

УДК 687.53:17.022

Федорова Є. В.

Київський національний університет культури і мистецтв

ВИДОВИЩНА ЗАЧІСКА ЯК ЧАСТИНА СУЧАСНОГО ІМІДЖУ

Федорова Є. В. Видовищна зачіска як частина сучасного іміджу. На сучасному етапі гостро постає питання побудови власного іміджу, актуальності набуває питання способів його вдосконалення. Зачіска є одним із проявів візуального сприйняття іміджу особистості, отже у пошуку її нових форм звертаються до видовищних зачісок як дієвого виразника сучасних модних знахідок. Пошук модних напрямів, доцільних до побудови іміджу певної особистості, спонукає до виявлення змісту понять «зачіска», «видовищна зачіска» та механізмів її створення як віддзеркалення модних тенденцій у побутових формах.

У статті розглянуто параметри сучасного іміджбілдингу, його застосування, вплив, спосіб створення, у тому числі так званого габітарного іміджу, який формує конкретний образ відповідно до винайденої, логічно осмисленої та реалізованої на практиці концепції автора.

Проаналізовано властивості, функції та види зачіски як історичного явища, атрибуту класово-станової приналежності. Визначено функції, конструктивні властивості й види «видовищної зачіски» (історична, перспективна, арт-зачіска), її сучасні варіанти. Простежено взаємозв'язок зачіски з модою та безпосередньо іміджем.

Ключові слова: імідж, іміджбілдинг, іміджмейкер, габітарний імідж, зачіска, перспективна зачіска, арт-зачіска, історична зачіска, видовищна зачіска.

Федорова Е. В. Зрелищная прическа как часть современного имиджа. На современном этапе остро стоит вопрос построения собственного имиджа, актуальным становится вопрос способов его совершенствования. Прическа является одним из проявлений визуального восприятия имиджа личности, следовательно в поиске ее новых форм обращаются к зрелищным прическам как действенному выразителю современных модных находок. Поиск модных направлений, целесообразных к построению имиджа определенной личности, побуждает к выявлению содержания понятий «прическа», «зрелищная прическа» и механизмов ее создания как отражение модных тенденций в бытовых формах. В статье рассмотрены параметры современного имиджбилдинга, его применение, влияние, способ создания, в том числе так называемого габитарно-

го имиджа, который формирует конкретный образ в соответствии с изобретенной, логично осмысленной и реализованной на практике концепцией автора.

Проанализированы свойства, функции и виды прически как исторического явления, атрибута классово-сословной принадлежности. Определены функции, конструктивные свойства и виды «зрелищной прически» (историческая, перспективная, арт-прическа), ее современные варианты. Прослежена взаимосвязь прически с модой и непосредственно имиджем.

Ключевые слова: имидж, имиджбилдинг, имиджмейкер, габитарный имидж, прическа, перспективная прическа, арт-прическа, историческая прическа, зрелищная прическа.

Fedorova Ye. Fascinating hairstyle as part of the modern image.

Background. A positive image is a major part of modern companies and representative offices as it is one's image that fosters advancing goods and services quality, improving one's customer base, managing and organising work [5: 366]. Also, image is considered today as major part of the modern professional and personal being; it furthers job promotion and a positive perception of the individual in general. Understanding of image-creating mechanisms and their implementation become today absolutely necessary knowledge [17: 192]. As on the modern stage creating one's own image is an important issue, a matter of finding ways to improve it becomes urgent. A hairstyle is an element of an individual's visual perception; that is why specialists are addressing to fascinating hairstyles as a forceful agent of modern fashionable expressions. Search for fashionable approaches adequate for creating a certain individual's image, makes it necessary to define the content of the terms "hairstyle" and "fascinating hairstyle", as well as mechanisms of their creation as a reflection of fashionable tendencies in everyday forms. Analysis of this matter will help to consider special aspects of image designing from a new perspective. It will also become in a way an instruction on what one is to pay attention at before creating "a fascinating hairstyle", which in turn is absolutely important for modern hairstyle designers and masters in the beauty industry in general who base their work on creating of an individual's image.

Analysis of recent research and publications. In modern scientific-methodological literature matters of interconnection of hairstyle and image have not been considered enough, although approaches and styles have been analysed in the context of the term "image". Thus, Lubyanska S. P. and Kuleshova O. N. studied "a fascinating hairstyle". The work "Basis of hairstyle design" (2002) [4] reveals the main concept of fascinating hairstyles as a distinct type of hairstyles. The work "Hairstyle design" (2010) [6] outlines types of fascinating hairstyles in forms of perspective and art-hairstyles.

Objective. The aim of the research is to consider special aspects of modern image-building, and habitus image in particular. The author also aims to outline functions, constructive features and types of "a fascinating hairstyle", as well as to analyse the interconnection between fashion and image.

