

УДК 316.728:077.5] (045)

**Цитування:**

Жигайло М. О. Специфіка тілесних ідентифікаційних практик у соціальних мережах: вітчизняний вимір. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2022. № 2. С. 48–52.

*Жигайло Марина Олександрівна,*  
кандидат культурології,  
викладач кафедри культурології  
Харківської державної академії культури  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8765-7125>  
[marina.chumachenko.87@gmail.com](mailto:marina.chumachenko.87@gmail.com)

Zhyhailo M. (2022). Particular Characteristics of Body Identification Practices in Social Networks: National Observation. *National Academy of Culture and Arts Management Herald: Science journal*, 2, 48–52 [in Ukrainian].

## СПЕЦИФІКА ТІЛЕСНИХ ІДЕНТИФІКАЦІЙНИХ ПРАКТИК У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ВИМІР

**Метою роботи** є визначення особливостей формування тілесних ідентифікаційних практик у соціальних мережах на основі вітчизняного досвіду. **Методологія дослідження** ґрунтується на використанні аксіологічного, компаративного аналізу, герменевтичної інтерпретації та структурно-функціонального методу. Зазначений методологічний інструментарій дозволяє з'ясувати вплив культури споживання на генезу та специфіку репрезентацій ідентифікаційних практик у соціальних мережах. **Наукова новизна** полягає у здійсненні теоретичного аналізу, по-перше, морфози тілесних ідентифікаційних практик у соціальних мережах, по-друге, тілесних девіацій в контексті зіставлення Я/Інший, по-третє, актуальних напрямів конструювання тілесних практик, які ґрунтуються на прийнятті власного тіла незалежно від будь-яких ознак, особливостей, канонів краси, пропагованих масовою культурою. **Висновки.** Динаміка змін тілесних ідентифікаційних практик у соціальних мережах пов'язана з процесами глобалізації, постійним пришвидшенням «пульсу масової культури», комерціалізацією цінностей та втечею суспільства у віртуальний світ. Трансляція тіла у соціальних мережах зазнає впливу культури споживання, стереотипів, образів та еталонів, які популяризують масмедіа. Альтернативним напрямом тілесних ідентифікаційних практик є відмова від пропагованих масовою культурою тілесних канонів та фокусування на внутрішньому світі особистості.

**Ключові слова:** соціальні мережі, тілесні ідентифікаційні практики, образи, стереотипи, культура споживання.

*Zhyhailo Maryna, Candidate of Cultural Studies, Teacher of Cultural Studies Department of Kharkiv State Academy of Culture*

### **Particular Characteristics of Body Identification Practices in Social Networks: National Observation**

**The purpose of the work** is to determine the peculiarities of body identification practices in social networks based on the national experience. **The research methodology** is based on the application of axiological, comparative analysis, hermeneutic interpretation, and structural and functional methods. The stated methodological instruments allow identifying the influence of consumption culture on the nature and specifics of representation of identification practices in social networks. **The scientific novelty** lies in theoretical analysis, firstly, of the morphosis of body identification practices in social networks, secondly, of the body deviations in the context of contraposition Me/Other, and thirdly, of up-to-date trends of body practices construction based on acceptance of the own body not depending on any characteristics, peculiarities, beauty canons propagated by the pop culture. **Conclusions.** The dynamics of changes in body identification practices in social networks are related to the globalization processes, constant acceleration of the “pop culture pulse”, commercialization of values, and society's escape to a virtual world. The body broadcasting on social networks is influenced by the culture of consumption, stereotypes, images, and standards popularized by the mass media. The alternative way of body identification practices is the refusal from the body canons propagated by the pop culture and focus on the inner world of the personality.

