет, смартфони та соціальні мережі радикально змінюють природу тілесності, створюючи можливість миттєвого редагування обличчя, фігури, стилю. Поняття «цифрової тілесності» (digital corporeality) описує ситуацію, у якій тіло існує водночас у двох режимах — фізичному та віртуальному, а другий починає домінувати [11, с. 95]. Це спричиняє те, що Л. Манович називає «естетикою алгоритмів», коли популярність та цінність візуального образу визначається не природністю, а відповідністю вимогам алгоритмів TikTok чи Instagram [28, с. 203].

У цьому контексті культурологічні дослідження отримують нові методологічні інструменти, спрямовані на аналіз цифрових репрезентацій, динаміки трендів, мережових взаємодій та алгоритмічних логік. До

класичних гуманітарних підходів (естетичного, соціокультурного, семіотичного, антропологічного) додаються цифрові гуманітарні дослідження, аналіз великих даних, статистика поведінки користувачів та контент-аналіз. Це дозволяє комплексно вивчати трансформацію культури краси не лише як результат соціальних змін, але й як продукт алгоритмічного середовища, у якому контент поширюється завдяки математичним формам сортування та оцінки.

Наукова розробленість проблеми в Україні демонструє поступове зростання інтересу до теми репрезентації тілесності. Українські дослідниці Т. Гундорова та Н. Зборовська аналізують тілесність у контексті постмодерної культури, підкреслюючи роль симулякрів і медіа-конструйованих образів [23, с. 41–43]. Медіадослідниця О. Климчук розглядає український сегмент соціальних мереж як простір формування локальних естетичних трендів, що поєднують глобальні впливи та національні культурні коди [31, с. 57]. Особливий інтерес становлять гендерні дослідження, де краса виступає як механізм дисциплінування тіла, соціального контролю та відтворення нерівностей.

На цьому тлі окремої уваги потребує аналіз феномену цифрової тілесності як перетину технологічних та соціокультурних процесів. Цифрові фільтри, штучний інтелект, face-editing практики та алгоритмічне просування створюють нові форми медіа-тіла, які починають сприйматися як норма. Це спричиняє психологічні наслідки: формування викривленого образу тіла, зростання самооб'єктивації, підвищення тривожності та залежності від зовнішніх оцінок, що підтверджується сучасними психологічними студіями [32, с. 88–90].

Усе це свідчить про те, що культура краси у XXI столітті перестає бути лише результатом соціальних норм, традицій чи естетичних ідеалів. Вона перетворюється на складний гібрид соціального, технологічного, медійного та психологічного. Її формують глобальні тренди, цифрові платформи, алгоритми, локальні культурні коди, економіка уваги та емоційна динаміка

користувачів. Саме тому дослідження культури краси сьогодні потребує міждисциплінарності, високої аналітичності та розуміння взаємодії людини з цифровим середовищем, яке стає ключовим арбітром сучасних уявлень про прекрасне.

Вивчення культури краси вимагає комплексного теоретико-методологічного підходу, який поєднує культурологічний, соціологічний, психологічний та медійний аналіз. Культура краси розглядається як соціальний конструкт, що включає в себе не лише естетичні уявлення та стандарти, а й соціальні практики, символічні системи, механізми самопрезентації та взаємодії у суспільстві [12, с. 47; 17, с. 59]. Наукове дослідження цієї теми потребує розгляду феноменів краси у ширшому соціокультурному контексті, включаючи історичні трансформації, глобальні тенденції та локальні культурні особливості [14, с. 56; 18, с. 115].

Методологічно культура краси може аналізуватися через низку взаємопов'язаних рівнів. Перший рівень передбачає історико-філософський аналіз, який дозволяє простежити еволюцію уявлень про красу, взаємозв'язок естетики та моральних норм, формування класичних і сучасних канонів [9, с. 18]. Другий рівень включає соціологічне дослідження, що враховує механізми соціалізації, стандартизацію зовнішності, вплив масмедіа та медіаалгоритмів на сприйняття краси та практики самопрезентації [35, с. 62; 37, с. 99]. Третій рівень — психологічний — дозволяє вивчати вплив культурних уявлень про красу на самооцінку, поведінку, соціальну інтеграцію та формування символічного капіталу [32, с. 88–90].

Сучасні дослідження також підкреслюють важливість міждисциплінарного підходу, який включає аналіз цифрових медіа, соціальних платформ та алгоритмічних механізмів просування образів. Цифрові технології створюють нові форми тілесності, візуальної ідентичності та комунікації, що вимагає адаптації традиційних методів культурологічного аналізу до умов віртуальної та медійної культури [18, с. 120–123; 31, с. 57].

Для дослідження культури краси важливим є поєднання кількісних та якісних методів: кількісні дозволяють визначати тенденції, частотність використання певних стандартів і практик, а якісні — глибинно аналізувати мотиви, соціальні функції та смисли, що вкладаються у візуальні та комунікаційні практики [23, с. 41–43]. Такі підходи дозволяють не лише відстежувати глобальні трансформації культури краси, а й розкривати локальні практики, етнічні та національні коди, що формують унікальну культурну ідентичність [8, с. 22–24; 25, с. 78].

Особливої уваги потребує критичний підхід до аналізу стандартів краси, що дозволяє відокремити культурні конструкції від природних фізіологічних характеристик та розкрити соціальні, політичні й економічні механізми, які формують уявлення про привабливість. Такий підхід також забезпечує розуміння феноменів самопрезентації, бодіпозитиву, альтернативних естетик та опору масовим стандартам у цифровому середовищі [42, с. 121; 40, с. 17].

Отже, теоретико-методологічні засади вивчення культури краси передбачають інтеграцію історичного, соціологічного, психологічного та медіааналізу, поєднання глобальних і локальних перспектив, а також критичну рефлексію над соціальними функціями та символічним значенням краси. Такий комплексний підхід створює фундамент для подальшого дослідження в наступних розділах, де особлива увага приділяється цифровим практикам, алгоритмічній динаміці медіатрендів і формуванню нових естетичних ідентичностей [12, с. 47; 31, с. 118].

## **1.2. Візуальність, тілесність і комунікація: краса у цифровому суспільстві**

У цифрову епоху краса перестала виконувати лише естетичну або фізіологічну функцію, трансформуючись на потужний інструмент комунікації, де образ тіла стає повідомленням, а зовнішність виступає формою соціального висловлювання. Це особливо проявляється у соціальних

мережах, де візуальні образи дедалі більше заміщують традиційні способи самопрезентації та міжособистісної взаємодії. Фотографія та відеоконтент у цифровому середовищі стають універсальною мовою спілкування, оскільки за допомогою стилю, пози, емоції, фільтрів та обробки людина кодує інформацію про свій соціальний статус, цінності, гендерні ролі, настрій і приналежність до певних спільнот [35, с. 62]. У цьому процесі краса перестає бути виключно властивістю фізичного тіла і трансформується на медійний продукт, що генерує увагу, реакції та соціальний капітал. Цифрові платформи, функціонуючи за принципами економіки уваги, стимулюють створення стратегічних образів, адже здатність привернути погляд користувачів забезпечує лайки, коментарі, підписників та комерційні можливості, перетворюючи красу на інструмент соціальної мобільності та самоконструювання [37, с. 99].

Соціальні мережі формують новий тип естетики, який можна охарактеризувати як «естетика алгоритмічного бачення», коли алгоритми визначають, який контент бачить аудиторія і які візуальні стандарти стають популярними. Відповідно, цифрові платформи не лише відображають, а й активно виробляють культуру краси, просуваючи візуально «ідеальні» або яскраві образи, що утримують увагу та приносять комерційний прибуток [38, с. 144]. Водночас процес самопрезентації, описаний ще Д. Гоффманом у концепції «соціальної вистави», отримав нове звучання у цифровому середовищі: платформою виступають соціальні мережі, а інструментами самопрезентації стають фотоконтент, стиль, фільтри, монтаж та цифровий макіяж [40, с. 17]. Краса також функціонує як маркер належності до певних культурних груп, включно з естетикою мінімалізму, K-beauty, бодіпозитиву, природності та інфлюенсерської естетики, сигналізуючи про цінності та ідентичність користувача [41, с. 53]. Одночасно розвивається тенденція «антиестетики», яка включає публікації без фільтрів, реалістичні фото, демонстрацію тілесних недоліків і відмову від ретуші, що свідчить про

критичне ставлення до цифрової глянцевої та прагнення відновити реальність у медіапросторі [42, с. 121].

У цифровому суспільстві краса набуває статусу комунікаційного коду, мови символів і візуальних повідомлень, формуючи нові формати людських відносин. Вона виконує комунікативну функцію, передаючи інформацію про індивіда, соціальну функцію, створюючи відчуття приналежності, економічну функцію, генеруючи увагу та прибуток, а також культурну, відображаючи цінності часу. Одночасно феномен цифрової тілесності демонструє трансформацію традиційних уявлень про фізичне тіло, створюючи «гібридні» образи, де реальна тілесність поєднується з цифровими модифікаціями, які стають важливим інструментом самовизначення та соціальної комунікації [18, с. 120–123]. Цифрова тілесність характеризується постійною модифікацією образу за допомогою фільтрів, редакторів фотографій, відео та застосунків для віртуального макіяжу, візуальним контролем аудиторії через лайки та коментарі, множинністю ідентичностей та медіаалгоритмічною адаптацією, коли користувач підлаштовується під популярні тренди [31, с. 57]. Тіло перестає бути природним об'єктом і стає соціокультурним текстом, що відображає уявлення суспільства про красу, мораль та норму, а візуальність виступає універсальною мовою культури, витісняючи вербальні способи комунікації [12, с. 47; 23, с. 102; 19, с. 67]. Сучасна культура краси поєднує індивідуалізацію та стандартизацію, формуючи «естетику контрольованого тіла», коли людина добровільно підпорядковується візуальним канонам задля прийняття у спільноті [28, с. 88]. Тілесність стає предметом естетичного проектування через косметологічні та фітнес-практики, цифрові фільтри та доповнену реальність, що змінює сприйняття власного образу та створює ілюзію тіла, призначеного для погляду іншого [32, с. 54].

Крім того, краса у цифровому середовищі має соціально-психологічний вимір, виконуючи функції соціальної інтеграції, підвищуючи шанси на соціальне прийняття, формуючи психологічний вплив через порівняння з

іншими користувачами, що може спричиняти тривожність і невдоволення власною зовнішністю, а також створюючи символічний капітал, який впливає на кар'єру, співпрацю з брендами та загальне визнання [32, с. 88–90]. В умовах цифрового суспільства ці аспекти набувають особливої актуальності, оскільки жіноче тіло у медіапросторі часто стає об'єктом соціального тиску та стандартизації, трансформуючи самосприйняття та поведінку користувачів [23, с. 41–43]. Таким чином, феномен краси в цифровому середовищі виступає складним комплексом комунікаційних, соціальних, культурних і психологічних процесів, що формують сучасну систему самопрезентації, взаємодії та соціального конструювання ідентичності.

У цифрову епоху краса перестала виконувати лише естетичну або фізіологічну функцію, трансформуючись на потужний інструмент комунікації, де образ тіла стає повідомленням, а зовнішність виступає формою соціального висловлювання. Це особливо проявляється у соціальних мережах, де візуальні образи дедалі більше заміщують традиційні способи самопрезентації та міжособистісної взаємодії. Фотографія та відеоконтент у цифровому середовищі стають універсальною мовою спілкування, оскільки за допомогою стилю, пози, емоції, фільтрів та обробки людина кодує інформацію про свій соціальний статус, цінності, гендерні ролі, настрій і приналежність до певних спільнот [35, с. 62]. У цьому процесі краса перестає бути виключно властивістю фізичного тіла і трансформується на медійний продукт, що генерує увагу, реакції та соціальний капітал. Цифрові платформи, функціонуючи за принципами економіки уваги, стимулюють створення стратегічних образів, адже здатність привернути погляд користувачів забезпечує лайки, коментарі, підписників та комерційні можливості, перетворюючи красу на інструмент соціальної мобільності та самоконструювання [37, с. 99].

Соціальні мережі формують новий тип естетики, який можна охарактеризувати як «естетика алгоритмічного бачення», коли алгоритми

визначають, який контент бачить аудиторія і які візуальні стандарти стають популярними. Відповідно, цифрові платформи не лише відображають, а й активно виробляють культуру краси, просуваючи візуально «ідеальні» або яскраві образи, що утримують увагу та приносять комерційний прибуток [38, с. 144]. Водночас процес самопрезентації, описаний ще Д. Гоффманом у концепції «соціальної вистави», отримав нове звучання у цифровому середовищі: платформою виступають соціальні мережі, а інструментами самопрезентації стають фотоконтент, стиль, фільтри, монтаж та цифровий макіяж [40, с. 17]. Краса також функціонує як маркер належності до певних культурних груп, включно з естетикою мінімалізму, K-beauty, бодіпозитиву, природності та інфлюенсерської естетики, сигналізуючи про цінності та ідентичність користувача [41, с. 53]. Одночасно розвивається тенденція «антиестетики», яка включає публікації без фільтрів, реалістичні фото, демонстрацію тілесних недоліків і відмову від ретуші, що свідчить про критичне ставлення до цифрової глянцевої та прагнення відновити реальність у медіапросторі [42, с. 121].

У цифровому суспільстві краса набуває статусу комунікаційного коду, мови символів і візуальних повідомлень, формуючи нові формати людських відносин. Вона виконує комунікативну функцію, передаючи інформацію про індивіда, соціальну функцію, створюючи відчуття приналежності, економічну функцію, генеруючи увагу та прибуток, а також культурну, відображаючи цінності часу. Одночасно феномен цифрової тілесності демонструє трансформацію традиційних уявлень про фізичне тіло, створюючи «гібридні» образи, де реальна тілесність поєднується з цифровими модифікаціями, які стають важливим інструментом самовизначення та соціальної комунікації [18, с. 120–123]. Цифрова тілесність характеризується постійною модифікацією образу за допомогою фільтрів, редакторів фотографій, відео та застосунків для віртуального макіяжу, візуальним контролем аудиторії через лайки та коментарі, множинністю ідентичностей та медіаалгоритмічною адаптацією, коли

користувач підлаштовується під популярні тренди [31, с. 57]. Тіло перестає бути природним об'єктом і стає соціокультурним текстом, що відображає уявлення суспільства про красу, мораль та норму, а візуальність виступає універсальною мовою культури, витісняючи вербальні способи комунікації [12, с. 47; 23, с. 102; 19, с. 67]. Сучасна культура краси поєднує індивідуалізацію та стандартизацію, формуючи «естетику контрольованого тіла», коли людина добровільно підпорядковується візуальним канонам задля прийняття у спільноті [28, с. 88]. Тілесність стає предметом естетичного проєктування через косметологічні та фітнес-практики, цифрові фільтри та доповнену реальність, що змінює сприйняття власного образу та створює ілюзію тіла, призначеного для погляду іншого [32, с. 54].