Рецензент статті: Михайлова Р. Д., доктор мистецтвознавства, професор, Київський національний університет культури і мистецтв

Стаття надійшла до редакції 17.11.2016

Results. *Having a positive image is absolutely necessary as for a public person, so for an ordinary man. One's image can be created by image-designers who perform work of different specialists, including hair-style designer's work. The latter is responsible for creating a habitus image which has to do with following a logically designed author's conception. A habitus image includes appearance characteristics of an object's image which can be visually judged about. One of the elements of a habitus image, namely a hairstyle, is created by hairstyling masters.*

A hairstyle is an attribute of a class affiliation and has a wide range of functions. There are certain hairstyle types, namely everyday ones, perspective, art-hairstyles, and historical. At that perspective, historical and art-hairstyles are fascinating hairstyles as alike to works of art they emotionally impress the audience. The classification of such hairstyles is rather relative as one model can be seen in different situations. For instance, a historical hairstyle can be used in cinema, theatre, carnival costume, exhibition and contest performance. The thing is that all these hairstyles are created for various types of shows, demonstrations, performances, contests and are based on imitation, succession, and modification of certain models. However, even though the classification is relative, it is only perspective and art-hairstyles that promote a full reflection of fashion tendencies and its wide popularization as they can be demonstrated at shows, festivals, in advertising and music videos, in magazines, calendars, leaflets, etc. A theatrical catwalk show, essential constituent of the fashion industry, takes a special place in demonstration of fascinating hairstyles. Being dramatized, a show turns into an impressive, eye-popping play; dramatization helps communicate certain ideas to the mass audience. Talking about catwalk shows, the term "dramatization" means here an organic combination of non-theatre material related to the everyday practice and artistic material creating one's image. Such a combination is necessary to obtain a due aesthetical effect. In other words, dramatization of a catwalk show is a way to create an artistic imagery for the mass perception, creation by means of combination, fusion of both art-image and functionality principles in a theatrical show. Various types of theatrical shows are created based on dramatization and involvement of creative specificity of amateur and professional ensembles. It defines main constructive aspects of fascinating hairstyles but disregards their functionality, comfort, and sometimes a model's individual features. Exaggeration of forms and elements is used for a designer's self-expression. These forms, as well as elements are clearly fixed for a better visual perception at long distances.

Conclusions. *The purpose of fascinating hairstyles, namely that of perspective and art-hairstyles, is demonstration of approaches in fashion as one of the key image-making constituents. At that, after the demonstration stage, the hairstyles are to be modernized into everyday forms and offered to the society.*

Keywords: *image, image-building, image-making, habitus image, hairstyle, perspective hairstyle, art-hairstyle, historical hairstyle, fascinating hairstyle.*

Постановка проблеми. Позитивний імідж є важливою складовою сучасних компаній та підприємств, адже імідж сприяє підвищенню якості товарів і послуг, удосконаленню клієнтської мережі, управління і організації праці [5: 366]. Також імідж нині розглядають як важливу частину сучасного професійного та особистого буття людини, що сприяє просуванню по службовій драбині, працює на позитивне сприйняття індивідуума. Розуміння механізмів створення іміджу та його широке залучення у життя стають не тільки очевидним, а й, по суті, необхідним знанням [17: 192].

Оскільки на сучасному етапі гостро постає питання побудови власного іміджу, **актуальності** набуває питання способів його вдосконалення. Зачіска є одним із проявів візуального сприйняття іміджу особистості, отже у пошуку її нових форм звертаються до видовищних зачісок як дієвого виразника сучасних модних знахідок. Пошук модних напрямів, доцільних до побудови іміджу певної особистості, спонукає до виявлення змісту понять «зачіска», «видовищна зачіска» та механізмів її створення як віддзеркалення модних тенденцій у побутових формах.

Зв'язок із науковими чи практичними завданнями. Статтю виконано у рамках цільової комплексної програми наукових досліджень Київського національного університету культури і мистецтв «Трансформаційні процеси в культурі та мистецтвах України» (Державний реєстраційний № 0107U009539). Дослідження має на меті практичне втілення результатів у проектуванні одягу.

Вивчення даного питання дасть можливість під новим кутом розглянути особливості проектування іміджу та стане своєрідною «інструкцією»: на що необхідно звернути увагу перед створенням «видовищної зачіски», що, у свою чергу, є безпосередньо важливим для сучасних дизайнерів зачіски та майстрів б'юті-індустрії загалом, які базують свою роботу на моделюванні іміджу особистості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній науково-методичній літературі проблемі взаємозв'язку зачіски та іміджу приділяється недостатньо уваги, хоча напрями та стилі зачісок неодноразово розглядалися у контексті поняття «імідж». Зокрема «видовищну зачіску» досліджували С. П. Лубянська та О. Н. Кулешкова. Так, у роботі «Основи дизайна прически» (2002) [4] розкрито основну суть видовищних зачісок як окремого виду. У праці «Дизайн зачіски» (2010) [6] визначено та конкретизовано види видовищних зачісок у формах перспективної та арт-зачіски.

Мета статті: розглянути особливості сучасного іміджблдингу, зокрема параметри так званого габітарного іміджу; виокремити функції, конструктивні властивості й види «видовищної зачіски»; простежити взаємозв'язок зачіски з модою та іміджем.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Поняття «імідж», «іміджбілдинг», які вживалися раніше тільки у політичній і артистичній сфері, нині утверджуються в повсякденному житті, наповнюються новим сенсом і змістом. Вираз «імідж ділової людини», «імідж публічного лідера», «імідж представника шоу-бізнесу» (установи, товару тощо) належить тепер до поширених та звичних [12: 122].

