

Маріанна Абрамова  
Marianna Abramova  
Modern Art Research Institute  
of the National Academy of Fine Arts  
[artlinecenter@gmail.com](mailto:artlinecenter@gmail.com)  
ORCID: [0000-0001-5370-582X](https://orcid.org/0000-0001-5370-582X)  
DOI: <https://doi.org/10.34768/zntp-3325>



Nr: 3 (2021)  
e-ISSN 2658-154X

## **Портретування як інструмент творення іміджу: Трансформації образу людини в контексті трансгуманістичних візій**

Portraying as an instrument for image creation:

Transformation of the human image in the context of transhumanistic vision

### **Abstract**

The article examines the transformation of the human image through portraying as the most relevant socio-cultural practice and the most effective form of image broadcast in the modern medialized space of culture.

The rapid development of technology at the turn of the XX–XXI centuries has significantly affected the understanding of the role of human in society, has led to significant changes in both the image of a person and forms of portrait doubling. The new forms of human representation through portraiture immersed: selfie, digital avatars, photo shoots for social networks. Technoculture is shaping the so-called "selfie generation", which grew up in the age of the Internet and social networks, for which selfie is becoming a way to understand their place in the world. The study of transformations of the human image, as well as new forms of portrait representation makes it possible to determine the role of portraiture as a tool

for image creation in the context of the movement towards biodigital convergence as one of the probable scenarios of human evolution.

**Keywords:** portraying, image, selfie, digital technology, transhumanism, biodigital convergence

**Ключові слова:** портретування, імідж, селфі, інформаційні технології, трансгуманізм, біоцифрова конвергенція.

Розвиток високих технологій структурує реальність сучасної людини, пропонує нові можливості та створює нові виклики. В умовах четвертої промислової революції змінюється концепція людини, переосмислюються форми її індивідуального буття, загострюються питання її самоідентифікації. Портрет як форма осягання складного внутрішнього світу людини зазнає суттєвих трансформацій, набуває ознак суто соціальної комунікативної практики, перетворюється на форму self-комодифікації та таким чином вдало вписується в структуру капіталістичного суспільства, відповідає його актуальним запитам. Портретування як інструмент творення та носія іміджевих сигналів, а також як широко затребувана практика репрезентації людини в сучасному медіапросторі стає одним з важливих структуруючих елементів буття та долучається до конструювання моделі «нової людини». Тож метою статті є дослідження трансформацій образу людини через портретування, а також аналіз ролі портретування як інструмента творення іміджу на межі XX–XXI століть в контексті розвитку ідей трансгуманізму та руху до біоцифрової конвергенції.

Оскільки аналіз портретування в аспекті творення іміджу ще не має системного характеру, теоретично-методологічною базою дослідження стали праці з історії портрета Г. Єльшевської, матеріали з соціології мистецтва А. Сідорова, а також доробок авторів, присвячений дослідженням феномену «імідж», а саме К. Боулдінга та Д. Бурстіна, праці Н. Мірзоєва, що визначили вектори вивчення візуальної культури, роботи Гі Дебора та Ж. Бодрієра, які дають філософський аналіз сучасної епохи. Також використано наукову публіцистику, присвячену філософському аналізу ідеалів трансгуманізму.

Портрет в історії культури займає унікальне місце. Через портретне подвоєння відбувається осягання людини та її ролі в соціумі. Саме в портреті виробляються особливі прийоми та форми презентації свого «Я». Портрет — це завжди концепція людини.