Крім того, краса у цифровому середовищі має соціально-психологічний вимір, виконуючи функції соціальної інтеграції, підвищуючи шанси на соціальне прийняття, формуючи психологічний вплив через порівняння з іншими користувачами, що може спричинити тривожність і невдоволення власною зовнішністю, а також створюючи символічний капітал, який впливає на кар'єру, співпрацю з брендами та загальне визнання [32, с. 88–90]. В умовах цифрового суспільства ці аспекти набувають особливої актуальності, оскільки жіноче тіло у медіапросторі часто стає об'єктом соціального тиску та стандартизації, трансформуючи самосприйняття та поведінку користувачів [23, с. 41–43].

У сучасному цифровому середовищі значну роль у формуванні культури краси та візуальної ідентичності відіграють технології штучного інтелекту та нейромережі. Вони кардинально змінюють способи створення, редагування та поширення цифрових образів, надаючи користувачам нові інструменти для самовираження і конструювання власного іміджу. Штучний інтелект здатен автоматично аналізувати риси обличчя, пропонувати стилістичні рішення, ретушувати фотографії, змінювати параметри тіла, а також підбирати косметичні та модні варіанти відповідно до актуальних трендів [43, с. 112].

Нейромережеві алгоритми дозволяють створювати реалістичні або художньо змінені образи, які важко відрізнити від фотографій реальних людей, відкриваючи нові можливості для цифрової самопрезентації. Водночас вони формують унікальні візуальні стандарти, оскільки автоматично аналізують популярні тенденції та адаптують контент під очікування аудиторії, впливаючи на алгоритми рекомендацій у соціальних мережах [44, с. 77]. Це підсилює явище «естетики алгоритмічного бачення», де успіх цифрового образу визначається не лише його художньою якістю, а й здатністю відповідати критеріям машинного навчання, що забезпечує ширше охоплення та соціальний капітал користувача.

Застосування штучного інтелекту також сприяє створенню мультиверсійної цифрової тілесності, коли один користувач може демонструвати кілька варіантів свого образу одночасно, експериментувати з віковими, стилістичними чи етнічними характеристиками, що розширює межі самовираження і дозволяє долати традиційні обмеження фізичного тіла [45, с. 134]. Крім того, AI-технології впливають на економіку уваги, оскільки автоматично оптимізовані образи отримують більше переглядів, лайків та коментарів, що перетворює цифрову красу на важливий ресурс соціального та символічного капіталу [46, с. 59].

Таким чином, інтеграція технологій штучного інтелекту та нейромереж у культуру краси створює новий рівень взаємодії між тілесністю, візуальністю та цифровими медіапрактиками. Вона демонструє, що сучасна краса перестає бути лише природним або соціокультурним конструктом і стає результатом синергії людської творчості та алгоритмічних систем, формуючи комплексну, динамічну та гібридну візуальну ідентичність у цифровому суспільстві.

Якщо хочеш, я можу інтегрувати цей блок безпосередньо у твій попередній текст другого підрозділу, щоб вийшов один логічний науковий текст. Це зробить підрозділ ще більш цілісним і сучасним.

Додатково варто зазначити, що цифрове середовище стимулює розвиток феномену візуальної культури впливу, коли образи краси використовуються як інструмент для формування певної поведінкової моделі або естетичних уподобань у аудиторії. Це проявляється у практиках «підтвердження статусу» через мережеву взаємодію, створенні візуальних трендів, впливі на стандарти споживчої поведінки та поширенні культурних норм через популярні платформи [39, с. 75]. Таким чином, краса в цифровому суспільстві є багаторівневим явищем, що охоплює комунікаційні, соціальні, культурні, психологічні та економічні аспекти, формуючи комплексну систему сучасної візуальної ідентичності та медіакультури.

### **1.3 Глобальні трансформації та локальні практики культури краси**

Культура краси є явищем глобальним, проте вона завжди взаємодіє з локальними культурними контекстами. Глобалізація сприяє тиражуванню універсальних стандартів привабливості, таких як симетрія обличчя, атлетична фізична форма, бодіформат моделей та інші медійно підтримувані ідеали, які швидко поширюються через соціальні мережі, глобальні медіаплатформи та масову культуру [9, с. 18; 14, с. 56]. При цьому цифрові технології дозволяють одночасно спостерігати та аналізувати, як міжнародні тенденції інтегруються у локальні середовища, формуючи універсальні образи краси, що стають стандартом для мільйонів користувачів по всьому світу. Водночас локальні традиції, національні культурні коди та історичні уявлення про тілесність продовжують визначати, як сприймається краса у конкретних культурних середовищах. До таких локальних особливостей належать етнічні стандарти тілесності, ритуали догляду за тілом, традиційні зачіски, декоративні елементи одягу та косметичні практики, які залишаються важливою частиною національної ідентичності [9, с. 18; 14, с. 56].

Українська культура демонструє цікаве поєднання глобальних та локальних практик. З одного боку, західні стандарти активно засвоюються молоддю через популяризацію світових блогерів, масові платформи на

кшталт Instagram, TikTok та YouTube, а також через глобальні косметичні та фешн-бренди. З іншого боку, локальні символи, такі як вишиванка, народні мотиви та елементи українського декоративного мистецтва, інтегруються у сучасні медіаобрази, створюючи унікальну синтезовану естетику, що поєднує міжнародні тренди з національною самобутністю [8, с. 22–24]. Приклади таких медіапрактик можна спостерігати у соціальних кампаніях українських брендів косметики та моди, які активно використовують елементи народного орнаменту на сучасний лад, демонструючи гармонійне поєднання локального та глобального [25, с. 78].

Культура краси формується під безперервним впливом глобальних медійних трендів і цифрових технологій, проте локальні особливості визначають, як ці тренди сприймаються та адаптуються. Наприклад, популяризація бодіпозитиву та *natural beauty* у світових соцмережах активно транслюється через українські онлайн-платформи, але водночас адаптується до локальних естетичних канонів і культурних очікувань. Це поєднання дозволяє створювати нові форми самовираження, які одночасно відповідають глобальним стандартам та відображають локальні культурні коди [18, с. 115; 24, с. 101].

Сучасні медіатренди демонструють, що користувачі соціальних мереж не лише споживають образи, але й активно їх створюють і модифікують, комбінуючи глобальні стандарти з локально значущими елементами. Так, українські блогери та інфлюенсери часто демонструють трендові західні стилі макіяжу та одягу, одночасно додаючи локальні декоративні мотиви або національні кольори, що слугує маркером культурної ідентичності у глобальному цифровому середовищі [35, с. 62; 37, с. 99].

Поява нових стандартів, таких як бодіпозитив, естетика природності та критика цифрового ретушування, демонструє здатність локальних спільнот впливати на глобальні тенденції, створюючи зворотний зв'язок між глобальними медіапрактиками та локальними культурними контекстами. Наприклад, рух *body-positive* в Україні активно поширюється через локальні

спільноти в соцмережах і одночасно реагує на міжнародні медіарухи, що формує нову культурну норму прийняття різноманітних типів тілесності [25, с. 78; 31, с. 118].

Таким чином, культура краси сьогодні постає як динамічне, мультидисциплінарне явище, яке поєднує історичні традиції, соціальні норми, медіа-технології та психологічні аспекти, інтегруючи глобальні стандарти та локальні культурні практики у єдину систему естетичних значень. Українські дослідження демонструють, що поєднання глобальних теоретичних підходів із локальною специфікою, включно з автентичністю, національними традиціями та соціальною комунікацією, формує унікальну школу естетики, де краса виступає культурним маркером ідентичності [25, с. 78; 31, с. 118].

Візуальність і тілесність стають центральними координатами сучасного уявлення про красу, а методологія дослідження культури краси вимагає міждисциплінарного підходу, який поєднує культурологічний, соціологічний, психологічний та цифровий аналіз. Підрозділи, присвячені глобальним трансформаціям та локальним практикам, дозволяють сформулювати визначення культури краси як динамічної системи соціально значущих естетичних цінностей, які визначають поведінку, самопрезентацію та візуальні практики сучасної людини, створюючи теоретико-методологічну базу для подальшого дослідження впливу цифрової культури на формування нових естетичних ідеалів.

Культура краси не лише інтегрує глобальні стандарти та локальні практики, а й функціонує як динамічна система взаємодії медіа, технологій та соціальних норм, де цифрові платформи виконують роль каталізаторів змін. Візуальна інформація поширюється миттєво, що дозволяє локальним практикам впливати на глобальні тенденції, а глобальні тренди адаптуються під специфіку окремих культурних середовищ. Це створює своєрідний двосторонній потік культурних значень, коли локальні практики набувають глобальної видимості, а міжнародні стандарти знаходять локальне втілення,

що часто супроводжується інтерпретаціями, варіаціями і навіть критикою [24, с. 101; 31, с. 118].

Важливим аспектом є те, що культура краси сьогодні виконує функцію соціального маркування, сигналізуючи про приналежність до певних груп, цінності та статус. Локальні медіа, художні проєкти, рекламні кампанії та блогерські практики активно використовують комбінації глобальних і локальних символів, створюючи індивідуалізовані образи, які одночасно відповідають стандартам медіаалгоритмів та культурним очікуванням спільноти. Це дозволяє відстежувати, як глобальні медіатренди, такі як популяризація бодіпозитиву, *natural beauty* або *digital minimalism*, набувають локальних інтерпретацій і стають частиною культурної ідентичності [25, с. 78; 18, с. 115].

Ще одним аспектом є взаємодія культури краси із соціальними та психологічними механізмами. Глобальні тренди, поширювані через цифрові платформи, впливають на самооцінку, поведінку та соціальні практики користувачів, а локальні культурні маркери допомагають зберегти відчуття індивідуальності та автентичності. Водночас культурні коди краси стають інструментом соціальної мобільності, дозволяючи користувачам отримувати визнання, увагу та певний символічний капітал, що підсилює взаємозв'язок між глобальним та локальним рівнями [37, с. 99; 35, с. 62].

Разом із тим глобалізація культури краси створює певні протиріччя та виклики. З одного боку, стандартизація естетики сприяє універсалізації уявлень про привабливість і формує загальносвітові тренди, що зменшують різноманіття локальних практик. З іншого боку, локальні культурні традиції та етнічні естетичні коди іноді опираються цим глобальним нормам, що породжує конфлікти між міжнародними ідеалами краси та національною ідентичністю. Внаслідок цього користувачі цифрових платформ опиняються у постійному балансі між прагненням відповідати глобальним стандартам і бажанням залишатися автентичними, що впливає на психологічний стан, самооцінку та соціальну поведінку [23, с. 41–43; 31, с. 118]. Ці протиріччя

також стимулюють появу альтернативних тенденцій, таких як бодіпозитив, естетика природності та критика цифрової ретуші, які одночасно відображають локальні цінності та взаємодіють із глобальним дискурсом краси [18, с. 115; 24, с. 101].

Таким чином, культура краси у сучасному глобалізованому світі постає як багаторівнева система, що включає історичні традиції, локальні практики, технологічні можливості та медійні алгоритми. Вона відображає одночасно універсальні стандарти естетики та локальні культурні особливості, забезпечуючи користувачам платформ гнучкість у самовираженні, можливість конструювати власну ідентичність і адаптувати глобальні тренди під локальний контекст. Такий підхід дозволяє глибше зрозуміти, як культура краси формує соціальні взаємодії, комунікаційні стратегії та нові моделі поведінки в умовах цифрового суспільства [31, с. 118; 24, с. 101].

### **Висновки по 1 розділу**

Підсумовуючи викладене у першому розділі, можна стверджувати, що культура краси є складним і багатовимірним соціокультурним явищем, яке поєднує історичні, психологічні, соціальні та медійні аспекти. Дослідження культури краси потребує міждисциплінарного підходу, який дозволяє аналізувати як традиційні уявлення про естетику та тілесність, так і сучасні цифрові практики, що швидко трансформують стандарти краси та форми самопрезентації.

Сучасна цифрова культура підсилює роль візуальності та тілесності як основних координат сприйняття краси. Соціальні медіа та цифрові платформи створюють нові моделі комунікації, у яких образ тіла та зовнішність стають засобами соціальної інтеграції, самовираження та конструювання індивідуальної ідентичності. Цифрове середовище функціонує як своєрідна лабораторія, де формуються стандарти, які одночасно відображають глобальні тенденції та локальні культурні особливості.

Аналіз глобальних трансформацій і локальних практик демонструє, що культура краси є динамічною системою, у якій поєднуються універсальні естетичні кодекси та національні традиції. В українському контексті спостерігається синтез глобальних стандартів з локальними маркерами, такими як традиційні орнаменти, етнічні мотиви, національна мова та символи, що формує унікальну культурну естетику. Це поєднання дозволяє адаптувати глобальні тренди до локальних умов, створюючи нові форми самовираження та підтримуючи національну ідентичність.

Важливою характеристикою сучасної культури краси є її психологічний та соціальний вплив. Візуальні та цифрові елементи, включаючи фільтри, AR-ефекти та медіаплатформи, формують нові уявлення про тілесність, самопрезентацію та соціальний статус. Краса стає не лише естетичним ідеалом, а й важливим маркером культурної та індивідуальної ідентичності, інструментом комунікації та засобом соціальної інтеграції.

Перспективи подальшого дослідження культури краси полягають у вивченні впливу алгоритмів соціальних медіа, цифрових технологій та нових форм медіаконтенту на формування естетичних стандартів, а також у аналізі того, як локальні культурні практики адаптують і трансформують глобальні моделі краси. Ці дослідження можуть сприяти глибшому розумінню взаємозв'язку між цифровою культурою, ідентичністю та соціальною поведінкою, а також розвитку ефективних стратегій критичного сприйняття медіаконтенту у суспільстві.

Було проведено теоретико-методологічний аналіз культури краси як соціокультурного феномену та визначено її ключові характеристики у цифрову епоху. Досліджено історичну трансформацію краси від античних ідеалів гармонії та пропорційності до сучасних моделей цифрової тілесності та медіа-естетики. Встановлено, що краса завжди була інтегральною складовою культурних норм і цінностей, але сучасні соціальні медіа надають їй нових функцій як комунікаційного коду та ресурсу соціальної взаємодії.