При цьому поняття «імідж» розглядають у широкому та вузькому значеннях. У широкому сенсі це — поширене уявлення про характер того або іншого об'єкта. У вузькому розумінні — доцільно сформований образ, уявлення, який за допомогою асоціацій наділяє об'єкт (явище, особу, товар, послуги тощо) додатковим ціннісним змістом — соціальні, політичні, соціально-психологічні, естетичні й ін., що сприяє його більш цілеспрямованому і емоційному сприйняттю [16: 353–354].

Наукова категорія «імідж» з'явилася в Америці у 1960-ті рр. [10: 25; 19: 200] На пострадянському просторі фах іміджмейкера набув популярності наприкінці ХХ — на початку ХХІ ст. [2: 337]

Нині це слово відбиває явища, які раніше описувалися за допомогою інших понять: стиль, образ, манера, індивідуальність, репутація, добре ім'я, символ, зовнішній вигляд тощо. У порівнянні з ними імідж — це цілісний образ, який є багатшим і різноманітнішим за змістом, точніше передає сучасні процеси, пов'язані із затвердженням ринкової економіки [12: 122–123].

Імідж є незамінним в управлінні: його наявність в арсеналі будь-якого керівника належить до так званих методів впливу, якщо раніше це були «канчук і пряник», то нині це чарівність особистості, приємні інтонації і тембр голосу, ораторські здібності, манера поведінки, репутація, яскраво виражена індивідуальність. Адже ці якості суттєво впливають на поведінку людей, «заражають» їх, захоплюють, допомагають мобілізувати на досягнення цілей [12: 124].

Установка на успіх здійснюється окрім іншого також завдяки іміджу успішної людини, що підштовхує людину до активних дій, а повсюдне становлення іміджбілдингу впливає на зміну світоглядних і ціннісних орієнтацій населення. Іміджбілдинг закликає будувати себе, свій будинок, свою «справу» [12: 124–125].

Сьогодні для успішного пошуку бажаної роботи вже недостатньо освіти й професійного досвіду. У сучасному конкурентному середовищі, коли здобувачі престижної роботи пропонують роботодавцю в рівній мірі кваліфіковані послуги, вибір визначає відмінність в іміджі претендентів. Найважливішими засобами позитивного іміджу вважаються комунікативні здібності: уміння добре виступити, написати ділового листа, провести телефонні переговори. У порядку значущості далі йдуть охайність і хороші манери. Отже зараз уже не треба доводити, що по тому, як людина вдягнена, взута, причесана, судять про її інтелектуальні, ділові та професійні якості [3: 160].

Саме тому імідж складає нову галузь в управлінні громадською думкою, яка вивчає формування результатів іміджевої діяльності, а також засоби реклами, масової комунікації тощо, в тому числі сформовані за допомогою іміджмейкерів-консультантів, психологів, режисерів та ін. [16: 353–354].

Завдання іміджмейкера, тобто дизайнера іміджу, полягають у створенні нових модних образів, їх художньому і технологічному обґрунтуванні, з подальшим впровадженням у виробництво. Робота імідж-дизайнера об'єднує в собі роботу художника, модельєра, технолога, перукаря і візажиста [19: 201].

Дослідження Т. Шутовою іміджу та його формування привело її до виявлення поняття «габітарного іміджу», яке вона пояснює як оцінку образу людини «у перші секунди сприйняття», коли блискавично сприймаються фізична статура, одяг, зачіска, парфуми тощо. Отже, габітарний імідж вимагає формування необхідного образу відповідно до завідомо винайденій та логічно вибудованій концепції автора [там само].

Параметри габітарного іміджу, як вважають науковці, складають діловий костюм, використання певного тону, кольору, макіяжу, зачіски, аксесуарів, наприклад значка з емблемою установи, шарфи, браслети тощо [7: 40].

Сьогодні фахівці в області дизайну виділяють кілька напрямків габітарного іміджу, що дозволяє оптимізувати зовнішній вигляд людини: перукарське мистецтво та дизайн зачіски, мистецтво візажу, дизайн одягу, головних уборів, взуття та аксесуарів. Саме ці складові іміджу формують так зване перше враження, дуже значиме в сенсі отримання подальшої інформації [19: 201].

Габітарний імідж — це зовнішні характеристики образу об'єкта, які можливо оцінити візуально. Один із елементів габітарного іміджу, а саме зачіска, створюється майстрами перукарського мистецтва.

Зачіска разом із костюмом завжди відображала естетичні ідеали суспільства, виступаючи як атрибут класової і станової приналежності [19: 5].