**Key words:** social media, body identification practices, images, stereotypes, the culture of consumption.

Актуальність теми дослідження. Динаміку глобалізаційних зрушень у сучасному світі яскраво відображають соціальні мережі. Сьогодні соціальні мережі – це інтерактивна культурна матриця, яка відображає одночасно світоглядні орієнтації особистості та суспільства в цілому. Соціальні мережі як «інформаційно-комунікативні технології... стали не лише засобами виконання безпосередньо комунікативних та інформаційних функцій, але й спричинили формування культурних феноменів та практик» [8, 193]. М. Поплавський відзначає, що популярність соціальних мереж обумовлена однією з фундаментальних потреб людини, що полягає в необхідності спілкування, наявністю міжіндивідуальних зв'язків, у прагненні бачити перед собою конкретні персоніфіковані образи, з якими можна себе ідентифікувати [19, 17]. У цифровому середовищі активно транслюються природні та штучні, комерціалізовані образи, які детермінують специфіку тілесних ідентифікаційних практик.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблему розвитку та поширення Інтернет-комунікацій актуалізували у своїх дослідженнях зарубіжні та вітчизняні дослідники. Формування ідентифікаційних стратегій в епоху домінування соціальних мереж висвітлював у своїх працях М. Кастельс [10]. Особливості становлення нового постіндустріального суспільства та розвиток нових форм комунікації та соціальної взаємодії вивчали Р. Арон, Ж. Еллюль, Л. Мемфорд, Г. Маркузе, Е. Фромм, Д. Белл, О. Тоффлер, Й. Маруда, Д. Лайон [20] та ін. У вітчизняному науковому просторі висвітлювались такі питання як: Інтернет-адикції (Ю. Асеева [1], Н. Малеева [15], Г. Розлуцька, М. Копачко [22]); роль соціальних мереж у контексті сучасних мистецьких практик (К. Гончар [5], В. Ривліна [21]); вплив соціальних мереж на суспільний та культурний розвиток (Ю. Данько [6, 7], І. Динник [9], К. Коган [12], Т. Пода [18], М. Поплавський [19]); використання соціальних мереж у політичній сфері (Б. Ковалевич [11], О. Сахань [23], О. Онищенко, В. Горовий, В. Попик [26] та ін.); особливості формування ідентифікаційних практик та соціальної взаємодії (С. Ганаба [4], Т. Махія [16], Л. Нагорна [17], О. Бойко [3], О. Сінькевич [25], О. Шляхова [27], С. Яцик [28]). Проте особливості формування тілесних ідентифікаційних практик у соціальних мережах потребують детальніших наукових розвідок.

Мета дослідження – здійснити культурологічне осмислення особливостей формування тілесних ідентифікаційних практик у соціальних мережах на основі вітчизняного досвіду.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі розвитку соціальні мережі слугують індикаторами культурних орієнтацій суспільства, засобом комунікації, потужним важелем впливу на людську свідомість, символічною магістраллю «гонитви уподобань та досягнень». Вітчизняна дослідниця О. Сінькевич зазначає: «Сторінки в соціальних мережах набувають ознак «симулякрів третього порядку», котрі є знаками ідентифікації та самоідентифікації» [25, 49]. У мережевому просторі «наше Я (тобто те, з ким ми себе ідентифікуємо) стає зримим суспільству через наше тіло» [28, 42]. Тілесні ідентифікаційні практики відображають вплив ідеології споживання на формування та зміну ціннісних орієнтацій особистості, її самопрезентацію у суспільстві.

В епоху масової культури ідентифікаційні практики зазнали значних трансформацій. О. Сінькевич зазначає: «Масова культура реалізує свою ідентифікаційну функцію завдяки певним ідентифікаційним стратегіям – комплексу механізмів та прийомів, спрямованих на конструювання ідентичності, які реалізуються через соціальні механізми під впливом агентів соціалізації, актуальних об'єктивних факторів, а також індивідуальних пріоритетів та ресурсних можливостей суб'єкта. Результатом ідентифікаційної стратегії має бути успішне досягнення бажаної ідентичності за допомогою конкретних соціокультурних практик – будь-якої форми активності, яка виявляється у соціокультурній сфері і є процесом долучення людини до культури, який управляється суспільством та його інститутами» [24, 10]. Усвідомлення, трансляція власного Я та популярної, «затребуваної» соціумом ідентичності відбувається у цифровому середовищі. «Засоби масової комунікації та різноманітні інформаційні технології формують єдиний інформаційний простір та визначають символічні інтерактивні матриці, котрі конструюють сприйняття дійсності» [25, 43]. Майданчиком для презентації варіативних ідентифікаційних практик слугують соціальні мережі. Як відзначає Коган, «поширення і використання соціальних інтернет-мереж має певні соціальні наслідки: зрощування, переплетіння реального та віртуального соціального життя; інтернет-залежність; поява нових видів девіантної поведінки; «глобалізація» життєвого простору людини; фрагментація суспільства, створення