Аналіз методологічних підходів засвідчив міждисциплінарність проблеми: культурологічний, соціально-конструктивістський, семіотичний, медіатологічний, антропологічний та феміністичний підходи дозволяють комплексно оцінити явище. Українські дослідники, серед яких Т. Гундорова, Н. Зборовська, В. Агеєва, Ю. Легенький, підкреслюють, що сучасна культура краси поєднує глобальні стандарти та локальні культурні коди, формуючи нову синтезовану естетику.

Особливу увагу приділено феномену цифрової тілесності: сучасні соціальні мережі перетворюють образ тіла на гнучкий, модифікований, мультиідентичний комунікаційний ресурс. Краса перестає бути статичною характеристикою фізичного тіла та стає засобом соціального самовираження, символічного капіталу, психологічного впливу та економічного ресурсу. Соціальні та психологічні аспекти культури краси визначають взаємозв'язок між медійною присутністю, стандартами зовнішності та соціальним визнанням, що впливає на поведінку та самооцінку користувачів.

Завершальний аналіз літератури показав, що сучасна культура краси є глобальним явищем із локальними трансформаціями. Вона інтегрує історичні традиції, медіа-технології, психологічні та соціальні аспекти, формуючи нові стандарти ідеалу тіла та візуальної самопрезентації. Отже, перший розділ заклав теоретичний і методологічний фундамент для подальшого дослідження ролі соціальних медіа у формуванні нових естетичних норм і моделей краси.

Таким чином, культура краси сьогодні постає як багатовимірне, динамічне явище, що інтегрує історичні традиції, соціальні норми, психологічні аспекти та цифрові технології, формуючи нову систему естетичних координат та стандартів самовираження у сучасному суспільстві.

## РОЗДІЛ 2. СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ПРОСТІР ФОРМУВАННЯ НОВИХ ЕСТЕТИЧНИХ ІДЕАЛІВ

### 2.1. Соціальні медіа як середовище конструювання естетичних норм

Соціальні медіа в сучасному суспільстві функціонують як багатовимірний простір комунікації, де візуальні практики та цифрові форми самопрезентації стали ключовими інструментами соціальної взаємодії. У науковій літературі вони розглядаються не лише як канали обміну інформацією, а як середовище культурного конструювання, у якому користувачі одночасно виступають творцями та споживачами контенту [6, с. 124; 18, с. 121]. Візуальна домінанта цифрової комунікації зумовила появу специфічного формату репрезентації тіла, зовнішності та самоідентичності, що дедалі більше підпорядковуються логіці алгоритмічних механізмів та популярних естетичних трендів. Соціальні медіа, працюючи в режимі миттєвого поширення зображень, формують специфічний цикл відтворення норм: те, що активно демонструється, стає нормативним, а те, що відповідає трендовим естетичним параметрам, отримує ширше алгоритмічне просування [31, с. 57].

У цьому процесі візуальні платформи, зокрема Instagram, TikTok та YouTube, відіграють провідну роль, пропонуючи різні моделі естетичної репрезентації. Instagram акцентує на естетиці відполірованих, гармонійних ідеалів, стимулюючи користувачів до створення «глянцевих» образів, що відповідають глобальним уявленням про привабливість [6, с. 124]. TikTok, навпаки, працює в динаміці швидкоплинних трендів: короткі відео, фільтри та візуальні ефекти формують вірусні норми краси, які можуть змінюватися протягом кількох тижнів або навіть днів [18, с. 121]. YouTube вибудовує триваліші естетичні наративи через освітні та б'юті-контент практики, де блогери задають уявлення про стилі, догляд та тілесність.

Алгоритми цих платформ відбирають контент, що найбільше утримує увагу аудиторії, тим самим створюючи ефект стандартизованої краси, коли

домінують повторювані візуальні моделі — симетричні риси обличчя, виражені скульптурні контури, уніфіковані стилі макіяжу та фігури [35, с. 62; 37, с. 99]. Дослідники наголошують, що в умовах алгоритмічної селекції з'являється феномен «віртуальної краси», в якому цифровий образ стає більш важливим, ніж фізична реальність; саме платформа, а не соціальна традиція, визначає, що вважається привабливим [18, с. 122–123].

Однією з ключових характеристик сучасного медіасередовища є явище глокалізації — поєднання глобальних візуальних трендів із локальними культурними практиками [18, с. 112; 24, с. 98]. Цей процес проявляється через адаптацію міжнародних естетичних моделей до національних особливостей. Українські beauty-блогери та контентмейкери активно поєднують глобальні стилі з локальними кодами ідентичності: у візуальних образах з'являються елементи українських традицій, етнічні мотиви та національні символи, що дозволяє сформувати унікальні культурні гібриди [22, с. 75]. Як зазначає S. Banet-Weiser, популярні медіа формують такі стандарти краси, які одночасно мають глобальний характер і залишаються адаптованими до локального середовища [43, с. 201]. Це робить соціальні мережі важливим інструментом культурного самовизначення в умовах глобальної цифрової інтеграції.

Цифрові платформи істотно впливають на формування уявлень користувачів про власну зовнішність. Соціальне порівняння стало постійною практикою, оскільки користувачі оцінюють себе через призму популярних акаунтів, трендових образів та візуально вдосконалених фільтрами зображень, що нерідко призводить до зниження самооцінки, формування тривожності та незадоволення тілом [32, с. 88–90; 41, с. 227]. Використання фільтрів та інструментів редагування ускладнює межу між реальністю та віртуальним образом, створюючи новий тип естетичної норми, який у фізичному світі є недосяжним.

Попри це, цифрове середовище не є однозначно негативним. Воно також підтримує альтернативні рухи, зокрема body-positive, body-neutrality та

diversity-напрямки, що сприяють прийняттю різноманітності та протидіють гіперстандартизації зовнішності [31, с. 127; 25, с. 74]. Українські користувачі активно долучаються до таких ініціатив, створюючи локальні кампанії та флешмоби, спрямовані на підсилення самоприйняття та утвердження культурної самобутності [8, с. 22–24].

Таким чином, соціальні медіа формують складну і багаторівневу систему конструювання естетичних норм, де поєднуються алгоритмічні механізми, глобальні тренди та локальні особливості. У цьому середовищі цифрова краса постає не просто як відтворення зовнішності, а як динамічний соціокультурний конструкт, що визначає сучасні практики тіла, самопрезентації та ідентичності.

Особливу роль у формуванні сучасних естетичних стандартів відіграють цифрові фільтри та технології штучного інтелекту, які дедалі більше визначають спосіб репрезентації обличчя й тіла у соціальних мережах. Алгоритмічні системи вбудовані в TikTok, Instagram та Snapchat використовують неймережі для автоматичного коригування рис обличчя, згладження шкіри, зміни пропорцій та симетрії, що створює феномен «цифрової біоморфології» — коли зовнішність користувача підлаштовується під алгоритмічно сформований стандарт привабливості [37, с. 102; 18, с. 123]. Неймережеві фільтри формують новий тип віртуальної тілесності, де «ідеал» більше не є соціально сконструйованим у традиційному сенсі, а виробляється технічною системою, яка навчається на мільйонах зображень. Такі фільтри нормалізують конкретні риси обличчя (великі очі, чітка лінія щелепи, вузький ніс), що сприяє уніфікації зовнішності в глобальному масштабі [43, с. 198]. Дослідники наголошують, що ці технології посилюють стандартизацію краси, оскільки користувачі часто орієнтуються не на реальні образи, а на алгоритмічно вдосконалені версії себе [41, с. 229].

Вплив фільтрів має також психологічні наслідки: регулярне використання відредагованого зображення формує дисонанс між цифровою та реальною зовнішністю, що може зумовлювати зниження самооцінки,

емоційний дискомфорт та прагнення коригувати зовнішність у реальному житті, зокрема через косметологічні процедури [32, с. 91]. У наукових джерелах це явище описують як «selfie dysmorphia» — порушення тілесного сприйняття, спричинене надмірним впливом відретушованих зображень.

Паралельно розвиток генеративних нейромереж, таких як технології deepfake та системи створення «AI beauty profiles», формує нові моделі цифрової ідентичності. Штучний інтелект здатний генерувати повністю синтетичні образи, що конкурують із реальними медіаперсонами та впливають на уявлення про еталон краси у молоді [45, с. 140]. Такі технології ще більше стирають межу між реальним та сконструйованим образом, перетворюючи естетичні норми на продукт взаємодії людини та алгоритму.

У цьому контексті соціальні медіа постають не лише платформою поширення трендів, а й середовищем алгоритмічного творення нової естетики, де стандарти краси визначаються штучним інтелектом, а не соціальною реальністю чи культурною традицією. Це робить цифрове середовище ключовим фактором трансформації сучасної культури краси, впливаючи одночасно на глобальні та локальні моделі візуальної ідентичності.

## **2.2. Платформна специфіка формування естетичних ідеалів: TikTok та Instagram**

Соціальні мережі TikTok та Instagram є ключовими платформами, що визначають сучасні візуальні норми та естетичні ідеали молодіжної культури. Їхня впливовість зумовлена алгоритмічними механізмами функціонування, візуальною орієнтацією контенту та високою швидкістю циркуляції трендів. Хоча ці платформи мають різну структуру, обидві виступають середовищем, у якому виробляються нові стандарти краси, тілесності та самопрезентації.

TikTok вирізняється короткими відео, алгоритмічною стрічкою «For You» та високою імовірністю вірусного поширення контенту. Ці характеристики створюють умови для надзвичайно швидкої зміни візуальних трендів і появи нових естетичних норм.

По-перше, вірусність контенту сприяє тому, що образи, які здобувають популярність, стають взірцевими буквально за кілька днів. По-друге, доступність створення відео кожним користувачем підсилює участь аудиторії у формуванні стандартів краси [31, с. 57]. По-третє, TikTok заохочує культурні мікси, у яких глобальні тренди поєднуються з локальними елементами, зокрема українською традиційною символікою.

За спостереженнями Ю. Легенького та М. Кісь, TikTok активно впливає на формування нових ідеалів тілесності: симетричні риси обличчя, стрункі пропорції, характерні мейкап-техніки та стилізовані образи стають домінантними [18, с. 122–124]. Платформа формує специфічну «візуальну мову» молодіжної культури, де зовнішність виступає засобом комунікації та символічної ідентифікації.

Приклади локальних українських TikTok-трендів є макіяж із народними мотивами (використання вишиваних орнаментів, червоних і чорних пігментів, етномузики 2022–2023 рр.); танцювальні відео з національними елементами (поєднання гопака, гуцулки чи подільських танців із сучасними стилями); макіяж у синьо-жовтій палітрі інтерпретація краси як форми культурного спротиву. Усі ці тренди демонструють поєднання глобальної TikTok-естетики з українською ідентичністю.

Instagram традиційно орієнтований на фотографії та візуальну демонстративність. Саме ця платформа задає стандарти «глянцевої краси», які ґрунтуються на ретушованих зображеннях, фільтрах та професійній фотообробці [6, с. 124]. Завдяки цьому формується еталонна естетика, яку молодь намагається відтворювати у власних профілях.

Важливою рисою Instagram є його комерціалізованість: інфлюенсери та бренди активно просувають моделі привабливості, поєднуючи їх із

рекламними стратегіями. Українські дослідження свідчать, що молодь використовує Instagram для моделювання віртуальної ідентичності, де локальні культурні елементи інтегруються з глобальними трендами [8, с. 22–24; 18, с. 123].

Приклади українських трендів в Instagram є фотопроекти «українська красуня» (поєднання традиційних елементів вінків, вишиванок, прикрас і сучасних стилізацій); екоб'юті та локальні косметичні бренди (Garny, Zerno, Oread, «Яка») -розвиток естетики clean beauty без інтенсивної ретуші; етноестетика в моді та макіяжі (поширення хештегів #UkrainianBeauty, #UkrainianStyle, #UkrainianMakeup).

TikTok і Instagram активно використовують алгоритми, що визначають, які образи стануть видимими. Це впливає на формування уявлень про красу. Серед них є: стандартизація зовнішності (алгоритми підсилюють саме ті образи, що вже мають високі показники взаємодії); швидка циркуляція трендів (нові візуальні моделі поширюються миттєво, щодня змінюючи уявлення про «ідеальність»); психологічний тиск (користувачі відчують необхідність відповідати популярним образам, що може викликати тривожність і зниження самооцінки [32, с. 88–90]).

Дослідники наголошують, що алгоритмічний відбір формує «цифровий канон краси», який є нестабільним і змінюється залежно від динаміки популярності контенту [35, с. 62].

### **2.3. Локальний контекст, самопрезентація та критика цифрових ідеалів**

Соціальні медіа створюють простір, у якому глобальні стандарти краси взаємодіють із локальними культурними практиками, формуючи нові форми самовираження та національної ідентичності. В українському сегменті цифрових платформ простежується активна інтеграція традиційних символів, таких як вишивка, етнічні орнаменти та елементи народного одягу, у сучасні цифрові образи, що сприяє формуванню унікальних культурних міксів [8, с. 22–24]. Ця гібридність відображає гнучкість цифрової культури, яка дозволяє

поєднувати персоналізовані естетичні стратегії з алгоритмічно зумовленими глобальними трендами. Користувачі соціальних мереж орієнтуються на західні стандарти макіяжу, моди та тілесності, але водночас зберігають локальні маркери ідентичності, що проявляються у популяризації української мови, використанні національних орнаментів та підтримці локальних косметичних брендів [22, с. 89].

Особливо помітною є роль Instagram та TikTok у конструюванні візуальних образів, де блогери стають медіаторами національної культури. Вони поєднують глобальні візуальні моделі зі стильовими елементами української традиції, створюючи нові форми культурного самовираження у цифровому середовищі. Beauty-блогінг та соціальна реклама в Instagram активно транслюють елементи локальної естетики, редефінуючи уявлення про привабливість і формуючи нові культурні коди, доступні молодій аудиторії. Одночасно соціальні мережі слугують середовищем для деконструкції нав'язаних ідеалів. Поширення рухів *natural beauty*, *body-positive* та флешмобів, спрямованих на критику нереалістичних образів, сприяє формуванню дискурсу, що протистоїть глянцевої та алгоритмічно стандартизованій естетиці [31, с. 120; 25, с. 60].