У професійних виданнях використовуються наступні визначення поняття «зачіска»:

- естетичне оформлення волосся, надання йому певної форми і вигляду [6: 14];
- певним способом укладене, підстрижене або завите волосся на голові [14: 672];
- форма, яка надається волоссю під час стрижки, укладання, завивки [11: 343];
- порядок розташування волосся на голові, який досягається причісуванням, стрижкою, завиванням; розташоване в такому порядку волосся [13: 871];
- фігурна укладка, завивка або стрижка волосся, часто в поєднанні з прикрасами зі стрічок, мережив, квітів, пір'я, з ювелірними виробами тощо; штучне видалення волосся на голові та обличчі, якщо це диктується модою [18: 5].

Головною властивістю зачіски є замкнена три-мірна форма, виконана у розрахунку на сприйняття з різних точок зору [6: 14].

Сучасна зачіска виконує багато функцій. Найважливішими з них називають наступні.

Утилітарно-практична функція. Зачіска захищає шкіру голови від впливу термічних, кліматичних, біологічних факторів. Дуже важливою ознакою для повсякденних зачісок є зручність та корисність, які необхідно трактувати у широкому розумінні: не тільки як фізичну зручність, а і як здатність створювати психологічний комфорт, впливати на настрій [6: 13; 4: 176].

Естетична функція. Зачіска виражає як індивідуальний естетичний смак і вибір людини, так і загальні смаки, притаманні для даної епохи як еталон, як загальноприйняті уявлення про красу. Зачіска (як і костюм) відображає естетичний ідеал конкретного часу і народу. Потреба у красі — природна якість людини, і зачіска надає можливість у певній мірі задовольнити цю потребу [6: 13–14; 18: 5].

Соціально-психологічна функція. Зачіска допомагає людині адаптуватись у певній соціальній групі. Вона є одним із засобів підвищення зовнішнього та внутрішнього престижу. Крім того, зачіска впливає на емоційний стан людини. Саме тому жінці, яка бажає щось змінити у житті, психологи радять перш за все змінити зачіску. Гарна зачіска підіймає настрій, адже вона належить до параметрів самоусвідомлення, самоповаги, самосприйняття, самоприхильності, самоцінності [6: 14].

Знаково-комунікативна функція. Зачіски мають певний силует, форму, пропорції, лінії, елементи. Вони характеризуються ритмом, масою та об'ємом. У зачісці виділяють «акцент» та «нюанс», сучасна мода привносить у зачіску різноманітність кольорів, їх сполучень. Отже, зачіска має власну «мову», може передавати певну інформацію про власника зачіски [6: 14].

У сучасних умовах науковці розглядають низку видів зачісок (Лубянська, С.)

Популярні зачіски. Популярні (побутові), призначені для масового споживача, мають велику різноманітність моделей; поділяються на повсякденні і святкові [6: 15].

Перспективні зачіски. Назва у даному випадку відображає те, що створення такої зачіски передбачає план, види на майбутнє. Аудиторія перспективної зачіски — молодь, ділова людина, така зачіска може мати спеціальне призначення — коктейльна зачіска, весільна й ін. Автор створює нову модель, передбачаючи її можливе застосування у майбутньому у якості популярної, на конкурсі, в шоу-програмі тощо. Перспективність — це особлива характеристика зачіски [6: 17–18].

Перспективна зачіска вимагає особливої чіткості, виразності ліній, дизайну, фактури, яскравого неповторного образу. Така зачіска виконується у більш прогресивному дусі, ніж популярна зачіска. Працюючи над створенням перспективної зачіски, дизайнер прагне втілити думку про те, що перспек-

тивна — це потенційно популярна зачіска, тобто зачіска, яка може стати масовою через деякий час. Але ідеї, які закладено у перспективній зачісці, можуть у подальшому значно спрощуватись, перероблятись із урахуванням масових споживчих інтересів [6: 18].

Арт-зачіски. Арт-зачіски (англ. art — мистецтво) повинні розкривати художній образ, мати яскраво виражену характерність. Такі зачіски повинні захоплювати глядача та викликати яскраві враження, створюючи такі відчуття, які людина переживає при спогляданні витворів мистецтва, захоплювати як красою та образністю, так і технікою виконання.

Арт-зачіска — це своєрідний політ фантазії художника-модельєра або дизайнера. Такі зачіски також називають фантазійними [6: 19].

Серед видів дизайну арт-дизайн займає окреме місце. Його особливість полягає у тому, що зусилля дизайнера направляються на організацію художніх вражень, які отримують від образу об'єкта глядачі. Такі витвори, по суті, втрачають утилітарне значення і стають виключно декоративними, виставковими [6: 14].

Таким чином, розподіл зачісок як об'єкта дизайну на три групи — популярну, перспективну і арт-зачіску — обумовив три напрямки діяльності дизайнера зачіски. Працюючи над розробкою популярної зачіски, дизайнер працює з конкретною людиною, і його головним завданням є створення індивідуального образу. Проектуючи перспективну модель, дизайнер створює образ-версію. Метою розробки арт-зачіски є створення художнього образу [6: 19–20].

Запропонована класифікація, як зазначають фахівці, залишає поза увагою такий вид зачісок, як історична зачіска, адже вона не виступає у якості об'єкта дизайну зачіски, метою якого є художнє проектування нових якостей, відповідно до змін способу життя і потреб людей [6: 19].