великої кількості віртуальних груп за інтересами; поява нових технологій у політичному житті, сфері дозвілля тощо; формування кіберкультури (інтернет-культури) як нового напрямку розвитку суспільства, безпосередньо пов'язаного з появою, розвитком і проникненням у соціальне і культурне життя досягнень інформаційних технологій [12, 66]. Таким чином, соціальні мережі стають середовищем об'єктивації та трансляції ідентифікаційних практик «*homo virtualis*» [13, 199]. У комунікаційному просторі тіло як візуалізація особистості стає «живильним джерелом» для суспільства споживання. У соціальних мережах тілесні ідентифікаційні стратегії стимулюють зростання «товарних фетишів», коли попит незмінно породжує пропозицію. Саме попит на тілесні, зовнішні характеристики породжує масове захоплення – прагнення до ідеального тіла, створення іміджу успіху, багатства тощо. Тіло і усе, що з ним пов'язане, стає «ноематичним» втіленням свободи вибору та споживчого диктату масової культури. Тілесні практики надають символічній атрибутивності речам, стимулюють розвиток оздоровчого, спортивного, розважального дозвілля, всотують старі та створюють нові стереотипи й одночасно ведуть боротьбу з ними.

В інтернет-просторі тілесні ідентифікаційні практики пов'язані з симулякрами бажаної (ілюзорної) дійсності. Символічний універсум соціальних мереж наділений «силою інтеграції» [2, 28], яка створює ілюзію приналежності – партиципації зі створеною дійсністю, образом, соціальною групою тощо. Як відзначає О. Сінькевич, «процес конструювання соціальної ідентичності сучасної масової людини орієнтується на споживчі моделі приєднання до більшості...» [24, 6]. Концепція партиципативної стратегії конструювання персональної ідентичності, яка реалізується, зокрема, через відносини Я–Інший (Інший як Я сам; Інший як проєкт майбутнього Я; Інший як не такий як Я), котрі є одним з найважливіших модусів зазначеної форми самоотождення людини [24, 7]. Людське тіло відображає символічний вимір, який надає змогу бути причетним до популярної особистості (наприклад, селебритіс), соціальної групи тощо. Виникає проблема віртуальної взаємозалежності, за якої схвалення або несхвалення мережевою спільнотою визначає її соціальний та психологічний стан, впливає на світоглядні орієнтири тощо. В інтернет-середовищі ідентифікація Я–тіло набуває нових самопрезентаційних кібер-інтенцій. Однією з нормативних вимог сучасної тілесності є «подолання природного тіла» шляхом слідування пропагованому масовою культурою «міфу про красу» та утвердження

техноморфної тілесності, яка зумовлена розвитком техногенної цивілізації [24, 6]. Важливою складовою процесу формування тілесної ідентичності є уявлення про правильне «ідеальне» тіло, тілесний канон» [24, 11]. Дигітальне (цифрове) поле [3, 150] транслює множинність тілесних ідентифікаційних практик, пов'язаних зі зміною зовнішності. Причиною їх появи є культурні стереотипи (гендерні, соціальні, психологічні), в тому числі лукізм (упередженість, дискримінація за зовнішністю); пропаганда масмедіа ідеї «приваблива зовнішність як запорука успіху» інтенсифікує споживчий попит на синтетичну, штучну красу. Бажання відповідати актуальним канонам краси, сексизм, імітація зовнішності кумирів обумовлюють затребуваність додатків для редагування автопортретних фотографій – селфі (*selfie*, від англ. *self* – сам), пластичної хірургії, косметологічних процедур, які дозволяють здійснити швидко або відносно швидко зміну зовнішності. Зовнішність «без фільтрів» стає невідповідною тілесному канону. Це створює ефект розділеної особистості, розрив реального та віртуального образу Я, тіла в мережі та поза нею. Однією з особливостей тілесних ідентифікаційних практик у соціальних мережах є тілесні девіації в контексті зіставлення Я/Інший. У практиці суспільних відносин протиставлення «Інший/Чужий не лише набував загрозливих властивостей, але й викликав зачудування, спричиняючи ефект несподіваності й неординарності» [14, 26–27]. Наразі «бум потворності»... опозиції прекрасному тілу тіла особливого, виразного, незвичайного, хворого, формує протилежну ідентифікаційну стратегію» [24, 12]. В означеному контексті тіло слугує засобом протесту, виклику, протидії соціуму, боротьби з психологічними травмами тощо. Татування обличчя й усього тіла, селфгарм (від англ. *self-harm* – пошкодження власного тіла), вживлення імплантатів та інші форми тілесних деструкцій викликають як критику, так і зацікавлення серед користувачів соціальних мереж. Образ Іншого постає як виклик соціальним ролям, нормам, правилам, регламентаціям, стереотипам. Поряд з деструктивними, розвиваються альтернативні «шаблонній» масовій культурі напрями тілесних практик – прийняття власного тіла незалежно від будь-яких ознак, особливостей, канонів краси, визначених суспільством. Сьогодні активно розповсюджуються ідеї боді-позитиву (англ. *body positivity*) – повага власного тіла, вільне самовираження та протидія будь-яким утискам за фізичною (тілесною) ознакою. Цей рух знайшов підтримку серед відомих вітчизняних