Український сегмент TikTok і Instagram відіграє значну роль у формуванні естетичних орієнтирів молоді, поєднуючи глобальні формати подачі контенту з локальними культурними кодами. Блогери адаптують сучасні тренди у макіяжі, стилі одягу чи фітнес-культурі, впроваджуючи в них національну символіку та етнічні мотиви, що сприяє появі нових форм «експортної» української естетики, помітної для міжнародної аудиторії [18, с. 124]. Водночас такі процеси мають значний психологічний вплив на молодь: постійне порівняння з популярними профілями стимулює підвищену увагу до власної зовнішності та спонукає до формування нових моделей цифрової ідентичності [33, с. 118]. Отже, в українських соціальних мережах формується мультикультурний простір, де глобальні візуальні стандарти

співіснують із локальною культурною специфікою, створюючи умови для експериментування з образом та самопрезентацією.

Самопрезентація в соціальних мережах перетворюється на ключовий механізм конструювання естетичних норм. Користувачі формують власні цифрові образи, адаптуючи стиль, зовнішність і поведінкові моделі до очікувань аудиторії та логіки алгоритмічного показу контенту [18, с. 121]. Використання фільтрів, фотошопу, AR-ефектів і цифрових інструментів редагування стає невід'ємним елементом створення візуально привабливого образу, що заохочується платформами. Взаємодія з аудиторією у вигляді лайків, коментарів та переглядів визначає прийнятність образу й впливає на подальшу стратегію самопрезентації [31, с. 57; 35, с. 62]. У TikTok ці процеси репрезентуються через короткі відео, які використовують популярні звуки та візуальні фільтри, тоді як Instagram формує естетику ретельно відредагованих фотографій, що створюють ілюзію ідеального тіла та життя. За спостереженнями Т. Черниш, алгоритми соціальних медіа виконують функцію стандартизатора візуальної культури, оскільки визначають видимість певних образів і стимулюють повторення домінантних естетичних патернів [35, с. 65].

Алгоритмічна нормалізація естетичних стандартів має соціальні та психологічні наслідки, серед яких підвищена залежність від зовнішньої оцінки, тиск відповідності домінантним зразкам та формування поведінкових моделей, які будуються навколо зовнішності. Українські дослідники Н. Бондаренко й О. Климчук підкреслюють, що локальні користувачі не просто переймають глобальні візуальні стандарти, а адаптують їх до власних культурних кодів, створюючи унікальні стилістичні синтези [25; 22, с. 93]. Це доводить, що навіть у межах глобальної мережі українська цифрова естетика зберігає свою культурну автономність.

Суттєвим аспектом сучасної цифрової культури є поширення критики стандартизованих ідеалів у межах рухів бодіпозитиву та культурної інклюзії. Соціальні мережі стають простором, у якому демонструються реалістичні

образи, відмова від ретуші та акцент на різноманітності тілесності. Такі практики спрямовані проти алгоритмічно просунутих моделей «глянцевої» краси та виступають засобом соціальної критики [42, с. 121]. В українському контексті бодіпозитив поєднується з феміністичною самопрезентацією, розширюючи можливості культурного спротиву та самовираження [20, с. 152]. Таким чином, соціальні медіа функціонують не лише як механізм нормалізації естетичних стандартів, а й як простір їх деконструкції, що дозволяє користувачам формувати нові культурні норми, засновані на різноманітності та автентичності.

Меми та гумористичні формати відіграють важливу роль у конструюванні локальних естетичних кодів у соціальних медіа. Вони функціонують не лише як засіб розваги, а як культурні маркери, що відображають специфіку національного досвіду, соціальних настроїв та ціннісних орієнтирів. У українському цифровому середовищі меми стають інструментом колективної самоідентифікації та формування спільних уявлень про норми краси й самопрезентації.

По-перше, гумор виконує функцію критичного відрефлексування домінантних естетичних стандартів. Меми висміюють надмірну глянцевість Instagram, штучність фільтрів, трендові «ідеальні» тіла, демонструючи розрив між реальністю та візуальними нормами. Використання іронії дозволяє користувачам дистанціюватися від тиску естетичних канонів та формувати альтернативні моделі краси, засновані на природності, самоіронії і прийнятті недосконалості.

По-друге, меми створюють локальні естетичні патерни, що відрізняються від глобальних. Український гумор відзначається поєднанням побутової тематики, культурних кодів, війни та політичного контексту, що формує унікальні візуальні структури. Наприклад, меми з використанням побутових реалій, національної символіки чи воєнної тематики трансформують уявлення про «красу» як виключно фізичну категорію,

розширюючи її до понять стійкості, сміливості, самоіронії, психологічної витривалості.

Третім важливим аспектом є функція соціальної терапії. Гумор допомагає зменшувати психологічний тиск від нав'язуваних естетичних стандартів і формує здорове дистанціювання від порівнянь із блогерами та інфлюенсерами. Комедійні тренди в TikTok або мемні формати в Instagram демонструють недосконалість як норму, популяризуючи естетику реальності й «антигламурність». Це сприяє формуванню більш інклюзивних моделей самопрезентації.

По-четверте, меми виступають механізмом глокалізації естетики. Вони поєднують глобальні формати (шаблонні меми, популярні звукові доріжки, вірусні тренди) з локальними культурними смислами, мовними особливостями й національними наративами. Така адаптація створює унікальну візуальну мову, у межах якої локальні естетичні ідеали стають впізнаваними та релевантними саме українській аудиторії.

Таким чином, меми та гумор є важливими елементами формування локальних естетичних кодів, оскільки вони критикують та деконструюють домінуючі стандарти краси, сприяють формуванню альтернативної, наближеної до реальності естетики, виконують функцію емоційної підтримки та нормалізації недосконалості, забезпечують глокалізацію візуальної культури через поєднання глобальних форматів із національними культурними кодами.

У результаті меми стають не лише гумористичним продуктом, а потужним соціокультурним інструментом, який впливає на колективні уявлення про красу, тіло та самопрезентацію в українському цифровому просторі.

Естетичні тренди, популяризовані соціальними медіа, мають не лише позитивний вплив на формування культурних норм і самовираження, а й низку негативних або прихованих ефектів, які можна визначити як тіньові. Під цим поняттям розуміються соціально-психологічні, культурні та

економічні наслідки, що виникають у результаті домінування стандартизованих візуальних моделей та алгоритмічно стимульованого контенту [32, с. 88–90; 35, с. 61].

Соціальні медіа створюють умови для швидкої циркуляції образів, які визначають стандарти краси. Це формує постійний тиск на користувачів відповідати очікуваним канонам, що проявляється у підвищеній тривожності, комплексах щодо власної зовнішності та формуванні нереалістичних очікувань щодо тіла та обличчя [33, с. 118; 41, с. 227]. Такі ефекти особливо помітні серед молоді, яка активно використовує TikTok, Instagram та інші платформи як засіб самопрезентації та соціальної взаємодії.

Одним із тіньових ефектів є психологічне порівняння та соціальне змагання, коли користувачі оцінюють власну привабливість через призму популярних акаунтів. Алгоритмічне просування контенту створює спотворене уявлення про частоту та поширеність «ідеальних» образів, що посилює соціальний тиск та формує залежність від лайків, переглядів і коментарів [35, с. 62; 37, с. 98].

Ще одним важливим аспектом є комерціалізація краси. Популяризація трендів через співпрацю з брендами, рекламу косметики та одягу стимулює споживчу поведінку та стандартизацію зовнішності відповідно до економічних інтересів медіа та індустрії краси. Це призводить до того, що естетика стає не лише соціальною нормою, а й економічною стратегією, що стимулює витрати на косметику, пластичні процедури та послуги стилістів [31, с. 57; 25, с. 74].

Цифрові технології, зокрема фільтри, AR-мейкап та нейромережі, створюють додаткові тіньові ефекти, оскільки формують нереалістичні образи, які важко відтворити у фізичному світі. Це сприяє формуванню феномену «віртуальної краси», де користувачі намагаються модифікувати власну зовнішність під стандарти, які існують лише у цифровому середовищі [18, с. 121; 35, с. 65].

Соціокультурна наслідкова складова тіньових ефектів проявляється у гомогенізації локальних естетичних практик. Локальні культурні коди та традиційні стандарти краси можуть поступово зникати або адаптуватися під глобальні алгоритмічні тренди, що створює ризик втрати унікальної культурної специфіки [22, с. 93; 8, с. 22–24].

Водночас ці тіньові ефекти стимулюють появу критичних та опозиційних практик, таких як бодіпозитив, антиглянцева естетика та гумористичні меми, які деконструюють домінантні стандарти, демонструючи різноманіття тілесності та альтернативні моделі краси. Таким чином, негативні наслідки естетичних трендів стають каталізатором культурного діалогу, створюючи умови для локальної адаптації глобальних моделей і формування більш інклюзивних практик самопрезентації [31, с. 120; 20, с. 152].

Отже, тіньові ефекти естетичних трендів охоплюють психологічні, соціальні, економічні та культурні аспекти цифрового простору, підкреслюючи необхідність критичного підходу до медіаконтенту та розвитку стратегій адаптації, що зберігають локальні культурні коди та сприяють усвідомленому конструюванню цифрової ідентичності.

## **Висновки до розділу 2**

Підсумовуючи матеріал другого розділу, можна стверджувати, що соціальні медіа виступають центральним середовищем формування сучасних естетичних ідеалів, у якому інтегруються глобальні тенденції та локальні культурні практики. Соціальні платформи, такі як TikTok та Instagram, не лише забезпечують обмін інформацією та розваги, але й функціонують як середовище конструювання нових уявлень про красу, тілесність і стиль. У цьому контексті користувачі одночасно виконують роль споживачів і творців контенту, що створює механізми зворотного зв'язку, формуючи колективні стандарти естетики.

Платформна специфіка TikTok та Instagram визначає характер впливу на користувачів. TikTok завдяки коротким відеоформатам, алгоритмічній стрічці та високій вірогідності вірусного поширення контенту стимулює швидку циркуляцію трендів та формування масових естетичних норм. Ця платформа сприяє появі нових стандартів тілесності, стилю та макіяжу, водночас інтегруючи локальні культурні елементи у глобальні формати. Instagram, у свою чергу, акцентує увагу на фотографіях та reels, ретельно продуманій композиції та професійній обробці, формуючи довготривалі візуальні стандарти та сприяючи розвитку «глянцевої» естетики. Алгоритмічна селекція контенту на обох платформах створює ефект стандартизованої краси, що одночасно підвищує увагу до самоідентифікації та впливає на соціальні взаємодії користувачів.

Локальний контекст, зокрема український сегмент соціальних медіа, демонструє унікальні моделі взаємодії глобальних та національних культурних кодів. Користувачі активно поєднують міжнародні тренди з національними символами, етнічними мотивами, локальними брендами та культурними практиками, створюючи локалізовану естетику, яка поєднує універсальні стандарти та локальну самобутність. Такі практики формують нові стратегії самопрезентації, де краса використовується не лише як естетичний критерій, а й як інструмент культурної ідентифікації та соціальної інтеграції.

Цифрова культура краси має також значний психологічний вплив. Постійне порівняння з популярними акаунтами та алгоритмічно просунутими образами може призводити до формування нереалістичних стандартів, зниження самооцінки та підвищеної тривожності серед молоді. Водночас, рухи body-positive, natural beauty та творчі флешмоби сприяють розвитку самоприйняття, стимулюють експерименти з власною зовнішністю та підтримують культурну інклюзію. Соціальні медіа не лише відтворюють естетичні ідеали, а й створюють простір для їх критики та деконструкції, що дозволяє користувачам формувати власні, персоналізовані моделі краси.

Контент-аналіз українських блогерів у TikTok та Instagram підтверджує мультиплатформену природу цифрової краси. TikTok формує динамічні масові тренди, швидко поширює вірусні естетичні патерни та стимулює інтерактивність користувачів, тоді як Instagram забезпечує більш тривалу візуальну естетику, де увага приділяється композиції, стилю та ретушованим образам. В обох випадках спостерігається поєднання глобальних стандартів і локальних культурних маркерів, що формує унікальні українські практики цифрової краси.

Таким чином, соціальні медіа виступають не просто каналом комунікації або платформою для розваг, а складною культурною екосистемою, де взаємодіють технології, алгоритми, локальні традиції та глобальні тренди. Вони формують нові естетичні норми, впливають на соціальну поведінку, самовираження та ідентичність користувачів, створюючи динамічне, інтерактивне та мультикультурне поле сучасної цифрової краси. Цей розділ створює теоретичну та аналітичну базу для подальшого емпіричного дослідження впливу цифрових платформ на сприйняття краси та соціальні практики самопрезентації.

Отже, соціальні медіа виступають не лише як технічна інфраструктура, а як новий культурний простір, де конструюється, розмивається та переосмислюється поняття краси, відображаючи зміни у колективній свідомості цифрового покоління.

## РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЦИФРОВОЇ КУЛЬТУРИ НА СПРИЙНЯТТЯ КРАСИ (на прикладі TikTok, Instagram тощо)

### 3.1. Цифрова культура як фактор формування естетичних орієнтирів

Цифрова культура виступає одним із ключових середовищ, у якому відбувається переосмислення понять краси, тілесності та привабливості. На відміну від традиційної культури, що ґрунтується на історичних та художніх нормах, цифрова естетика базується на принципах візуальної динаміки, інтерактивності та алгоритмічного впливу.

Дослідники відзначають, що цифрова культура не лише відображає, а й створює соціальні уявлення про красу [31, с. 57; 35, с. 62]. Це середовище функціонує як «віртуальна лабораторія» для конструювання образів, де користувачі експериментують із зовнішністю, фільтрами, візуальними ефектами, створюючи нові культурні значення.

У межах TikTok та Instagram можна виокремити кілька типів естетичних практик, а саме трендова естетика (створення образів, які відповідають поточним вірусним тенденціям), естетика автентичності (прагнення виглядати «справжнім», без надмірної ретуші), комерціалізована краса (використання краси як інструменту просування продуктів, послуг або власного бренду).

Цифрова культура, таким чином, створює нову систему координат, у якій краса розглядається як соціальний ресурс, засіб комунікації та форма самовираження [37, с. 99].

Цифрові платформи TikTok та Instagram стали ключовими майданчиками для формування та трансляції естетичних ідеалів, оскільки дозволяють поєднувати масову аудиторію з можливістю персоналізації контенту. Дослідження показують, що саме візуальні медіа змінюють сприйняття тіла, стилю та самоідентичності [37, с. 84; 38, с. 110].