Історичні зачіски мають значний інтерес для дизайнерів. Відтворюючи їх, копіюючи зразки, майстрам часто доводиться проявляти особисту творчу ініціативу, оскільки на оригіналі (малюнку, фотознімку) видно лише частину зачіски. Для розробки не видимої на малюнку частини сучасний дизайнер зачіски повинен вибрати елементи, що дозволяють витримати індивідуальний характер форми всієї зачіски відповідно до художнього стилю епохи [4: 186].

Натомість багато деталей і силуети зачісок минулих епох використовуються в наші дні у повсякденних, перспективних та частково і в арт-зачісках [4: 187].

Окрему групу складають видовищні зачіски. Залежно від виду і жанру видовищного мистецтва розрізняють зачіски, призначені для виступу в театрі, на естраді, в цирку, а також для карнавалів і маскарадів. Такі зачіски класифікують як «видовищні», виходячи з яскраво вираженої цільової спрямованості та підкресленої характерності, тяжіння до художнього образу, зокрема історичного [4: 186].

Назва «видовищні» говорить про те, що такі зачіски справляють на глядача особливо яскраве враження, викликаючи відчуття, близькі до тих, які відчуває людина при спогляданні творів мистецтва, захоплюючись як красою і образністю, так і технікою виконання [там само].

Класифікація таких зачісок умовна, оскільки одну модель можна побачити в різних ситуаціях. Наприклад, історична зачіска може використовуватися в кіно, театрі, карнавальному костюмі, показових конкурсних виступах. Суть полягає в тому, що всі ці зачіски створюються для різного роду показів, демонстрацій, виступів і базуються на копіюванні, наслідуванні, видозмінюванні певних моделей [4: 186].

Однак при всій умовності класифікації, виділяються наступні групи видовищних зачісок: історичні, перспективні, арт-зачіски [там само].

Видовищні зачіски створюються дизайнерами, що працюють виключно в цій сфері, які здатні самостійно спроектувати і виконати свою модель без допомоги інших фахівців, тому що володіють усіма необхідними навичками [6: 21–22].

Творчий процес дизайну зачіски аналогічний творчому процесу дизайну в будь-якій іншій сфері людської діяльності. Перед виконанням розробки зачіски дизайнер перш за все з'ясовує функціональне призначення, а потім знаходить форму, яка дозволяє образно розкрити зміст зачіски, що і є художнім завданням дизайнера зачіски [6: 14–15].

При проектуванні видовищних зачісок фахівець має можливість самовиразитись та розкрити свій творчий потенціал, відтворити своє відношення до світу, свій світогляд та художній смак. Працюючи над такими зачісками, дизайнер постійно шукає нове та оригінальне, експериментує з формою, фактурою, кольорами, при цьому можливо зовсім не враховувати такі вимоги до зачіски, як практичність, зручність тощо [6: 19].

Вони працюють у сфері візуальної комунікації, тому ефектна презентація робіт дуже важлива [6: 36].

Проекти видовищних зачісок дизайнер реалізує, беручи участь у показах, шоу-програмах, зйомках рекламних та музичних кліпів. Фото видовищних зачісок залучають до журналів, календарів, рекламних проспектів [6: 19].

Однак основним засобом демонстрації творчих робіт дизайнера у сфері моди, в тому числі зачісок, є подіумний показ — невід'ємна складова індустрії моди. Подіумний показ є засобом презентації творчості дизайнера та водночас специфічним видом реклами, за допомогою якого привертають увагу до особистості автора, його професійної діяльності в цілому.

Сучасні покази зачісок вирізняються театралізацією [6: 41].

Театралізація показу перетворює його на шоу, видовище, подекуди вражаючий спектакль, адже театралізація допомагає донести в художній формі певну ідею до масового глядача. Відносно подіумних показів термін «театралізація» означає

органічне поєднання матеріалу нетеатрального, безпосередньо пов'язаного із щоденною практикою, та матеріалу художнього, образного. Таке поєднання необхідне для досягнення відповідного естетичного ефекту. Іншими словами, театралізація подіумного показу — це спосіб творення художньої образності для масового сприймання, творення шляхом поєднання, злиття в театралізованому видовищі художньо-образного та утилітарного начал. На основі театралізації і залучення творчої специфіки самодіяльних та професійних колективів створюються різні види театралізованих показів [6: 42].

Відповідно, у підготовці до показу зачісок підбирають музичний супровід, здійснюють постановку, проводять репетиції, у яких ретельно відпрацьовують сюжетний хід, логіку композиції, єдність художнього задуму [6: 43].

Перспективні та арт-зачіски, які відображають тенденції моди, пришвидшують популяризацію нових моделей [4: 187].

Представляючи зачіску, майстер враховує вимоги не сьогоденного, а завтрашнього дня: перебільшує, гіперболізує нові деталі та елементи, фіксує їх дуже чітко, а відомі, сталі деталі вписує в нову форму або по-новому поєднує їх [4: 187–188].

Призначення перспективних та арт-моделей полягає в тому, щоби показати подальший напрям розвитку моди. Зазвичай на впровадження в практику видовищної зачіски йде не менше року [4: 188].