Діалогічність портрета робить його, за думкою І. Кона, «виразним засобом комунікації, зверненим до інших»<sup>1</sup>. Адже людський облік набуває всіякого змісту лише в контексті соціуму, лише в контексті сприйняття «іншого», «інших». Ці характеристики об'єднують поняття «портретний образ» та «імідж», тож їх взаємодія бачиться природно обумовленою. Так, А. Сідоров, досліджуючи проблеми портрета з позицій соціології мистецтва, стверджує, що «Конкуренція та власність — ось жорсткі соціологічні основи для портретного мистецтва»<sup>2</sup>. На його думку, вже в епоху О. Македонського існував портрет-реклама та портрет-пропаганда: «О. Македонський і Наполеон блискуче знайшли собі шлях до центрів масової уяви, використовуючи портрет: розповсюдивши в обличчі своєму певну професійну брехню та переконавши, що їх прекрасно знають»<sup>3</sup>. Сама природа портрета, його залежність від замовника та бажання того презентувати себе в тому чи іншому ключі, говорить про те, що іміджеві сигнали вбудовані в складну структуру портрета майже з перших кроків цивілізації. Особливого ж значення така взаємодія набуває в сучасному вимірі.

З розвитком технологій розширюється територія впливу портретної репрезентації та відбувається вихід практики портретування з суто художньо-мистецького середовища в широке поле соціокультурних явищ. З виникненням фотографії портретування стає масовою практикою, набуває нових значень в політичній, соціальній сфері. Видозмінюються технічні засоби та функції портретування, герої та канали трансляції образу, змінюється мета портретного подвоєння, відбувається дрейф від поняття «образ» в бік поняття «імідж» як його основи. «Сьогодні портрет є багатогранно включеним в систему сучасної культури, тісно пов'язаний з поняттям імідж, харизма, face factor, які відображують важливість зовнішності людини для суспільства» — підкреслює І. Неверова<sup>4</sup>.

Отже, від епохи до епохи змінюється образ людини, форми її репрезентації та трансляції певного світогляду через портретування. Ще М. Алпатов зазначав, що, розмірковуючи над тим, як змінюється картина уявлень про людину в портреті, «ясно бачиш, як всі пошуки людства, його помилки та успіхи приводять нас до проблем сьогоденішнього дня»<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Kon I. S.V poiskah sebya: Lichnost' i ee samosoznanie. M.: Politizdat, 1984, s. 183

<sup>2</sup> Sidorov A. A. Portret kak problema sociologii iskustv // Iskustvo. Moskva: G.A.H.N, 1927. S. 12

<sup>3</sup> Tam samo. S. 14

<sup>4</sup> Neverova Irina. Hudozestvenniy portret kak postizenie cheloveka v istorii. Sankt-Peterburg, 2009. S. 3

<sup>5</sup> Alpatov Mihail. Ocherki po istorii portreta. Moskva-Leningrad: Iskustvo, 1937. S. 5

Сьогодні людина стоїть на порозі радикальних змін в своєму існуванні та світогляді: відбувається перезавантаження, в багатьох випадках — демонтаж всіх традиційних цінностей та моральних норм. Людина вже не задовольняється просто знанням, а хоче змінювати власну природу.

Успіхи в науці — медицині, біології, генній інженерії, нейропсихології — дозволяють розширити осмислення людини, виходячи за її біологічні межі. Перед людством відкриваються принципово нові можливості, але й постають нові виклики. В той час, поки людина «вдосконалює» свою зовнішність та напрацьовує навички репрезентації, долучаючись до конкурентної боротьби іміджів в цифрових вимірах реальності, в наукових лабораторіях світу розробляються проєкти, які передбачають повне зрощення людини та машини.

Один з радикальних варіантів такого розвитку, що просуває сучасний трансгуманізм, — це заміна природного біологічного тіла людини штучним, перенесення свідомості на носій. Це викликає виправдане занепокоєння. Адже на тлі широкої орієнтації на втілення процесів біоцифрової конвергенції ігноруються процеси вдосконалення природних задатків людини, розвитку її інтелектуальних та духовних здібностей.

В контексті розвитку ідей трансгуманізму, що ставить своєю метою вдосконалення біологічного тіла людини за допомогою технологій, можемо прослідкувати, як трансформації образу людини та форм її репрезентації впливають на формування нової свідомості та конструювання «нової людини». Це яскраво відбивається в сучасних формах та функціях портретування, яке висувається в авангард соціокультурних трансформацій.