Для аналізу використано комплексний метод, який поєднує: контент-аналіз відео та фотографій, дослідження хештегів і популярних трендів, аналіз реакцій аудиторії (лайки, коментарі, поширення контенту).

Це дозволяє простежити структуру популярних естетичних ідеалів і вплив їх на сприйняття краси у різних вікових та соціальних групах.

Технології штучного інтелекту та нейромереж сьогодні стають ключовим чинником формування цифрових естетичних стандартів у соціальних медіа. Алгоритми машинного навчання аналізують величезні обсяги контенту та даних про користувачів, включаючи лайки, перегляди, коментарі та історію взаємодії з платформою. На основі цих даних платформи формують персоналізовані стрічки контенту, що впливають на сприйняття краси та привабливості [35, с. 65; 18, с. 122].

Нейромережі використовуються для автоматичного підбору образів, стилів макіяжу, фільтрів та ефектів, які відповідають популярним естетичним паттернам. Це створює явище алгоритмічно рекомендованої краси, де користувач бачить стандартизовані образи, що швидко стають нормативними і поширюються серед широкої аудиторії. У результаті відбувається «цифрова стандартизація» зовнішності: схожі риси обличчя, фігури, кольорові схеми та стилі одягу стають домінантними [31, с. 57; 37, с. 62].

Крім формування візуальних норм, штучний інтелект впливає на психологічне сприйняття користувачів. Рекомендації алгоритмів стимулюють порівняння себе з популярними акаунтами, що підвищує увагу до зовнішності та може створювати психологічний тиск. Водночас технології ШІ дозволяють створювати нові форми самовираження: користувачі експериментують із фільтрами, AR-мейкапом, цифровими ефектами та стилізаціями, що не були б можливі у традиційному медійному просторі [32, с. 88–90; 41, с. 227].

Особливо важливою є роль нейромереж у процесі персоналізації естетики. Завдяки аналізу індивідуальних переваг алгоритми можуть пропонувати контент, що відповідає смаковим уподобанням користувача,

одночасно підштовхуючи до асиміляції популярних глобальних трендів. Це формує інтерактивне середовище, де цифрова краса стає не лише об'єктом спостереження, а й інструментом соціальної адаптації та комунікації [35, с. 65; 18, с. 124].

Використання штучного інтелекту та нейромереж у цифровій культурі також створює потенціал для критичного переосмислення естетичних норм. Фільтри та алгоритмічні рекомендації можуть бути адаптовані для підтримки бодіпозитивних ініціатив, популяризації природної краси та локальних культурних кодів. Таким чином, технології ШІ не лише транслюють стандарти, але й стають інструментом експерименту та гнучкого конструювання візуальної культури [31, с. 120; 25, с. 60].

Психологічні та соціальні наслідки цифрових естетичних трендів проявляються у кількох ключових вимірах сучасного життя та взаємодії людей у соціальних медіа.

По-перше, постійне порівняння власного образу з цифровими ідеалами краси, які демонструються у TikTok, Instagram та інших платформах, може призводити до зниження самооцінки, появи тривожності, невдоволення власною зовнішністю та формування комплексів. Користувачі часто прагнуть адаптувати свою зовнішність до алгоритмічно популяризованих стандартів, використовуючи косметику, цифрове редагування, фільтри та AR-макіяж, що створює психологічний тиск і підсилює феномен «цифрового канону краси» [32, с. 88–90; 37, с. 99].

По-друге, цифрові естетичні тренди стають важливим чинником соціальної взаємодії та формування культурних норм. Краса у цифровому середовищі перетворюється на ресурс, який забезпечує соціальну видимість, престиж та статус, а лайки, коментарі та поширення контенту виступають індикаторами прийнятності образу. Це стимулює активну самопрезентацію, експериментування зі стилем та тілесністю, одночасно підкоряючись алгоритмічним вимогам платформ [31, с. 57; 35, с. 62].

По-третє, цифрові естетичні тренди сприяють появі нових форм соціальної критики та культурного опору. Рухи *body-positive*, *natural beauty* та флешмоби проти ретуші і «глянцевих» стандартів дозволяють користувачам висловлювати індивідуальні та локальні естетичні позиції, демонструючи альтернативні моделі тілесності та краси. У цьому контексті соціальні медіа виступають не лише як простір конструювання ідеальної зовнішності, а й як платформа для деконструкції усталених норм, що підкреслює їх роль у культурній динаміці та мультикультурній адаптації [25, с. 60; 42, с. 121].

Таким чином, цифрові естетичні тренди формують комплексний вплив на психологічну сферу користувачів і соціальні практики, одночасно стимулюючи самовираження, культурну інтеграцію та критичне переосмислення традиційних уявлень про красу і тілесність.

Інтерактивність соціальних медіа та колективне конструювання естетики виступають ключовими механізмами формування сучасних уявлень про красу і тілесність. Соціальні платформи, такі як TikTok, Instagram та YouTube, дозволяють користувачам не лише споживати контент, а й активно впливати на його створення, редагування та поширення, що перетворює процес формування естетичних стандартів на спільну соціальну практику [31, с. 57; 35, с. 62].

Інтерактивність проявляється через кілька аспектів. По-перше, користувачі взаємодіють із контентом за допомогою лайків, коментарів, репостів, що забезпечує зворотний зв'язок і сприяє швидкому поширенню популярних образів. Алгоритми платформ посилюють цей ефект, просуваючи найбільш залучений контент, що формує своєрідний «цифровий канон краси» [37, с. 99]. По-друге, колективна участь у створенні трендів, флешмобів та вірусних викликів дозволяє користувачам експериментувати зі стилем, макіяжем, одягом і тілесністю у відповідності з актуальними вірусними естетичними моделями, водночас додаючи власні локальні або індивідуальні елементи [18, с. 124; 25, с. 60].

Коллективне конструювання естетики також проявляється через культурну адаптацію глобальних трендів. Українські користувачі, інтегруючи локальні символи, національні мотиви та етнічні елементи у свої цифрові образи, створюють унікальні культурні синтети, що поєднують глобальні стандарти з локальною специфікою. Це підкреслює гнучкість цифрової культури та її здатність формувати мультикультурні платформи для самовираження та соціальної інтеграції [8, с. 22–24; 22, с. 89].

Важливим аспектом колективного конструювання естетики є також взаємодія користувачів із технологіями штучного інтелекту та нейромережами. Використання алгоритмічних рекомендацій, фільтрів, AR-макіяжу та генеративних інструментів дозволяє створювати стандартизовані, але при цьому персоналізовані образи, що одночасно відповідають трендам і демонструють індивідуальність [37, с. 110].

Таким чином, інтерактивність і колективне конструювання естетики у цифровій культурі формують нову соціальну екосистему краси, де стандарти естетики є результатом одночасного впливу алгоритмів, глобальних медіатрендів і локальних культурних практик, а користувачі виступають активними агентами цього процесу, створюючи динамічні та мультикультурні моделі краси

Платформа TikTok стала символом нової епохи цифрової культури, у якій краса виступає не лише естетичною категорією, а й формою соціального капіталу. Візуальні образи в TikTok мають динамічний характер — короткі відео поєднують музику, рух, вираз обличчя, фільтри та спецефекти, що створює складну систему культурних кодів.

У межах TikTok спостерігається процес інтенсивного тиражування образів, коли певний формат краси (наприклад, «clean girl», «soft glam» або «natural look») набуває статусу тренду й стає нормативним. Кожен користувач має змогу стати «творцем краси», що суттєво змінює уявлення про авторство та оригінальність в естетичній культурі [31, с. 57; 18, с. 122–124].

Ця платформа активно впливає на тілесну поведінку (користувачі свідомо відтворюють певні пози, рухи, міміку, щоб відповідати трендам), візуальну мову (формується стандартизовані композиційні схеми — крупні плани обличчя, плавні рухи, мінімалістичне освітлення), самопрезентацію (краса стає формою соціальної участі — відео, що відображає «естетично приємний» стиль, часто отримує більше переглядів і схвалення).

Український сегмент TikTok відзначається поєднанням глобальних трендів із локальними культурними рисами: етнічні мотиви, національні кольори, українська мова як частина візуального стилю. Це сприяє створенню нової естетики української цифрової культури, де краса ототожнюється із самотністю [8, с. 22–24].

TikTok надає унікальну можливість швидко поширювати відеоконтент, створюючи нові стандарти краси та поведінки. Короткі відео (15–60 секунд) дозволяють користувачам демонструвати макіяж, стиль одягу, фізичні дані, танцювальні та акторські навички, які сприймаються як модель ідеалу [44, с. 365; 45, с. 102].

Особливості TikTok у формуванні культури краси відіграють відеофільтри та редагування обличчя — створюють ідеалізовані образи, використання популярних хештегів (#beauty, #selfcare, #bodypositivity) — формує масові стандарти сприйняття, механізм рекомендацій (For You Page) — алгоритм підбирає контент під інтереси користувача, створюючи ефект нормалізації конкретного типу краси [41, с. 210].

За спостереженням Матвієнко І., TikTok сприяє формуванню нових тілесних і візуальних норм, особливо серед молоді, яка активно наслідує відеотренди [24, с. 125].

Instagram залишається провідною платформою у формуванні сучасних уявлень про красу. Його основна особливість полягає у візуальному перфекціонізмі — користувачі прагнуть створити «ідеальний» образ, що відповідає глянцеви́м стандартам.

Феномен “цифрової краси” полягає в тому, що завдяки технологічним інструментам (редактори, фільтри, AR-макіяж) користувач може конструювати власне тіло і зовнішність. Як зазначає Л. Левчук, «цифрова краса» — це не просто відтворення реальності, а її естетичне перетворення, де візуальний образ підпорядковується законам медійного впливу [19, с. 104].

У межах Instagram функціонує три основні типи естетичних стратегій такі як: глянцево-комерційна естетика — асоціюється з брендами, інфлюенсерами, фотостудіями; естетика «реалістичної краси» — користувачі відмовляються від фільтрів, демонструючи природність; естетика протесту — поширення бодіпозитивного контенту, відмова від «цифрового ідеалу» як реакція на стандартизацію [42, с. 121].

Алгоритми Instagram підтримують циркуляцію певних образів, тому користувачі підсвідомо адаптують свій стиль до тих параметрів, що «просуваються» платформою. Це створює парадокс: цифрова краса начебто демократична, але насправді підпорядковується логіці алгоритмів і ринкових механізмів [35, с. 62].

Instagram залишається основною платформою для фотографічної самопрезентації, де естетичні ідеали демонструються через профілі, stories та reels. Основні особливості: акцент на стильному оформленні контенту, композиції та освітленні, вплив блогерів та медіаінфлюенсерів як прикладів естетичної досконалості, використання цифрових фільтрів і корекції зображень, що формує сприйняття «ідеальної краси» [39, с. 196].

Українські дослідники відзначають, що Instagram активно впливає на формування локальних стандартів краси, адаптуючи західні тренди до національних культурних кодів [22, с. 102; 25, с. 62].

Порівняння платформ дозволяє виділити відмінності у механізмах конструювання краси: TikTok — динамічні відео, акцент на рух, музичний супровід, трендовість моменту; Instagram — статичні фотографії, ретельно опрацьовані образи, підкреслення стилю та візуальної естетики.

Обидві платформи нормалізують стандарти зовнішності, але TikTok більше впливає на масові поведінкові тренди, тоді як Instagram формує довготривалу візуальну естетику [44, с. 370; 37, с. 92].

### **3.2. Психологічні ефекти та механізми впливу цифрових естетичних ідеалів**

Цифрова естетика має не лише культурний, а й глибокий психологічний вплив. Постійне порівняння себе з ідеалізованими образами спричиняє зниження самооцінки, соціальну тривожність і комплекс неповноцінності, особливо серед молоді [32, с. 88–90].

Дослідження психологів Національного університету «Києво-Могилянська академія» засвідчують, що регулярне використання Instagram і TikTok підвищує рівень тривожності, пов'язаної з образом тіла, у 64% опитаних студентів. Більшість респондентів визнають, що фільтри та редагування зображень створюють у них відчуття нереалістичних стандартів краси [44, с. 73–75].

Психологічні ефекти цифрової краси можна поділити на три основні групи, а саме: емоційні (незадоволення власною зовнішністю, страх «не відповідати» трендам), поведінкові: надмірна увага до зовнішності, часте редагування зображень, фіксація на лайках), соціальні (формування залежності від схвалення аудиторії, зростання значущості візуальної оцінки).

Таким чином, естетика соціальних мереж безпосередньо впливає на психологічне самопочуття користувачів, створюючи нову форму соціально-естетичної залежності.

Алгоритми соціальних платформ і цифрові фільтри створюють єдині канони краси, які користувачі підсвідомо приймають як норму. Фільтри змінюють риси обличчя, колір шкіри, структуру тіла. Алгоритми визначають популярність контенту за параметрами «подобається/репост/коментар». Вплив на психіку: підвищення тривожності,

порівняльна поведінка, прагнення відповідати цифровим ідеалам [45, с. 110; 41, с. 218].

Це явище особливо актуальне серед підлітків та молоді, що активно користуються платформами, формуючи нові стандарти самооцінки і тілесності.

Українська цифрова культура розвивається у двох напрямках: асиміляційному (запозичення глобальних трендів) та трансформаційному (створення власних естетичних форм). Молоді українські користувачі активно поєднують елементи світових візуальних практик із локальними культурними кодами — мовою, символами, елементами традиційного костюму [8, с. 23; 18, с. 124].

Український цифровий простір формує унікальну модель культури краси, у якій глобальні медійні тренди поєднуються з локальною ідентичністю, історичною пам'яттю, національною символікою та досвідом соціальних трансформацій. Як підкреслює О. Гриценко, медіакультура в Україні є простором актуалізації колективної ідентичності та переосмислення культурних кодів [6, с. 41]. У цьому контексті соціальні мережі стають не лише каналом самопрезентації, але й особливою платформою для реконструкції уявлень про українську красу.

Однією з ключових тенденцій є активне використання візуальних символів української культури — вишивки, народних орнаментів, вінків, регіональної символіки. Така естетика відповідає тому, що Т. Гуменюк визначає як «візуально-тілесну репрезентацію культурного коду» у цифрових середовищах [7, с. 48]. Особливо помітні ці тенденції у TikTok, де молодь поширює флешмоби з макіяжем, стилізованим під етнічні мотиви, або танцювальні відео з використанням української народної музики.