Дизайн у сфері моди допомагає людині у створенні сучасного зовнішнього образу [6: 12].

У сучасному світі моду визначають два основні напрямки: розробка зачісок для повсякденного використання, виконуваних надалі в перукарні («мода великим тиражем», «мода вулиці») [4: 187], та напрям розвитку моди експериментального характеру, коли пошуки нового зводяться до специфічного експериментування з формою зачіски. При розробці моделей нової форми абсолютно не враховуються такі вимоги до зачіски, як практичність, міцність, зручність, простота тощо [там само].

Вихідний пункт творчості будь-якого дизайнера — це потреби людини, де предметні форми і образи виникають як відгук на потреби суспільства. Основа дизайну — всебічне урахування суспільних потреб. Власне, вивчення потреб людини і суспільства є основним змістом передпроектного аналізу при створенні нових моделей, нового напрямку в моді, зокрема, зачіски. Методика дизайну заснована на послідовному застосуванні методів аналізу і синтезу [6: 20].

Крім передпроектного аналізу при проектуванні нової моделі зачіски проводять соціально-економічний аналіз, функціональний аналіз (дослідження способів використання моделі), технологічний аналіз (дослідження матеріалів і можливих технологічних прийомів виконання моделей), аналіз форми (дослідження структури моделі та її аналогів, пошук варіантів композиційних, конструктивних і пластичних рішень) [6: 21].

У конструктивному вирішенні видовищної зачіски її рішення часто співпадає із ознаками головних уборів, які за призначенням можуть поділятися на побутові, виробничі, спортивні, формені, видовищні тощо. Причому видовищні головні убори, в залежності від видів і жанрів видовищного мистецтва, у свою чергу, поділяються на театральні, естрадні, циркові [9: 6].

Головний убір в комплекті одягу відповідає призначенню і характеру загального ладу форм, узгоджується з одягом, фактурою матеріалів [8: 17].

Дійсно, перш за все визначається провідна функція головного убору — утилітарна, естетична, символічна й інші — в конкретному його призначенні. Це зумовлює характер обсягу (масштабно і пластично), посадку на голові, характер матеріалів і основний тип формоутворення головного убору [8: 275].

Але іноді візуальні характеристики видовищної зачіски, які бувають будь-яких форм та конфігурацій, та видовищного головного убору цілком співпадають, і в такому випадку дуже важко відрізнити їх один від одного. Цей ефект досягається за рахунок імітації текстури волосся декоративними елементами, такими, як, наприклад, папір, нитки, пір'я тощо, а саме — коли вони відіграють роль уже не аксесуару, а заповнюють всю форму та нагадують перуку. У науково-енциклопедичних виданнях слово «імітація» (від лат. *imitatio* — наслідування) розшифровується як наслідування кому-небудь або чого-небудь, відтворення; підробка [15: 318].

У випадку безпосередньої стильової подібності вирішальними є: смислове навантаження, що надається самим дизайнером, чітке акцентування образу або його доповнення (акцент — особлива увага до чого-небудь; підкреслення [1: 20]) та місце демонстрації зачіски.

Мода як одна з основних іміджетворчих складових має великий вплив на розвиток перукарського мистецтва, сприяючи моделюванню нових зачісок, поліпшуючи зовнішній вигляд людей, роблячи його більш яскравим та привабливим [4: 188].

Висновки з даного дослідження. Створення позитивного іміджу є безпосередньо важливим і для публічного лідера, і для звичайної людини. Імідж формується завдяки імідж-дизайнерам, що поєднують у своїй діяльності роботу майстрів різних спеціальностей, зокрема і дизайнера зачіски, який є відповідальним за допомогу у створенні габітарного іміджу. Зачіска є атрибутом класової і станової приналежності. Вона має широкий спектр функціональності. Розрізняють типи зачісок, як от побутові, перспективні, арт-зачіски, історичні. Останні три є видовищними зачісками, тобто такими, які справляють на глядача емоційне враження, як від споглядання творів мистецтва, але лише перспективні та арт-зачіски сприяють найбільш повному відображенню тенденцій моди та більш широкій її популяризації, оскільки можуть бути продемонстровані на показах, шоу-програмах, зйомках ре-

кламних та музичних кліпів, фестивалів, у глянце-вих виданнях, календарях, рекламних проспектах тощо. Особливе місце у демонстрації видовищних зачісок належить театралізованому подіумному показу, звідки виходять основні конструктивні особливості видовищних зачісок і не враховуються практичність, зручність та іноді індивідуальні особливості моделі. Задля самовираження дизайнера, використовується перебільшеність (гіперболізованість) форм та елементів, які чітко фіксуються для покращення візуального сприйняття глядачами на великих відстанях. Призначення видовищних зачісок, а саме перспективних та арт-моделей, направлене на демонстрування напрямків моди як однієї з ключових іміджетворчих складових, щоби після проходження етапу демонстрації модернізувати їх у побутові форми та вже в такому вигляді донести до суспільства.