Вже на початку ХХ століття в мистецтві портрета проявляються риси розщеплення людини, втрати твердого «Я»; образ людини розпадається на пласти матерії, на фрагменти конструктивних форм в таких напрямках, як кубізм та футуризм аж до повного розщеплення в абстракції. Фото, попарт, абстракція змінили підхід до зображення людини. На порозі «прощання з портретністю» дослідники артикулюють проблему натюрмортності, коли людина набуває вимірів речі. Ця тенденція знаходить свій подальший розвиток в появі феномену іміджу, коли реклама та PR стають необхідною вимогою соціалізації та суспільного визнання людини. Комерціалізація всіх сфер життя суттєво впливає і на мистецтво, яке перетворюється на вигідний бізнес,

де основним критерієм стає його «товарність», а людина починає офіційно розглядатися як річ, «людина стає товаром на ринку особистостей»<sup>6</sup>.

Якщо в попередні епохи іміджевий сигнал більшою або меншою мірою лише вбудовується в складну структуру портретного «образу» як форму «особливого світобачення» та категорію художньої творчості, то переважна більшість портретних зображень сучасної людини оперує перш за все саме іміджевими характеристиками. Портретування стає інструментом селфмаркетингу — просування себе в якості товару і в такий спосіб вписування себе в суспільство споживання. Очищене від складного синтезу «художнього образу» портретне зображення сьогодні стає інструментом творення та трансляції іміджу та широко задіяне в рекламі, в соціальних мережах, в суспільному медіапросторі.

Іміджева ідеологія проникає в усі галузі суспільства, впливаючи на свідомість людей, змінюючи ціннісні орієнтири, мотивацію та установки їхньої поведінки. Продукуючи більш прості для сприйняття форми спільного існування та наповнюючи ці форми міфологізованими та симуляційними зовнішніми ефектами, вона створює нове соціально-комунікативне середовище, в якому імідж стає обов'язковою формою організації сучасного соціального життя.

Поняття «імідж» приходить у науковий дискурс з економіки. Американський економіст та соціолог К. Боулдінг в книзі «The Image. Knowledge in Life and Society»<sup>7</sup> розглядає феномен іміджу як уявлення про людину, яке цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою реклами та пропаганди. Він вперше визначає імідж ключем до розуміння суспільства та поведінки людини.

Проте невдовзі видатний американський історик Д. Бурстін критикує стан американського суспільства з його «втечею від реальності», що втілюється, серед іншого, і в безкінечному тиражуванні іміджів. Він стверджує, що завдяки іміджу сучасна культура створює певну псевдореальність, що стоїть між людьми та їхніми фантазіями<sup>8</sup>.

Портретування як інструмент творення іміджу не ставить на меті досягнути істину про людину. Його мета — переконати, що створена картинка і є істина. Портретування, таким чином, долучається до творення власної міфології. Так в процесі творення іміджу, що доволі ефективно включається у взаємодію з потенціалом цифрових технологій, починають діяти механізми відриву від реальності.

---

<sup>6</sup> Bezugla Ruslana. Glamur u evropeiskiy hudozhniy kulturi: Istorichna dinamika ta formi. Kiev, 2019. S. 5

<sup>7</sup> Boulding K. E. The image: knowledge in life and society. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1956. 175 p.

<sup>8</sup> Burstin D. (1993). Amerikantsyi: Natsionalnyiy opyt. Moskva: Progress — Litera, 624

Завдяки суто зовнішнім атрибутам — одягу, макіяжу, вивченій позі, певному мімічному малюнку — під час творення іміджу через портретування складається видимість цілісного образу людини, хоча насправді будь-який елемент «загальної картини» може бути зсунуто, збільшено, акцентовано або, навпаки, проігноровано. Фрагментарність в підході до образу людини, орієнтованість на суто зовнішній світ створює своєрідну нову реальність та нову цілісність, головними ознаками яких стає симулятивність.