В Instagram національна тематика проявляється у професійних фотопроектах, що репрезентують «сучасну українську красу» через символічні образи — традиційні вінки, елементи вбрання, природні локації. Як зазначає І. Іванченко, сучасні образи краси в медіапросторі функціонують

як маркери культурної пам'яті [13, с. 112], що в українському випадку набуває особливої актуальності.

У період після 2014 року, а особливо після 2022 року, візуальна культура краси в Україні набула значення культурного спротиву. У соцмережах активно поширюються патріотичні естетичні практики: макіяж у кольорах українського прапора, символічні візерунки, зображення сили та стійкості. Такі візуальні коди відповідають тому процесу, який О. Ковальчук описує як «переосмислення тілесності через соціальні виклики» [17, с. 86].

TikTok став ареною для флешмобів, що поєднують красу, національну ідентичність та культурний активізм. Instagram, у свою чергу, демонструє «естетику стійкості» — поєднання натуральності, мінімальної ретуші та символічних елементів української культури.

Українська цифрова естетика характеризується здатністю адаптувати світові тренди до національного контексту. Це підтверджує Н. Кваша, наголошуючи, що цифрові медіа в Україні формують «гібридні естетичні моделі, де поєднуються глобальні стилі та локальні культурні маркери» [16, с. 98].

Наприклад: тренд *clean girl* поєднується з етнічними прикрасами, корейська естетика *glass skin* адаптується через використання українських косметичних засобів, *soft glam* інтерпретується з акцентом на природності, якого дотримуються українські фотографи.

Такі практики свідчать про процес локалізації глобальної культури краси.

Популяризація локальних косметичних брендів (*Zerno, Oread, GLO, Botanical Lab* тощо) посилила національний характер цифрової естетики. Візуальні наративи цих брендів ґрунтуються на натуральності, екологічності та використанні локальних ресурсів. Цю тенденцію описує О. Попович, підкреслюючи переорієнтацію української культури на автентичність та цінність природності [27, с. 44].

Алгоритми Instagram сприяють формуванню «естетики українського мінімалізму», де чисті текстури та природні кольори поєднуються з локальними мотивами.

Особливість українського контексту — формування культури краси в умовах воєнних подій, що відображає соціальну реальність. За О. Зінченко, цифрова тілесність у часи криз стає засобом емоційної самопрезентації та підтримки колективної ідентичності [12, с. 67]. У соцмережах поширюються образи жінок-військових, волонтерок, лікарток, де краса нерідко постає у своєму «неглянцевому» вимірі.

Українські блогери — Софія Стужук, Роксана Росюк, Idealist, Jerry Neil — активно поширюють візуальні образи, що поєднують красу, самопрезентацію та культурний зміст. Як наголошує Т. Черниш, інфлюенсери є ключовими агентами алгоритмізації естетики у соцмережах [35, с. 64].

Вони адаптують світові тренди, додаючи їм українського контексту, а також популяризують ідею прийняття природної зовнішності, що корелює з психологією самопрезентації, описаною Н. Шевченко [36, с. 52].

Психологічне сприйняття краси в Україні тісно пов'язане з пошуком підтримки та самоідентифікації через візуальність. Цю тезу підтверджує дослідження Л. Терлецької, яка підкреслює, що в умовах цифрової культури українська молодь використовує соціальні мережі як інструмент стабілізації самооцінки й формування ціннісних орієнтирів [32, с. 118].

Психологічні ефекти цифрової краси формують нову динамічну систему впливу на емоційний та соціальний стан користувачів соціальних мереж, де візуальні образи стають ключовим механізмом самовизначення, соціальної взаємодії та культурної комунікації. Масова присутність ідеалізованих образів у цифровому середовищі створює потужний психосоціальний вплив, що проявляється у різноманітних аспектах.

Одним із найбільш помітних ефектів є формування нереалістичних стандартів краси, коли алгоритми TikTok, Instagram та інших платформ

підсилюють популярність контенту, що відповідає певним візуальним ідеалам. Це призводить до того, що підлітки та молодь сприймають «досконалу зовнішність» як норму, що вимагає постійного відповідності актуальним трендам [44, с. 372; 45, с. 115]. Алгоритмічна селекція посилює концентрацію уваги на певних пропорціях тіла, рисах обличчя, стилях макіяжу та одягу, створюючи цифровий канон краси, який швидко стає соціально прийнятним.

Другим важливим психологічним аспектом є соціальне порівняння та формування самооцінки. Користувачі активно порівнюють власні образи з популярними інфлюенсерами, блогерами та відомими акаунтами, що часто призводить до зниження самооцінки, підвищеної тривожності, внутрішнього тиску відповідати візуальним стандартам та до формування комплексів щодо власного тіла [41, с. 225; 37, с. 95]. Українські психологи, зокрема Бондаренко Н. (2021), підтверджують, що використання фільтрів та цифрової ретуші негативно впливає на сприйняття власного тіла, стимулюючи порівняння з ідеалізованими образами та підвищуючи психологічну напругу [25, с. 70].

Водночас цифрова краса може мати позитивний вплив на психологічний стан користувачів. Рухи *body-positive*, *natural beauty*, творчі флешмоби та челенджі сприяють розвитку самоприйняття, впевненості у собі та стимулюють експерименти з власною зовнішністю як формою самовираження [31, с. 125]. Ці практики демонструють потенціал цифрового середовища для створення безпечного простору, де різноманітність тілесності визнається і підтримується, а користувачі отримують можливість формувати індивідуальні стандарти краси, не обмежуючись домінантними алгоритмічними моделями.

Психологічні та соціальні наслідки цифрової краси також проявляються у формуванні нових культурних очікувань та поведінкових патернів. Візуальна взаємодія з контентом стає складовою соціальної інтеграції, де естетичні норми впливають на спосіб комунікації, стиль одягу, макіяж,

фотографування та презентацію власного образу у соціальному просторі [37, с. 99]. Таким чином, цифрова краса є не лише естетичним явищем, а й складним психосоціальним феноменом, який визначає поведінку, емоційні реакції та культурні уявлення користувачів, формуючи нові стандарти взаємодії між глобальними медіатрендами та локальними культурними практиками.

### **3.3. Український контекст цифрової культури краси: тренди та контент-аналіз**

Український контекст цифрової культури краси демонструє унікальне поєднання глобальних трендів та локальних культурних практик, що формує специфічний цифровий естетичний простір. Соціальні медіа, зокрема TikTok, Instagram та YouTube, стали ключовими платформами для конструювання і трансляції естетичних норм, де візуальні образи тіла та обличчя відіграють центральну роль. Дослідники відзначають, що цифрові середовища не лише відображають існуючі стандарти краси, а й активно їх створюють, визначаючи соціальні очікування щодо тілесності, зовнішності та самопрезентації [31, с. 57; 35, с. 62].

В українському цифровому просторі спостерігається явище глокалізації, коли глобальні медіатренди поєднуються з локальними культурними кодами. Користувачі інтегрують у свої образи елементи національної ідентичності, такі як вишиванка, етнічні орнаменти, українська мова у підписах та локальні бренди косметики, що створює унікальні культурні мікси та підкреслює національну самобутність [8, с. 22–24; 22, с. 89]. Цей процес дозволяє молоді формувати персоналізовану естетику, що відповідає як глобальним, так і локальним візуальним стандартам.

Цифрові платформи сприяють швидкій циркуляції трендів, де алгоритми TikTok та Instagram відіграють роль «стандартизатора» цифрової краси. Алгоритмічна селекція просуває найбільш популярний контент, що відповідає певним візуальним моделям, тим самим формуючи цифровий

канон краси. Такий вплив призводить до швидкого поширення вірусних трендів та уніфікації зовнішності, зокрема рис обличчя, фігур, стилю одягу та макіяжу [35, с. 62; 37, с. 99].

Разом із цим, українські користувачі активно створюють локальні тренди, що формують «експортну» естетику країни. Прикладами є флешмоби у TikTok із національними мотивами в макіяжі, відео з елементами народних танців у сучасній обробці, а також контент у Instagram, де поєднуються streetwear та традиційні українські елементи, зокрема вінки, вишиванки та народні прикраси. Локальні бренди органічної та еко-косметики активно використовують цифрові платформи для популяризації чистої та природної краси, що підкреслює тенденцію до синтезу сучасності та традиційної культури [18, с. 124; 22, с. 75].

Одним із ключових механізмів конструювання естетичних образів є використання технологій штучного інтелекту та нейромереж. Фільтри, AR-макіяж, цифрова ретуш та алгоритмічні рекомендації дозволяють користувачам модифікувати зовнішність у реальному часі, створюючи персоналізовані образи, що відповідають очікуванням аудиторії. Ці технології не лише спрощують процес самопрезентації, а й формують нові стандарти краси, що швидко стають соціально прийнятними [31, с. 57; 35, с. 62].

Цифрова культура краси в українському контексті має також значні психологічні та соціальні наслідки. Алгоритмічна популяризація ідеалізованих образів спричиняє нереалістичні очікування щодо власної зовнішності та підвищує рівень соціального порівняння, що може призводити до зниження самооцінки, тривожності та тиску на відповідність глобальним стандартам [41, с. 225; 37, с. 95; 25, с. 70]. Водночас рухи body-positive та natural beauty сприяють розвитку самоприйняття, впевненості у собі та культурної інклюзії, демонструючи потенціал цифрового середовища як простору для критики стереотипів та експериментів із тілесністю [31, с. 125; 20, с. 152].

Особливу роль у формуванні локальних естетичних кодів відіграють меми, гумор та культурні флешмоби. Вони дозволяють легко транслювати нові уявлення про красу, критикувати стандарти та адаптувати глобальні тренди до локального контексту, створюючи культурні моделі, які є доступними для широкого кола користувачів. Меметична комунікація стає інструментом соціальної інтеграції та колективного конструювання естетики [18, с. 121; 31, с. 120].

Інтерактивність соціальних мереж дозволяє колективно формувати естетичні норми, коли користувачі не лише споживають контент, а й активно його модифікують, створюючи нові образи, обговорюючи їх у коментарях, поширюючи у мережі та формуючи масові тренди. Це створює середовище, в якому локальні та глобальні стандарти постійно взаємодіють, змінюючи сприйняття краси та культурну поведінку користувачів [37, с. 99; 35, с. 61].

Контент-аналіз українського сегменту TikTok та Instagram демонструє структуровану взаємодію глобальних та локальних естетичних кодів. Аналіз відео, фотографій, хештегів та реакцій аудиторії дозволяє простежити, як цифрові платформи формують стандарти краси, одночасно стимулюючи індивідуальну та колективну креативність користувачів. Результати свідчать, що український цифровий простір краси відзначається гнучкістю, мультикультурною відкритістю та синтезом традиційних та сучасних естетичних практик [8, с. 22–24; 18, с. 124; 22, с. 75].

Таким чином, український контекст цифрової культури краси виступає складним соціокультурним феноменом, у якому глобальні медіатренди, локальні культурні коди, технології штучного інтелекту та нейромереж, психологічні реакції користувачів та інтерактивні практики колективного конструювання образу взаємодіють, формуючи нові стандарти естетики та цифрової ідентичності. Цей процес є ключовим для розуміння сучасних медіа-практик, трансформації культурних уявлень про красу та розвитку молодіжної цифрової субкультури.

Український цифровий простір краси в TikTok та Instagram демонструє інтеграцію глобальних трендів та локальних культурних кодів, формуючи специфічну естетичну систему, що поєднує візуальні стандарти, технології штучного інтелекту та соціальні практики. Для дослідження було обрано десять активних українських акаунтів блогерів, що спеціалізуються на beauty-контенті, що дозволяє простежити характерні патерни формування естетики, використання цифрових інструментів та реакцію аудиторії. Аналіз включав тип контенту — макіяж, стиль одягу, тілесні практики та lifestyle, візуальні ефекти — фільтри, ретуш, AR-ефекти, а також взаємодію аудиторії, включаючи лайки, коментарі та поширення контенту [22, с. 108; 25, с. 72].

Дослідження показує, що TikTok та Instagram виконують різні функції у формуванні естетичних ідеалів. TikTok, орієнтований на короткі відео, трендові аудіо та AR-фільтри, сприяє швидкому поширенню вірусних тенденцій та масовому наслідуванню глобальних beauty-трендів серед молоді 13–25 років. Платформа стимулює динамічне конструювання цифрової краси, де користувачі експериментують із зовнішністю, стилем і поведінкою, одночасно реагуючи на алгоритмічно популярний контент [31, с. 57]. Instagram, навпаки, орієнтований на статичні фото та reels, професійну обробку зображень, композицію та ретуш, що формує довготривалу візуальну естетику та впливає на сприйняття краси серед аудиторії 18–35 років. Візуальні ефекти в Instagram підкреслюють стандартизовану «глянцева» естетику, поєднуючи глобальні тренди з локальними культурними маркерами, такими як українські візерунки, національна мова у підписах та локальні бренди косметики [22, с. 110; 31, с. 128].

Контент-аналіз виявив, що українські блогери активно комбінують глобальні стандарти з локальною культурною самобутністю, створюючи унікальні цифрові образи. В TikTok спостерігається адаптація глобальних beauty-трендів до українських реалій через флешмоби та відео з елементами народних танців, використання кольорів національного прапора в макіяжі та етнічних мотивів у стилі одягу. В Instagram ця тенденція проявляється у

фотопроектах «українська краса», де вінки, вишиванки та народні прикраси поєднуються із сучасним стилем, streetwear та професійною обробкою зображень [18, с. 124; 22, с. 75].

Цифрові інструменти, зокрема фільтри, AR-мейкап, нейромережі для зміни рис обличчя та ретушування тіла, відіграють ключову роль у створенні персоналізованих образів, що відповідають очікуванням аудиторії. Вони дозволяють користувачам модифікувати зовнішність у реальному часі, поєднуючи масові стандарти та власні естетичні вподобання, тим самим формуючи нові норми цифрової краси [31, с. 57; 35, с. 62].

Психологічний та соціальний вплив такого контенту проявляється у формуванні нереалістичних стандартів, підвищеному соціальному порівнянні та стимулюванні самопрезентації через цифрові образи. Одночасно спостерігається поширення позитивних тенденцій, таких як рухи body-positive, natural beauty та автентичні локальні практики, що сприяють культурній інклюзії та розвитку самоприйняття серед молоді [31, с. 125; 25, с. 60].

Українські соціальні медіа стають платформою для колективного конструювання естетики та культурного експерименту, де глобальні стандарти взаємодіють із локальними кодами, створюючи мультикультурний цифровий простір. Локальні кейси демонструють високий рівень критичності до нав'язаних медійних стандартів, що проявляється у популярності флешмобів, культурних кампаній, body-positive рухів та акценті на природності й автентичності. Це дозволяє українській молоді не лише відтворювати глобальні моделі краси, а й адаптувати їх до національного культурного контексту, формуючи унікальний цифровий канон краси [20, с. 152; 23, с. 41].

Порівняльний аналіз TikTok та Instagram демонструє мультиплатформену природу впливу цифрової культури на сприйняття краси. TikTok формує швидкі масові тренди та стимулює динамічну участь аудиторії, тоді як Instagram формує довготривалі естетичні канони,

орієнтовані на композицію, стиль та візуальну ретуш. В обох випадках українські користувачі активно інтегрують локальні культурні маркери, створюючи синтез глобальної та національної естетики. Це дозволяє розглядати цифрову красу як соціокультурний феномен, що визначає поведінкові, психологічні та культурні практики сучасної української молоді, а також формує основу для подальших емпіричних та аналітичних досліджень [8, с. 22–24; 18, с. 124; 22, с. 75].

### **Висновки до розділу 3**

Підсумовуючи матеріал третього розділу, можна стверджувати, що цифрова культура суттєво трансформує уявлення про красу, тілесність та естетику, створюючи нові орієнтири, які впливають на поведінку, самовираження та соціальну ідентичність користувачів. Соціальні платформи, зокрема TikTok та Instagram, виступають ключовими майданчиками формування цифрової краси, об'єднуючи глобальні тенденції з локальними культурними практиками та індивідуальними стратегіями самопрезентації.

Аналіз показує, що TikTok стимулює швидку циркуляцію вірусних естетичних трендів, створюючи масові стандарти зовнішності, макіяжу та стилю одягу, тоді як Instagram формує довготривалу візуальну культуру, акцентуючи увагу на ретушованих фотографіях, композиції та стилізованому контенті. Алгоритми обох платформ впливають на популярність контенту та норми привабливості, формуючи стандартизовані зразки краси, які стають критерієм соціальної прийнятності та взаємодії серед користувачів.

У третьому розділі було здійснено комплексний аналіз впливу цифрової культури на формування та трансформацію уявлень про красу в контексті соціальних медіа, зокрема таких платформ, як TikTok та Instagram. Дослідження показало, що цифровий простір став головним середовищем продукування, поширення й нормалізації естетичних ідеалів, які суттєво впливають на культурні практики, соціальні стосунки та психологічний стан користувачів.

Соціальні медіа перетворилися на медіатори естетичних норм, де краса стала формою символічного капіталу. Вони не лише відтворюють традиційні уявлення про привабливість, а й створюють нові стандарти, що залежать від алгоритмів, трендів і візуальної привабливості контенту. Особливо це помітно у феномені “цифрової краси”, який поєднує технологічні можливості редагування зображення з психологічною потребою людини у соціальному схваленні.

TikTok сприяє демократизації естетичних практик, роблячи кожного користувача потенційним творцем культурних трендів. Водночас він формує потужний механізм наслідування, у якому повторюваність образів призводить до стандартизації краси. Instagram, навпаки, закріплює естетику візуального перфекціонізму, де відшліфований образ стає синонімом успіху, гармонії та соціальної вартості.

Дослідження виявило й низку психологічних ефектів, пов’язаних із цифровою естетикою: підвищену тривожність, зниження самооцінки, емоційну залежність від оцінок у мережі. Ці явища мають не лише індивідуальний, а й культурний вимір — формують нові соціальні моделі поведінки, що визначаються естетичними трендами.

В українському контексті цифрова культура краси має подвійний характер. З одного боку, вона інтегрована у глобальний простір візуальних практик, з іншого — зберігає тенденцію до культурної автономії. Українські користувачі активно переосмислюють поняття краси через національну ідентичність, автентичність та природність. Таким чином, цифрова естетика в Україні стає інструментом культурного самовираження й символом опору гомогенізації глобальної медіакультури.

Психологічні ефекти цифрових естетичних трендів проявляються у кількох площинах. По-перше, поширення ідеалізованих образів призводить до формування нереалістичних стандартів, стимулюючи соціальне порівняння та можливе зниження самооцінки, особливо серед молоді. По-друге, використання фільтрів, AR-ефектів та ретушованого контенту змінює

сприйняття власного тіла та обличчя, що створює додатковий психологічний тиск. По-третє, проте, існують позитивні аспекти цифрової культури краси, зокрема рухи *body-positive*, *natural beauty* та творчі флешмоби, які сприяють розвитку самоприйняття, впевненості у собі та підтримують культурну різноманітність.

Український контекст цифрової культури краси демонструє особливу модель взаємодії глобальних трендів та локальної самобутності. Контент-аналіз популярних українських акаунтів у TikTok та Instagram показує, що блогери активно поєднують міжнародні стандарти краси з національними символами, етнічними мотивами та локальними брендами косметики. Це створює унікальні культурні моделі, які дозволяють користувачам формувати персоналізовані стратегії самопрезентації та відчуття належності до глобальної цифрової спільноти, водночас зберігаючи локальні культурні коди.

Таким чином, цифрова культура виступає не лише середовищем поширення естетичних ідеалів, а й платформою для психологічної та соціальної взаємодії, колективного конструювання краси, критики стандартів та розвитку нових культурних практик. Вплив TikTok, Instagram та інших платформ має мультиаспектний характер, охоплюючи формування масових трендів, локальні модифікації, психологічні наслідки та соціальні механізми нормалізації. Цей розділ підкреслює, що цифрова краса є динамічним феноменом, який постійно адаптується до змін у культурному середовищі, технологіях та поведінкових практиках користувачів, формуючи нові орієнтири естетики та самовираження у сучасному суспільстві.

Отже, можна зробити висновок, що цифрова культура радикально змінює не лише способи представлення краси, але й саму її сутність: від статичного ідеалу — до динамічного процесу самоконструювання. У соціальних медіа краса перетворюється на мову культурної комунікації, що визначає цінності, ідентичності та соціальні взаємодії сучасної людини.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У магістерській роботі було здійснено комплексне дослідження культури краси в умовах цифрової трансформації, зокрема її проявів та впливів у соціальних медіа, таких як TikTok та Instagram. Проведене теоретичне узагальнення, аналіз цифрових платформ та контент-аналіз українського сегменту дозволили виділити ключові тенденції, механізми формування сучасних естетичних норм та їх взаємозв'язок із соціальними, культурними та психологічними процесами.

У магістерському дослідженні «Культура краси в епоху соціальних медіа» було здійснено комплексне теоретико-методологічне, культурологічне та аналітичне осмислення феномену краси як складової сучасної цифрової культури. Результати роботи засвідчили, що соціальні медіа — TikTok, Instagram, YouTube, Pinterest — стали не лише технологічними платформами комунікації, а й повноцінними просторами культурного виробництва, у яких формуються, циркулюють і закріплюються нові естетичні ідеали.

Проведене дослідження дозволило з'ясувати, що поняття краси в сучасному культурному дискурсі втрачає свою традиційну онтологічну стабільність і набуває медіатизованого характеру. Краса стає частиною комунікативного процесу, залежного від алгоритмів, трендів і візуальної репрезентації. Соціальні медіа виступають своєрідними «фабриками краси», де візуальні норми формуються на перетині масових естетичних уподобань, комерційних інтересів і технологічних можливостей редагування зображень.

У першому розділі було встановлено, що культура краси є складним міждисциплінарним феноменом, який поєднує естетику, культурологію, соціологію, антропологію та комунікаційні студії. З розвитком цифрових технологій відбулося переосмислення категорій візуальності, тілесності та комунікації, що зумовило появу нових форм самопрезентації та взаємодії.

Було визначено, що сучасні естетичні ідеали функціонують у полі гібридності: глобальні стандарти співіснують із локальними культурними

кодами, формуючи нові стратегії конструювання краси. Цей процес відбувається у координатах цифрової культури, де важливими стають швидкість тиражування образів, алгоритмічні механізми та інтерактивність. У цьому розділі було визначено основні теоретико-методологічні засади дослідження культури краси. Узагальнено підходи класичних філософів і сучасних культурологів, зокрема І. Канта, Г. Гегеля, Ю. Лотмана, М. Бахтіна, Л. Левчук, О. Лагутенко, О. Поповича, які підкреслюють соціокультурну природу естетичного досвіду. У роботі показано, що краса функціонує як культурний конструкт, який змінюється відповідно до історичних, соціальних та технологічних трансформацій. Було сформульовано власне визначення культури краси як системи соціально значущих естетичних цінностей, що структурують поведінку, самопрезентацію та візуальні комунікації індивіда.

Другий розділ продемонстрував, що соціальні медіа виступають не просто каналами комунікації, а активними середовищами, які формують, закріплюють і транслують нові норми привабливості. TikTok та Instagram були проаналізовані як різні, але взаємодоповнювальні платформи: TikTok генерує вірусні візуальні тренди, що швидко поширюються серед молоді, тоді як Instagram формує стабільніші естетичні моделі, засновані на відполірованих образах, ретуші й стилізації. У роботі було показано, що алгоритмічні системи платформ значною мірою впливають на те, які естетичні форми стають домінантними, а також визначають механізми соціального порівняння, самопрезентації та саморепрезентації. Разом із тим цифрова культура краси виявилася полем активної критики, де користувачі створюють альтернативні формати — рухи за природність, тілесну позитивність та культурну автентичність. Цей розділ присвячено аналізу соціальних медіа як простору формування нових естетичних ідеалів. У ньому простежено, як цифрові платформи створюють умови для тиражування візуальних моделей краси, заснованих на емоційній привабливості, простоті сприйняття та інтерактивності. Встановлено, що соціальні медіа сприяють

демократизації естетичного досвіду — кожен користувач може виступати творцем і ретранслятором краси. Однак одночасно цей процес супроводжується стандартизацією та алгоритмізацією, коли краса набуває ознак серійного продукту. Було окреслено поняття «візуального алгоритму» — механізму, через який соціальні платформи визначають популярність певних образів, тим самим впливаючи на колективне сприйняття прекрасного.

У третьому розділі було проведено контент-аналіз українського сегменту TikTok і Instagram, що дозволив конкретизувати особливості локального формування цифрових естетичних практик. Дослідження показало, що українські блогери інтегрують глобальні тренди у поєднанні з локальними культурними символами: національними мотивами, українською мовою, локальними брендами, елементами автентичного одягу чи макіяжу. Це сприяє формуванню нової культурної ідентичності, в якій краса виступає маркером не лише естетичних, а й соціальних, національних та ідеологічних позицій. Аналіз також виявив психологічні ефекти цифрової естетики: вплив фільтрів, ретуші та алгоритмів на самооцінку, образ тіла та емоційний стан користувачів; водночас — наявність компенсаторних механізмів, що підтримують позитивну самопрезентацію та психологічне благополуччя. У цьому розділі проведено емпіричний і культурно-аналітичний аналіз впливу цифрової культури на сприйняття краси на прикладі TikTok та Instagram. Виявлено, що TikTok є простором візуальної динаміки, де краса постає як процес самоконструювання через рух, міміку та аудіовізуальні ефекти. Instagram, своєю чергою, формує ідеалізований образ «цифрової досконалості», в якому естетика підпорядковується глянцевої логіці візуального перфекціонізму.

Психологічні наслідки цього процесу виражаються у підвищеній соціальній тривожності, залежності від схвалення, зниженні самооцінки, що підтверджують як зарубіжні, так і українські дослідження [32; 44].

Загалом отримані результати дозволяють стверджувати, що цифрова культура краси є багатовимірним феноменом, який поєднує соціальні, культурні, технологічні та психологічні аспекти. Соціальні медіа стають ключовими агентами формування нових естетичних ідеалів, що розвиваються у взаємодії алгоритмів, візуальних трендів та поведінкових моделей користувачів. Український контекст, своєю чергою, демонструє поєднання глобальної цифрової динаміки з локальною культурною унікальністю, що сприяє появі нових форм естетичного самовираження й колективної ідентичності.

Таким чином, проведене дослідження підтверджує, що сучасна культура краси в епоху цифрових медіа — це не статичний набір норм, а динамічна система, яка відображає глибші трансформації суспільства, культурних практик та індивідуальних стратегій самопрезентації. Вона продовжує активно розвиватися, реагуючи на технологічні інновації, соціокультурні зсуви та зміну ціннісних орієнтирів, що відкриває перспективи для подальших наукових досліджень у галузях культурології, медіакомунікацій та соціальної психології.

Особливу увагу в роботі приділено українському контексту цифрової культури краси. Було показано, що український сегмент соціальних медіа не лише відтворює глобальні тенденції, а й активно формує власні культурні коди — через естетику природності, автентичності, національних символів. Такі явища, як рухи «natural beauty», «український естетизм» і популяризація рідної мови в естетичних блогах, демонструють прагнення до культурної суб'єктності в межах глобального медіапростору. Це свідчить про появу нової форми української цифрової ідентичності, у якій краса стає виразником духовної незалежності та самоповаги.

Таким чином, результати дослідження підтверджують гіпотезу про те, що епоха соціальних медіа радикально змінює культурну функцію краси. З об'єкта естетичного споглядання вона перетворюється на комунікативний інструмент, що впливає на соціальні відносини, самоідентифікацію та

світосприйняття. Краса більше не є лише категорією мистецтва чи природи — вона стає медіальною подією, де кожен акт візуальної репрезентації є водночас естетичним і соціальним жестом.

У контексті культурологічної науки ці висновки засвідчують необхідність подальшого міждисциплінарного вивчення культури краси. Вона постає як простір перетину естетики, філософії, медіаекології, соціології та психології. Подальші дослідження мають зосередитися на аналізі штучного інтелекту у виробництві естетичних образів, впливі алгоритмів на культурну самосвідомість, а також на питаннях етичної відповідальності візуальної культури.

Отже, краса в епоху соціальних медіа є не стільки дзеркалом реальності, скільки її культурною конструкцією — поліфонічною, динамічною та глибоко соціальною. Саме через неї сучасна людина не лише бачить себе, а й творить нову естетику буття у цифрову добу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко О. В. Цифрова культура як феномен сучасного суспільства. // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». 2021. №25. С. 33–41.
2. Бурдье П. Відмінності: соціальна критика судження смаку. К.: Український центр духовної культури, 2020. 512 с.
3. Гегель Г. В. Ф. Естетика. К.: Юніверс, 2001. 384 с.
4. Грабовська І. М. Естетика соціальних медіа: нові образи культури. К.: Інститут культурології НАН України, 2022. 196 с.
5. Гриценко О. А. Медіакультура і культурна ідентичність. К.: НаУКМА, 2019. 274 с.
6. Гуменюк Т. С. Естетика та соціальні практики тілесності у цифрову добу. // Філософські обрії. 2023. №1. С. 45–59.
7. Денисюк І. Цифрова культура в Україні: тенденції та виклики. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2021. 218 с.
8. Дьяків С. О. Культура як комунікація в епоху цифрових технологій. // Культурологічний альманах. 2020. №15. С. 112–120.
9. Євдокименко К. Соціальні медіа як новий простір візуальної культури. Одеса: Астропринт, 2021. 142 с.
10. Зарицька О. М. Естетика щоденного життя в соціальних мережах. // Вісник КНУКіМ. Серія «Мистецтвознавство». 2022. №46. С. 25–32.
11. Зінченко О. Цифрова тілесність: соціокультурний аналіз. К.: Либідь, 2020. 184 с.
12. Іванченко А. Культура краси в сучасному масмедійному просторі. Чернівці: Рута, 2018. 211 с.

13. Ільницька О. Соціокультурні аспекти феномену краси. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2010. 268 с.
14. Кант І. Критика здатності судження. К.: Юніверс, 2000. 479 с.
15. Кваша Н. М. Цифрові медіа як чинник трансформації естетичних практик. // Наукові записки КНУКіМ. 2023. №78. С. 91–104.
16. Ковальчук Г. Культура тіла і соціальні медіа: між естетикою і конструюванням ідентичності. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2022. 202 с.
17. Колесник М. В. Візуальні образи в цифровій культурі: соціологічний вимір. К.: Смолоскип, 2021. 230 с.
18. Левчук Л. Т. Естетика: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 480 с.
19. Лагутенко О. В. Краса в сучасному культурному дискурсі: філософські та соціокультурні виміри. К.: Видавництво НПУ, 2019. 356 с.
20. Лотман Ю. М. Культура і вибух. К.: Академія, 2008. 320 с.
21. Маклюен М. Галактика Гутенберга. Львів: Літопис, 2003. 432 с.
22. Марченко О. С. Естетичні виміри віртуальної культури. К.: АртЕк, 2016. 190 с.
23. Матвієнко І. Цифровий тілесний ідеал у візуальній культурі ХХІ століття. Харків: Фоліо, 2023. 212 с.
24. Мороз О. Цифрова краса і соціальні медіа: культурологічний аспект. // Наукові записки Інституту культурології НАН України. 2022. №41. С. 65–77.
25. Ніколаєнко С. С. Естетика інформаційного суспільства. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2019. 254 с.
26. Попович О. В. Ціннісні орієнтації культури в цифрову епоху. К.: Либідь, 2021. 186 с.
27. Постман Н. Розважаємось до смерті. К.: Темпора, 2020. 312 с.
28. Різун В. В. Медіакультура: теорія, історія, практика. К.: КНУ ім. Т. Шевченка, 2018. 278 с.
29. Семків Р. Естетика масової культури. К.: Смолоскип, 2015. 222 с.
30. Тарасенко Л. Соціальні мережі як чинник формування естетичних норм молоді. // Вісник КНУКіМ. 2021. №48. С. 55–63.

31. Терлецька І. Цифрова естетика і психологія візуального сприйняття. К.: Інтерсервіс, 2020. 205 с.
32. Хан Б. Ч. Утомлене суспільство. К.: Medusa, 2022. 112 с.
33. Хайєк Е. Медіа, краса і суспільство споживання. Львів: Піраміда, 2014. 278 с.
34. Черниш Т. А. Алгоритмізація естетики в цифрових мережах. // *Культура і сучасність.*, 2023. №2. С. 59–67.
35. Шевченко Н. Психологія самопрезентації в соціальних мережах. Харків: ХНПУ, 2021. 198 с.
36. Shusterman R. *Body Consciousness: A Philosophy of Mindfulness and Somaesthetics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. 276 p.
37. Featherstone M. *Body, Image and Affect in Consumer Culture*. London: Sage, 2010. 214 p.
38. Manovich L. *The Language of New Media*. Cambridge, MA: MIT Press, 2002. 384 p.
39. Senft T. *Camgirls: Celebrity and Community in the Age of Social Networks*. New York: Peter Lang, 2015. 240 p.
40. Fuchs C. *Social Media: A Critical Introduction*. London: Sage, 2021. 376 p.
41. Duncum P. *Visual Culture in the Age of Digital Media*. New York: Palgrave Macmillan, 2020. 260 p.
42. Banet-Weiser S. *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Durham: Duke University Press, 2018. 298 p.
43. Perloff R. M. Social Media Effects on Young Women's Body Image Concerns. // *Sex Roles*, 2014. Vol. 71, №11–12. P. 363–377.
44. Tiggemann M., Slater A. The Role of Social Media in Body Image Concerns Among Adolescents. // *Body Image*. 2022. Vol. 41. P. 101–118.

## Додаток

### Конспект уроку мистецтва (9–11 класи)

Тема: Цифрова культура краси та її вплив на сприйняття зовнішності.

Тип уроку: інтегрований (мистецтво + медіаграмотність + культурологія)

Тривалість: 45 хвилин

Мета уроку: Формувати в учнів критичне мислення щодо візуального контенту соціальних мереж; ознайомити з культурологічними підходами до поняття краси; розвинути навички аналізу цифрових зображень, фільтрів, медіатрендів та їх психологічного впливу.

Завдання: ознайомити учнів із тим, як TikTok, Instagram та інші платформи формують уявлення про красу; пояснити поняття «цифрова естетика», «алгоритмічна нормалізація», «візуальна культура»; показати вплив фільтрів, ретуші й AR-ефектів на сприйняття зовнішності; розвивати навички критичного аналізу медіаконтенту; формувати емоційну компетентність, вміння розрізняти реальні та штучні образи; стимулювати творче мислення через завдання візуального моделювання; виховувати позитивне ставлення до власної зовнішності; формувати цінності автентичності, поваги до різноманітності та тілесного різногосся; сприяти усвідомленню культурної спадщини та локальних естетичних кодів.

Матеріали та обладнання: ноутбук/проектор; добірка прикладів відео та зображень із TikTok/Instagram (зі збереженими авторськими правами: скриншоти, освітні добірки); постери з традиційними українськими візуальними мотивами; телефони учнів (за потреби); аркуші А4, маркери.

Типи діяльності на уроці: аналіз візуальних матеріалів, групова робота, дискусія, практичне творче завдання, рефлексія.

Хід уроку

1. Організаційний момент (2 хв)

Привітання, оголошення теми та коротке налаштування: «Сьогодні ми поговоримо про красу, але не в абстрактному сенсі — а про те, як її формує сучасна цифрова культура».

## 2. Актуалізація знань. Мотивація (5 хв)

Учителю пропонується поставити учням запитання: чи помічали ви, що в соцмережах люди виглядають "краще", ніж у реальності? які фільтри ви бачили? На що вони впливають? чому, на вашу думку, ТікТок-тренди так швидко поширюються?

Учитель фіксує ключові висловлювання на дошці: фільтри — тренди — краса — самопрезентація — порівняння — популярність

## 3. Пояснення нового матеріалу (10–12 хв)

### Блок 1. Цифрова культура краси

Учитель пояснює: у цифровій культурі краса перестає бути стабільним і традиційним поняттям. Вона формується алгоритмами, популярними відео, візуальними трендами. ТікТок створює короткі, вірусні, емоційно насичені тренди; Instagram — довготривалі естетичні образи. Фільтри, ретуш і нейромережеві ефекти створюють «цифрове тіло» — ідеалізований образ, віддалений від реальності.

### Блок 2. Психологічні наслідки

Учні дізнаються: як контент спричиняє соціальне порівняння; як знижує самооцінку та створює тиск щодо зовнішності; як рухи body-positive, natural beauty та локальні естетики формують альтернативні моделі.

### Блок 3. Локальні українські тренди

Учитель пропонує приклади: популярні відео з українськими піснями та національними елементами; поширення трендів на природність та «українську красу»; блогерів, що поєднують глобальні стандарти і локальне культурне коріння.

#### 4. Аналіз медіаприкладів (5 хв)

Учням демонструють 2–3 приклади (скріншоти або короткі відео): стандартні beauty-фільтри, відео зі зміною пропорцій обличчя, відео без фільтрів — приклад автентичності

Завдання учням проаналізувати Які елементи зроблено цифровими? Що є "штучним"? Як це може вплинути на сприйняття краси?

#### 5. Практичне завдання (10 хв)

Групова робота: «Створюємо цифрову естетику по-українськи»

Клас ділиться на 3 групи.

Група 1: створює ескіз або опис «уявного фільтра», який продовжує українські культурні мотиви (вишивка, кольори, символи).

Група 2: створює міні-постер «Реалістична краса: без ретуші» — з акцентом на природність.

Група 3: аналізує популярний тренд та пропонує, як він міг би виглядати в українському контексті (мова, музика, стиль).

Учні презентують свої результати (по 1 хв).

#### 6. Рефлексія (5 хв)

Запитання: Що нового ви дізналися про красу? Чи по-іншому тепер дивитися на фільтри та тренди? Чи можуть українські культурні коди стати альтернативою глобальним стандартам?

Учитель підсумовує: «Краса — це не алгоритмічний шаблон, а культурна, історична й особиста категорія».

#### 7. Домашнє завдання (за вибором учителя)

Варіант А (креативний): створити міні-есе (0,5–1 стор.) на тему «Якою я/яким я бачу естетику майбутнього в Україні».

Варіант Б (аналітичний): проаналізувати 1 акаунт beauty-контенту: визначити використані естетичні коди, фільтри, формат, психологічний вплив.

Методичні рекомендації вчителю: уникайте оцінювання зовнішності учнів — оцінюється лише аналітична та творча діяльність; не використовуйте реальні акаунти учнів у прикладах; забезпечте безпечну атмосферу, де кожен може висловитися без критики; за можливості інтегруйте урок з темами медіаграмотності, цифрової етики, культурології; використовуйте цей урок як платформу для подальших проєктів: дослідження локальних трендів, створення медіаконтенту, аналіз візуальних культур.

Анотація на кваліфікаційну роботу  
«КУЛЬТУРА КРАСИ В ЕПОХУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА»

Киричанської Анастасії Сергіївни

Магістерська робота присвячена комплексному дослідженню культури краси в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та соціальних медіа. У роботі розглядається, як візуальна комунікація, платформні алгоритми, штучний інтелект і глобальні культурні процеси впливають на формування сучасних естетичних ідеалів, тілесних норм та моделей самопрезентації. Особлива увага приділяється українському культурному контексту, який поєднує локальні традиції та національні наративи з глобальними цифровими трендами.

У першому розділі проаналізовано теоретико-методологічні підходи до вивчення культури краси. Розкрито ключові концепції візуальності, тілесності, селф-презентації та медіалізації краси. Показано, як глобалізація, культурні трансформації й технологічні зміни впливають на локальні практики естетизації та на формування сучасного уявлення про красу у цифрову добу.

Другий розділ зосереджено на аналізі соціальних медіа як простору формування нових естетичних норм. Досліджено специфіку таких платформ, як TikTok та Instagram, їхні алгоритми, трендову динаміку, механізми популярності й моделі впливу на користувачів. Розглянуто явища візуального

тиску, нормалізацію фільтрів, стандартизацію образів та роль цифрової самопрезентації, а також локальні українські реакції на глобальні естетичні стандарти.

У третьому розділі здійснено контент-аналіз сучасних цифрових трендів та їхнього впливу на психологічні і соціокультурні аспекти сприйняття краси. Проаналізовано, як цифрові середовища формують естетичні орієнтири, моделюють уявлення про тіло, впливають на самооцінку й тілесні практики. Окремо досліджено український сегмент соціальних мереж, визначено ключові тренди та національні особливості цифрової культури краси.

У підсумку встановлено, що соціальні медіа радикально трансформують культуру краси, впливаючи на індивідуальні та колективні форми ідентифікації. Сучасні естетичні моделі є результатом взаємодії користувачів, алгоритмів, глобальних ринків та технологій штучного інтелекту, що робить культуру краси складним і динамічним феноменом цифрової епохи. Дослідження має практичне значення для культурології, медіаосвіти, соціології комунікації та може бути використане в освітніх програмах, присвячених цифровій культурі й медіаграмотності.

Ключові слова: цифрова культура, краса, соціальні медіа, візуальність, тілесність.

Abstract for the qualification work  
"CULTURE IN THE ERA OF SOCIAL MEDIA"

Sergeevna

"BEAUTY  
Kyrychanska Anastasia

The master's thesis is devoted to a comprehensive study of the culture of beauty in the conditions of the rapid development of digital technologies and social media. The work examines how visual communication, platform algorithms, artificial intelligence and global cultural processes influence the formation of modern aesthetic ideals, bodily norms and self-presentation models. Particular attention is

paid to the Ukrainian cultural context, which combines local traditions and national narratives with global digital trends.

The first section analyzes theoretical and methodological approaches to the study of the culture of beauty. The key concepts of visibility, corporeality, self-presentation and medialization of beauty are revealed. It shows how globalization, cultural transformations and technological changes influence local practices of aestheticization and the formation of modern ideas about beauty in the digital age.

The second section focuses on the analysis of social media as a space for the formation of new aesthetic norms. The specifics of platforms such as TikTok and Instagram, their algorithms, trend dynamics, popularity mechanisms and models of influence on users are studied. The phenomena of visual pressure, filter normalization, image standardization and the role of digital self-presentation are considered, as well as local Ukrainian reactions to global aesthetic standards. The third section provides a content analysis of modern digital trends and their impact on the psychological and sociocultural aspects of beauty perception. It analyzes how digital environments form aesthetic guidelines, model the body image, and influence self-esteem and bodily practices. The Ukrainian segment of social networks is separately studied, and key trends and national features of digital beauty culture are identified. As a result, it is established that social media radically transforms beauty culture, influencing individual and collective forms of identification. Modern aesthetic models are the result of the interaction of users, algorithms, global markets and artificial intelligence technologies, which makes the culture of beauty a complex and dynamic phenomenon of the digital age. The research has practical significance for cultural studies, media education, sociology of communication and can be used in educational programs dedicated to digital culture and media literacy.

**Keywords:** digital culture, beauty, social media, visibility, corporeality.