Перспективи подальших досліджень вбачаються у висвітленні проблеми практичного представлення видовищних зачісок крізь призму фестивального процесу.

Література:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови : 250 000 [слів] : [3 дод. та допов.] / [Укл. і голов. ред. В. Т. Бусел]. — К. ; Ірпінь : Перун, [2005]. — VIII, 1719 с.
2. Енциклопедія сучасної України / [НАН України, Наук. т-во ім. Шевченка, Ін-т енциклопед. дослідж. НАН України]. — К. : Ін-т енцикл. дослідж. НАН України, 2001. — Т. 11 : Зор-Как / [редкол. : І. М. Дзюба (співголова) та ін. — 2011]. — 710 с.
3. Иваненко О. П. Имиджология — новая дисциплина вузовского компонента обновленного Государственного стандарта высшего профессионально-педагогического образования / О. П. Иваненко // Вестник Учебно-методического объединения по профессионально-педагогическому образованию / Урал. гос. проф.-пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001. — Вып. 1 (28). — С. 159–161.
4. Кулешкова О. Н. Основы дизайна прически : учеб. Пособие / О. Н. Кулешкова, О. Б. Читаева, Т. Н. Бутко. — М. : Издательский центр «Академия», 2002. — 192 с.
5. Культура и культурология : словарь / ред.-сост. А. И. Кравченко. — М. : Академ. проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2003. — 926 с.
6. Лубянська С. П. Дизайн зачіски : навч. посібник для професійної підготовки студентів у вищих навчальних закладах мистецького профілю / С. П. Лубянська. — К. : Кондор, 2010. — 216 с.
7. Михайлов Д. М. Корпоративная культура учреждения социальной сферы : выпускная квалификационная работа / Д. М. Михайлов ; Рос. гос. проф.-пед. ун-т, Ин-т гуманитар. и соц.-экон. образования, Каф. социологии и соц. работы. — Екатеринбург, 2016. — 82 с.
8. Моделирование, конструирование и технология обработки головных уборов : учеб. пособие для кадров массовых профессий / Л. Б. Фытвинская [и др.]. — М. : Легпромбытиздат, 1985. — 320 с.
9. Моделирование, конструирование, изготовление головных уборов (женских, мужских и детских) : учеб. пособие для студентов проф.-техн. учеб. заведений и подготовки рабочих на производстве / В. И. Гринберг [и др.]. — М. : Легкая индустрия, 1971. — 288 с.
10. Панасюк А. Ю. Наука «имиджология» : теоретическое обоснование права на существование / А. Ю. Панасюк // Имиджология : современное состояние и перспективы развития / под ред. Е. А. Петровой. — М. : Альфа, 2003. — С. 24–27.