Так, за Бодріаром, примарність світу на рубежі століть є результатом саме відсутності цілісного сприйняття світобудови, коли єдність світу замінюється фрагментами, багатополярністю, існуванням фантомів, які не мають підтвердження свого існування в реальності. Вводячи поняття «симулякр», французький філософ підкреслює, що все в світі стає ілюзорним, а всі зв'язки в цій симулятивній «гіперреальності» набувають віртуального характеру<sup>9</sup>.

Г. Єльшевська підкреслює, що сьогодні: «Людина легко змінює “імідж”, пластична хірургія дозволяє їй таким же чином змінити зовнішність... Особистості ніби приписано сприймати свій внутрішній устрій як свого роду набірний “пазл”, як суму, а не цілісність, а до свого тіла ставитись як до викрійки або робочого макету»<sup>10</sup>. Таким саме чином імідж з його фрагментарним баченням людини постає способом конструювання реальності, збирання її на кшталт пазлу. Імідж — як певна схема, шаблон — стає своєрідною моделлю для збірки «нової людини», «зразком» уніфікованого образу масового вжитку.

Сьогодні ми спостерігаємо новий культ обличчя. Феномен селфі (англ. self — сам, себе — фотоавтопортрет), що зародився на початку ХХІ століття, окреслює новий поворот в розвитку автопортрета та демонструє зростаючу самосвідомість глобальної більшості, яка завдяки демократизації процесів аудіовізуального виробництва сама стає креатором та долучається до творення своєї реальності та її візуального контенту. І хоча селфі виходять за межі художньо-мистецької практики, проте створюють колективний образ нашої епохи.

Важливу роль відіграє факт поширення селфі в соціальних мережах. На перший план висувається комунікація за допомогою візуальних образів, серед яких превалюють особистісні іміджі — короткі, влучні самопрезентації.

---

<sup>9</sup> Bodriyar Zh. (2015) Simulyakryi i simulyatsii / Per s fr. A. Kachalova. Moskva: Postum, 240 p.

<sup>10</sup> Elshevskaya G. (2002). Istoriya zhanrov. Portret. Moskva: Galart, 207. S. 45.

Сучасна культура індивідуалізму, яка декларує цінність індивіду, плекаючи його егоїстичні прояви в межах суспільства споживання, робить нескінченну трансляцію себе у вигляді селфі майже маніакальною потребою людини в потоці цифрової плинної реальності.

Візуальна демонстративність стає своєрідним кодом успішної соціалізації. Проте, акцентуючи увагу саме на візуальній презентації, замість відмінностей сутнісних на перший план виходять відмінності демонстровані. Постійно орієнтуючись назовні, перебуваючи в нескінченному потоці зміни іміджів та декорацій, людина потрапляє в ідентифікаційні пастки, коли точка, в якій вона може досягнути свою індивідуальність, — вислизає. Людина «постійно демонструє свою індивідуальність (імідж, стиль), не маючи змоги її стверджувати»<sup>11</sup>.

Прагнення виокремитись в цьому безмежному просторі інформації, калейдоскопі можливостей та вибору ідентичностей штовхає на все більш радикальні форми репрезентації. Все частіше на шпальтах газет зустрічаємо інформацію про смерть під час спроби зробити селфі. Це яскраво засвідчує магічну владу візуального в епоху, коли «образ стає важливішим за речі, копія за оригінал, уявлення за дійсність, видимість за буття»<sup>12</sup>.

Так, в конкурентній боротьбі за лайки користувачі соціальних мереж все частіше йдуть на ризик для власного життя. Згідно статистиці, найбільше трагічних випадків під час творення селфі пов'язане зі спробами створити селфі зі зброєю біля скроні, з намаганням зафіксувати свій образ на конструкціях мостів або хмарочосів. Особливо загрозливих масштабів така боротьба за визнання та соціальну значимість відбувається серед підлітків, які задля лайків та визнання в соціальній групі йдуть на смертельно небезпечні практики, такі як трейнсерфінг, фриранінг тощо. За даними соціологічних досліджень, близько 70% підлітків гине впродовж першого року трейнсерфінгу, а 14% стає каліками. Трейнсерфінг («зацеперство») — не нове явище, але роль соціальних мереж в цих практиках посилює негативні ефекти в багато разів.

Так зване «покоління селфі» сприймає себе через практику постійної фіксації та підтвердження свого існування в соціальних мережах. За словами одного з героїв документального фільму Ганни Гольцевої «СЕЛФІ. Хаос та творчість» (2021), девізом нового часу стає «Я селфі — значить, я існую». Селфі зрівнює розрив між звичайною

---

<sup>11</sup> Koneva, A. (2011). Moda i imidzh: prezentatsiya individualnosti ili identifikatsionnyie lovushki? [Fashion and image: presentation of individuality or identification traps?]. *Kulturologichna dumka*, 4, 82–87.

<sup>12</sup> Debor, G. (2000) *Obschestvo spektaklya*. Moskva: Logos, 184.

людиною та зіркою. Алгоритми соціальних мереж продукують поширення нових цінностей: важливо не те, хто ти та що ти робиш, а те, як ти себе презентуєш. Маркером успіху є не якість, а кількість лайків, коментарів, фоловерів. Головна ідея, яка надихає покоління селфі, — це можливість стати відомим, досягти зіркового статусу за допомогою соціальних мереж. Ейфорія володіння таким інструментом швидкої слави призводить до інфантилізму та поверхневого світосприйняття. Адже специфічна архітектура соціальних мереж підігрує саме низинні характеристики людської природи. Блогерка-мільйонниця, яка не розуміє, що могло так вразити фоловерів у викладеному фото її чоловіка в туалеті, отримує обурені коментарі. Виникає дискусія, яка саме й виводить цю новину в топ. Водночас інформація про реальні досягнення або експертні висновки щодо важливих соціальних подій маргіналізуються.

Так окреслюється коло актуальних питань, серед яких — специфічна дія алгоритмів соціальних мереж, орієнтованість на зовнішні ефекти та популярність, жорстка конкуренція іміджів, що призводить до безпідставного самолюбубання та створення хайпу з нічого. Так, Ірина Зубавіна зазначає, що таке «звикання до поверхового “зняття” інформації прокує поступове перепрограмування рецептивних навичок людини: Homo Sapiens перероджується в Homo Netus — людину мережі»<sup>13</sup>.

Захоплена ідеями свого «покращення», «вдосконалення» заради досягнення соціальної видимості, визнання та успіху в суспільстві споживання людина сьогодні вбудовується в складні алгоритми існування віртуальної реальності, цифрові виміри буття, стає залежною від технологій, які поступово структурують її повсякденність. Алгоритми соціальних мереж діють за певними правилами, які все більше відвертають людину від власного внутрішнього світу, блокують зв'язок з її духовними потребами. Ці процеси перегукуються з ідеями трансгуманізму з його прагненням вдосконалення саме біологічного тіла, але аж ніяк не еволюції людини як цілісної істоти. Так, О. Черніогло зазначає: «В основі такої позиції знаходиться розуміння людини не як істоти досконалої та загалом завершеної, але, скоріше, в якості матеріалу, з яким

---

<sup>13</sup> Zubavina I. B. Transformaciya modelej butya ta mislennya u digitalizovanomu sviti //Lyudina. Dialog. Cifrova kul'tura // Zbirnik materialiv kruglih stoliv ta konferencij // Institut kul'turologii Nacional'noї akademii mistectv Ukraїni. Kiїv, 2021. S. 279–288.



можна експериментувати в межах визначених рівнем розвитку технічних засобів. Це також означає відмову не тільки від природної тілесності, але й від усіх цінностей»<sup>14</sup>.

В межах творення іміджу суспільством споживання формується гламурна тілесність, що передбачає певний, майже неможливий ідеал. Як зазначають українські дослідниці О. Боряк та М. Маєрчик, саме «еталонне» тіло — «виголене, вилощене і «штукізоване» — вважається сьогодні найбільш функціональним, впливовим, соціально привабливим і продуктивним<sup>15</sup>.

Відбувається зміщення акценту з побудови внутрішнього світу особистості до суто зовнішніх атрибутів іміджу успішної людини. За думкою Т. Толстої, «гламур — це змова великих корпорацій проти людини, адже економічні гіганти насаджують ідеї вічної молодості, багатства, краси тощо»<sup>16</sup>. Також вона влучно характеризує гламур як «поза межний стан буття», в якому немає «заплаканих очей, хлюпаючого носа, смутку, відчаю» та «немає смерті, в кращому випадку — “невмируща легенда”»<sup>17</sup>. Таким чином, на рівні зовнішніх характеристик, з яких складається імідж успішної людини, яка вписана в світ «глемкапіталізму», смерть ніби долається, витісняється з колективної свідомості.

Так само цифрова реальність витісняє реальну людину, стираючи межу між реальністю та ілюзією. Цифрова копія людини, що зберігається на сервері, вже сьогодні стає більш важливою та цікавою суспільству, ніж реальна людина. В майбутньому ж будуть розвиватися технології оцифрування людини з метою досягти її повної симуляції.

Технологія «дїпфейк» (від англ. deep learning — «глибоке навчання» та fake — «підробка»), що передбачає синтез зображень, оснований на штучному інтелекті, посилює вже зазначені характеристики, розширюючи симулятивний медіапростір сучасної культури. Здатність «оживити» будь-яку людину та можливість використати її зображення в своїх цілях і без її дозволу демонструє повну незахищеність людини та її приватного простору.

Таким чином, портретування актуалізує по-новому одне з ключових питань в теорії портрета — питання схожості. В умовах, коли реальність розщеплюється

<sup>14</sup> Chernioglo E. Filosofskij analiz idej transgumanizma o transformacii chelovecheskogo tela // Social'no-politicheskie nauki. Moskva: MGU, 2015. S.79–82.

<sup>15</sup> Boryak O., Maerchik M. (2003). Tilo v konteksti kul`turno-antropologichnix studij: retrospekciya ta suchasni pidxodi. Retrieved from <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/15654> [in Ukraine], 2021, May, 29

<sup>16</sup> Tolstaja T. (1998) Ja planov vashixh liubliu glamurje // *Russkij telegraph*. [Russian Telegraph]. URL: <https://openuni.io/course/1/lesson/8/material/121/> [in Russian] (2021, May, 30).

<sup>17</sup> Там само.

на мінімум три — дійсна реальність, віртуальна та доповнена, — схожість в портретному подвоєнні стає доволі небезпечним інструментом впливу та контролю вже не в метафоричному сенсі, а в самому прямому значенні. Портрету завжди притаманна певна магічність. В сучасному ж вимірі неважко уявити ситуацію героя фільму Миколи Хомерікі «Селфі» (2018), якого переслідує цифровий двійник та повністю замінює в усіх аспектах його життя. Коли той намагається про це розповісти друзям, його відправляють як божевільного до лікарні, де відбувається діалог з лікарем: «Як я доведу, що я справжній?» — питає герой. «А чому ви вирішили, що ви справжній?» — парує лікар. І хоча це все ще фантастичні міркування, вони ніколи не підступали так близько до дійсної реальності. Тож в сучасному соціокультурному просторі, де існують технології дівфейк, а Artificial Intellect набуває все більшої досконалості, постають одними з пріоритетних питань свободи волі, права вибору, загострюються питання взаємозв'язку душі і тіла, проблема двійників і множин авторських особистостей.

Заміна природної людини біотехнічним, кібернетичним аналогом перш за все призведе до втрати зв'язку людини з природою, з культурою. Означені процеси якраз і характеризують складну ризомну сучасну реальність, де розщеплена, розпорошена в калейдоскопі іміджей та декорацій людина стає ідеальною мішенню для системи, озброєної технологіями. З одного боку, людина має широкі можливості для самоствердження, з іншого — успіх у реальному (офлайновому) житті визначається активною присутністю у віртуальному цифровому (онлайновому) світі.

Підтримуючи свій зовнішній імідж, своє егоїстичне «Я» у змаганні з іншими в цифрових вимірах, людина не лише посилює симулятивні характеристики буття, а й підтримує товарообіг великих компаній для інвестування в технології, які спрямовують розвиток суспільства в бік «ідеальної моделі» зрощення людини та машини. Тож цифровий аватар, селфі стають перепусткою в простір біоцифрової конвергенції для людини, яка залежить від технологій.

Резюмуючи, можемо сказати, що портретування як інструмент творення іміджу набуває характеристик структуруючого елемента сучасного комунікативного простору культури та долучається до конструювання нової соціокультурної реальності. В цифрових вимірах сучасності портрет більшою мірою постає не формою осягання особистості, а формою проєктування «ідеальної моделі» людини в контексті філософської концепції трансгуманізму. Такі притаманні йому характеристики, як симулятивність, орієнтація на зовнішній світ привчають людину, яка не має змоги

стверджувати своє «Я» в постійному русі змінних іміджів, до постійних трансформацій власного образу з огляду на заданий суспільством формат. Портретування в якості носія цінностей та інструменту творення іміджу як «соціального конструкту» відповідає запиту сучасного суспільства споживання та відіграє важливу роль в формуванні свідомості «нової людини», відкритої до ідей трансгуманізму.

### **Bibliography**

1. Alpatov Mihail. Ocherki po istorii portreta. Moskva — Leningrad: Iskustvo, 1937. S. 5.
2. Bezugla Ruslana. Glamur u evropeiskiy hudozniy kulturi: Istorichna dinamika ta formi. Kiev, 2019. S. 5.
3. Bodriyar Zh. Simulyakryi i simulyatsii / Per s fr. A. Kachalova. Moskva: Postum, 2015. 240 s.
4. Boryak O., Maerchik M. Tilo v konteksti kul`turno-antropologichnix studij: retrospekcziya ta suchasni pidxodi. 2003. URL: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/15654> [in Ukraine]. 2021, May, 29.
5. Boulding K. E. The image: knowledge in life and society. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press. 1956. 175 p.
6. Burstin D. Amerikantsyi: Natsionalnyiy opyt. Moskva: Progress — Litera, 1993. 624 s.
7. Chernioglo E. Filosofskij analiz idej transgumanizma o transformacii chelovecheskogo tela //Social'no-politicheskie nauki. Moskva: MGU, 2015. S. 79–82.
8. Debor G. Obschestvo spektaklya. Moskva: Logos, 2000. S. 184.
9. Elshevskaya G. Istoriya zhanrov. Portret. Moskva: Galart, 2002. S. 45.
10. Kon I. S.V poiskah sebya: Lichnost' i ee samosoznanie. M.: Politizdat, 1984. S. 183.
11. Koneva A. Moda i imidzh: prezentatsiya individualnosti ili identifikatsionnyie lovushki? //Kulturologichna dumka. 2011. № 4. S. 82–87.
12. Mirzoev N. Kak smotret na mir. Moskva: Ad Marginem Press, 2019. 344 s.
13. Neverova Irina. Hudozestvenniy portret kak postizenie cheloveka v istorii. Sankt-Peterburg, 2009. S. 3.
14. Sidorov A. A. Portret kak problema sociologii iskustv // Iskustvo. Moskva: G.A.H.N., 1927. S. 12.

15. Tolstaja T. Ja planov vashixh liubliu glamurje // Russkij telegraph.1998. URL: <https://openuni.io/course/1/lesson/8/material/121/> [in Russian]. 2021, May, 30.

16. Zubavina I. B. Transformaciya modelej butya ta mislennya u digitalizovanomu sviti //Lyudina. Dialog. Cifrova kul'tura // Zbirnik materialiv kruglih stoliv ta konferencij / Institut kul'turologii Nacional'noi akademii mistectv Ukraïni. Kiïv, 2021. S. 279–288.