зірок шоу-бізнесу, фешен- та б'юті-індустрій, виробників споживчих товарів та ін. У соціальних мережах відмова від тілесних еталонів стає протидією тілесним стереотипам, які транслують масмедіа. Конструктивним явищем тілесних практик у соціальних мережах є популяризація здорового способу, заняття спортом. Наразі активно розвиваються мережі для спільного заняття спортом, активного дозвілля, які ґрунтуються на засадах самоорганізації та мотивації учасників. У вітчизняному віртуальному просторі причиною збільшення кількості прихильників активного дозвілля є створення різноманітних спортивних проєктів, долучення до заняття спортом відомих представників шоу-бізнесу. Означені ініціативи слугують дієвим каталізатором розвитку фізичної культури як невід'ємної тілесної практики в житті людини.

Висновки. Процеси глобалізації поглиблюють експортування реального життя у віртуальне середовище, у якому відбувається становлення нового мережевого суспільства. У соціальних мережах формуються та транслуються тілесні ідентифікаційні стратегії, а кібер-інтенції особистості зазнають змін. Тілесні ідентифікаційні практики у соціальних мережах трансформуються під впливом культури споживання, стереотипів, образів та еталонів, які популяризують масмедіа. Тіло стає засобом і ціллю, виразником прийняття соціокультурної дійсності та протестом проти неї. Альтернативним напрямом тілесних ідентифікаційних практик є відмова від пропагованих масовою культурою тілесних канонів та фокусування на внутрішньому світі особистості.

### *Література*

1. Асєєва Ю. О. Кіберкомунікативна залежність від соціальної мережі Instagram як проблема сучасної молоді. «Габітус». 2020. № 14. С. 152–158.
2. Baudrillard J. The System of Objects. London – New York : Verso, 1996. 205 p.
3. Бойко О. П. Культура дозвілля у суспільстві ризику : монографія. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2011. 285 с.
4. Ганаба С. Ідентичність та ідентифікації у мережевих структурах. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Культурологія»*. 2019. Вип. 20. С. 3–7.
5. Гончар К. Соціальні мережі як інструмент сучасного мистецтва. *Художня культура. Актуальні проблеми*. 2019. Вип. 15. Ч. 2. С. 13–16.
6. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство*. 2012. Вип. 2. С. 179–184.
7. Данько Ю. А. Феномен соціальних мереж у контексті становлення і розвитку мережевого суспільства. *Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Серія «Соціологічні науки»*. 2012. № 1, 2. Том XV. С. 53–59.

8. Денисюк Ж. З. Постфольклор комунікативних інтернет-практик у функціонуванні аксіосфери суспільства: дис. на здобуття наук. ступеня д-ра культурології: 26.00.01. Київ: НАКККІМ, 2018. 454 с.

9. Динник І. Соціальні мережі як засіб суспільного розвитку. *Ефективність державного управління*. 2017. Вип. 1 (50). Ч. 1. С. 64–69.

10. Castells M. The Mobile Communication Society. URL: <https://cutt.ly/4JKwx0g> (дата звернення: 16.05.2022).

11. Ковалевич Б. В. Соціальні мережі як новий інструмент ведення інформаційних війн у сучасному світі. *Грані*. 2014. № 4 (108). С. 118–121.

12. Коган К. М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. *Міжнародний науковий форум : соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2014. Вип. 16. С. 61–71.

13. Куцепал С. В. Homo virtualis як продукт культури інформаційного суспільства. *Гілея: збірник наукових праць*. 2009. № 25. С. 195–201.

14. Лютий Т. Інший і Чужий у структурі людського Я (М. Бубер, Е. Левінас, Ю. Кристева). *Наукові записки НАУКМА. Філософія та релігієзнавство*. 2018. Т. 1. С. 20–28.

15. Малєєва Н. С. Комунікативні Інтернет-практики залежної від соціальних мереж молоді: дис. ... канд. псих. наук : 19.00.05. Київ : Ін-т соц. та політ. псих. НАПН України, 2017. 184 с.

16. Махія Т. А. Особливості взаємодії учасників освітнього процесу у соціальних мережах: переваги та недоліки. *Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи»*. Київ : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. С. 211–219.

17. Нагорна Л. П. Соціокультурна ідентичність: пастки ціннісних розмежувань. Київ : ІПІЕНД ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2011. 272 с.

18. Пода Т. А. Феномен соціальних мереж та їхній вплив на суспільно-політичні процеси у глобалізованому світі. *Вісник НАУ. Серія : Філософія. Культурологія*. 2019. № 1 (29). С. 141–145.

19. Поплавський М. Соціальні мережі як культурнопросвітницький ресурс. *Український інформаційний простір*. 2020. № 5. С. 12–27.

20. Прихід постіндустріального суспільства. Сучасна зарубіжна соціальна філософія / упоряд. В. Лях. Київ : Либідь, 1996. 381 с.

21. Ривліна В. М. Соціальні мережі як інструмент медіатизації. *Молодий учений*. 2016. № 12. С. 193–198.

22. Розлуцька Г. М., Копачко М. В. Вивчення проблеми Інтернет-залежності: аналіз результатів експериментального дослідження. *Науковий вісник Ужгородського НУ. Серія «Педагогіка, соціальна робота»*. 2012. № 24. С. 133–137.

23. Сахань О. М. Про використання соціальних мереж Інтернету як засобу створення іміджу політичної влади в Україні. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2014. № 2 (21). С. 143–154.

24. Сінькевич О. Б. Ідентифікаційні практики масової культури : соціально-філософський аналіз : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філософ. наук : 09.00.03. Львів : Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка, 2016. 40 с.

25. Сінкевич О. Б. Ідентифікаційні практики масової культури: соціально-філософський аналіз : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філософ. наук : 09.00.03. Львів : Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка, 2016. 446 с.

26. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства / О. С. Онищенко, В. М. Горючий, В. І. Попик та ін.; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ : НБУВ, 2014. 295 с.

27. Шляхова О. Тілесна ідентичність як самоідентичність у контексті культури повсякдення. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філософія.* 2017. Вип. 20. С. 39–44.

28. Яцик С. П. Філософсько-антропологічний аналіз тілесності у техногенній цивілізації. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серія «Філософія. Культурологія. Політологія. Соціологія».* Том 23 (62). 2010. № 1. С. 77–83.

### References

1. Asieieva, Yu. O. (2010). Cybercommunication dependence on the social network Instagram as one of the problems of modern youth. *Habitus*, 14, 152–158 [in Ukrainian].

2. Baudrillard, J. (1996). *The System of Objects*. London – New York : Verso [in English].

3. Boiko, O. P. (2011). Leisure culture in the risk society. Sumy : DVNZ «UABS NBU» [in Ukrainian].

4. Hanaba, S. (2019). Identity and identification in the network structures. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»*, 20, 3–7 [in Ukrainian].

5. Honchar, K. (2019). Social networks as a tool of modern art. *Khudozhnia kultura. Aktualni problemy*, 15, part 2, 13–16 [in Ukrainian].

6. Danko, Yu. (2012). Social networks as a form of modern communication: pros and cons. *Suchasne suspilstvo*, 2, 179–184 [in Ukrainian].

7. Danko, Yu. A. (2012). Social networks phenomenon in the context of the network society establishment and development. *Visnyk Mizhnarodnoho Slovianskoho universytetu*, 1, XV, 53–59 [in Ukrainian].

8. Denysiuk, Zh. Z. (2018). Postfolklore of communicative Internet practices in the society axiosphere operation. Doctor's thesis. Kyiv [in Ukrainian].

9. Dynnyk, I. (2017). Social networks as a means of social development. *Efektivnist derzhavnoho upravlinnia*, 1 (50), part 1, 64–69 [in Ukrainian].

10. Castells, M. (2004). *The Mobile Communication Society* [in English].

11. Kovalevych, B. V. (2014). Social networks as a new tool of conducting informational wars in the modern world. *Hrani*, 4 (108), 118–121 [in Ukrainian].

12. Kohan, K. M. (2014). Social networks as an element of the new social environment. *Mizhnarodnyi naukovyi forum : sotsiologhiia, psykholohiia, pedahohika, menedzhment*, 16, 61–71 [in Ukrainian].

13. Kutsepal, S. V. (2009). Homo virtualis as a product of informational society culture. *Hileia*, 25, 195–201 [in Ukrainian].

14. Liutyi, T. (2018). Other and Stranger in the structure of the human self (M. Buber, E. Levinas, Ju. Kristeva). *Naukovi zapysky NaUKMA*, 1, 20–28 [in Ukrainian].

15. Malieieva, N. S. (2017). Communication Internet practices of the youth dependent on the social networks of the youth. Candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].

16. Makhynia, T. A. (2018). Peculiarities of interaction of the educational process participants in the social networks: advantages and disadvantages. *Proceedings of the Sixth International Scientific and Methodological Conference «Practical Media Literacy: International Experience and Ukrainian Perspectives»*. P. 211–219. Kyiv [in Ukrainian].

17. Nahorna, L. P. (2011). Social and cultural identity: traps of value-based distinctions. Kyiv [in Ukrainian].

18. Poda, T. A. (2019). Social networks phenomenon and their influence on social and political processes in the globalized world. *Visnyk NAU*, 1 (29), 141–145 [in Ukrainian].

19. Poplavskyi, M. (2020). Social networks as a cultural and educational resource. *Ukrainskyi informatsiinyi prostir*, 5, 12–27 [in Ukrainian].

20. Liakh, V. (Eds.). (1996). *Post-industrial society arrival*. Kyiv : Lybid [in Ukrainian].

21. Ryvlyna, V. M. (2016). Social networks as a tool of mediatization. *Molodyi uchenyi*, 12, 193–198 [in Ukrainian].

22. Rozlutska, H. M., & Kopachko, M. V. (2012). Study of the Internet dependence issue: analysis of the experimental research results. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, 24, 133–137 [in Ukrainian].

23. Sakhn, O. M. (2014). About the use of Internet social networks as a means of political authorities image creation in Ukraine. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Iurydychna akademiia Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho»*, 2 (21), 143–154 [in Ukrainian].

24. Sinkevych, O. B. (2016). Pop culture identification practices: social and philosophic analysis. Doctor's thesis. Lviv. nats. un-t im. Ivana Franka [in Ukrainian].

25. Sinkevych, O. B. (2016). Pop culture identification practices: social and philosophic analysis. Extended abstract of doctor's thesis [in Ukrainian].

26. Onyshchenko, O. S., & Horovyi, V. M., & Popyk, V. I. (2014). Social network as a tool of authorities and public society mutual influence. Kyiv: NBUV [in Ukrainian].

27. Shliakhova, O. (2017). Body identity as a sameness in the context of everyday culture. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»*, 20, 39–44 [in Ukrainian].

28. Iatsyk, S. P. (2010). Philosophic and anthropologic analysis of corporality in the industrial civilization. *Uchenye zapiski tavrisheskogo naconalnogo universiteta im. V. Y. Vernadskogo*, 1, 77–83 [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 17.05.2022  
Отримано після доопрацювання 15.06.2022  
Прийнято до друку 28.06.2022*