11. Перукарське мистецтво : підручник : у 3 кн. / за заг. ред. В. Ф. Орлова. — К. : Грамота, 2005. — Кн. 1: Історія перукарської справи / [І. І. Оболенська, Л. С. Сургай, С. Б. Шевелюк]. — 352 с. : іл. — Бібліогр. : с. 339.
12. Приходько Л. С. Имиджбилдинг как проектирование успешности / Л. С. Приходько // XXI век — век дизайна : материалы I Всероссийской науч.-практ. конф., 21–22 сентября 2005 г., г. Екатеринбург / Рос. гос. проф.-пед. ун-т. — Екатеринбург, 2005. — С. 122–125.
13. Словарь современного русского литературного языка : [в 15 т.] / АН СССР ; Ин-т рус. яз. — М. ; Л. : Изд-во АН СССР, 1950. — Т. 11 : Пра–Пятью / [ред. : Е. Э. Биржакова и Р. П. Рогожникова ; авт.-сост. : И. М. Абрамович и др.], 1961. — IV с., 1842 стб.
14. Словник української мови : [у 20 т.] / гол. ред. В. М. Русанівський ; НАН України. — К. : Наукова думка, 2010. — [Т. 5 : З–Зв'янути, 2014]. — 824 с. — (Дизайн).
15. Современная украинская энциклопедия. Т. 5. : Ду–Ис. — Х. : Книжный Клуб «Книжный Клуб Семейного Досуга», 2006. — 416 с.
16. Термінологічний словник туризму (терміни та визначення, які використовуються в туризмі та суміжних видах діяльності) / Г. Б. Мунін [та ін.] ; під заг. ред. М. В. Поповича. — К. : Кондор, 2010. — 974 с.
17. Хатуева М. Д. Имидж-дизайн как метод формирования современного специалиста / М. Д. Хатуева // Инновации в профессиональном и профессионально-педагогическом образовании : тезисы докладов 16-й Всероссийской науч.-практ. конф., 23–25 ноября 2010 г., г. Екатеринбург / Рос. гос. проф.-пед. ун-т. — Екатеринбург, 2010. — С. 192–193.
18. Школьников С. П. Прически, головные уборы и украшения для сцены : [учеб. пособие для театр. учеб. заведений] / под ред. канд. искусствед. Г. И. Барышева. — Минск : Вышэйш. шк., 1975. — 223 с.
19. Шутова Т. В. Исторические аспекты профессиональной подготовки специалистов в области парикмахерского искусства, дизайна имиджа и стиля / Т. В. Шутова, С. Н. Власенко // XXI век — век дизайна : материалы Всероссийской науч.-практ. конф. — Екатеринбург, 2014. — С. 199–207.
- navchal'nykh zakladakh mystets'koho profilyu. Kiev : Kondor Publ, 2010. 216 p.
7. Mikhaylov D. M. Korporativnaya kul'tura uchrezhdeniy sotsial'noy sfery [Corporate culture social institutions] : vy-pusknaya kvalifikatsionnaya rabota. Ros. gos. prof.-ped. un-t, In-t gumanitar. i sots.-ekon. obrazovaniya, Kaf. sotsiologii i sots. raboty. Ekaterinburg, 2016. 82 p.
8. Modelirovanie, konstruirovanie i tekhnologiya obrabotki golovnykh uborov [Modeling, design and processing technology hats] : ucheb. posobie dlya kadrov massovykh professiy. Fytvinskaya L. B. and others. Moscow, Legprombytizdat Publ, 1985. 320 p.
9. Modelirovanie, konstruirovanie, izgotovlenie golovnykh uborov (zhenskikh, muzhskikh i detskikh) : ucheb. posobie dlya studentov prof.-tekh. uchebnykh zavedeniy i podgotovki rabochikh na proizvodstve. V. I. Grinberg and others. [Modeling, designing, manufacturing hats (for men, women and children)] Moscow, Legkaya industriya Publ, 1971. 288 p.
10. Panasyuk A. Yu. Nauka «imidzhelogiya» : teoreticheskoe obosnovanie prava na sushchestvovanie [Science “image making” : theoretical basis of the right to existence]. Imidzhelogiya : sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya. Ed. E. A. Petrovoy. Moscow : Al'fa Publ, 2003, pp. 24–27.
11. Perukars'ke mystetstvo [History hairdressing] : pidruchnyk : u 3 kn. General editing V. F. Orlov. Kiev : Hramota Publ, 2005. Book 1 : Istoriya perukars'koyi spravy (I. I. Obolens'ka, L. S. Surhay, S. B. Shevelyuk). 352 p.
12. Prikhod'ko L. S. Imidzhbildung kak proektirovanie uspehnosti [Imidzhbildung as design success]. XXI vek — vek dizayna : materialy I vserossiyskoy nauch.-prakt. konferentsii, 21–22 sentyabrya 2005 g., g. Ekaterinburg. Ros. gos. prof.-ped. un-t. Ekaterinburg, 2005, pp. 122–125.
13. Slovar' sovremennoho russkogo literaturnogo yazyka [Dictionary of modern Russian literary language]. V 15 t. AN SSSR, In-t rus. yaz. Moscow ; Leningrad : AN SSSR Publ. 1950. Vol. 11 : Pra–Pyat'yu (ed. : E. E. Birzhakova i R. P. Rogozhnikova ; author-composers : I. M. Abramovich and others). 1961. 1842 p.
14. Slovnyk ukraiyins'koyi movy [Ukrainian dictionary] : u 20 t. Chief ed. V. M. Rusaniv's'kyi. Kiev : Naukova dumka Publ. 2010. Vol. 5 (Z–Zv)yanuty, 2014). 824 p.
15. Sovremennaya ukrainskaya entsiklopediya [Modern Ukrainian Encyclopedia]. Kharkov : Knizhnyy Klub «Klub Semeynogo Dosluga» Publ. Vol. 5. 2006. 416 p.
16. Munin H. B., Denilevs'kyy V. P., Tymoshenko Z. I. Terminolohichnyy slovnyk turizmu [Glossary Tourism] (terminy ta vyznachennya, yaki vykorystovuyut'sya v turizmi ta sumizhnykh vydash diyal'nosti). General editing by M. V. Popovych. Kiev : Kondor Publ, 2010. 974 p.
17. Khatueva M. D. Imidzh-dizayn kak metod formirovaniya sovremennoho spetsialista [Image design as a method of formation of the modern professional]. Innovatsii v professional'nom i professional'no-pedagogicheskom obrazovanii : tezisy dokladov 16-y vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, 23–25 noyabrya 2010 g., g. Ekaterinburg. Ros. gos. prof.-ped. un-t. Ekaterinburg, 2010, pp. 192–193.
18. Shkol'nikov S. P. Pricheski, golovnye ubory i ukrasheniya dlya stseny [Hairstyles, hats, and jewelry for the stage Minsk] : ucheb. posobie dlya teatr. ucheb. zavedeniy. Ed. By Ph.D. in History of Arts G. I. Baryshev., «Vysheysh. shkola» Publ, 1975. 223 p.
19. Istoricheskie aspekty professional'noy podgotovki spetsialistov v oblasti parikmacherskogo iskusstva, dizayna imidzha i stilya [Historical aspects of professional training in the field of hairdressing, design, image and style]. T. V. Shutova, S. N. Vlasenko. XXI vek — vek dizayna : materialy vserossiyskoy nauch.-prakt. konf. Ekaterinburg. 2014, pp. 199–207.

References: