

Образ краси як провідний критерій флеш-іміджу від XX до початку XXI століття

Валентина Шкурко

Комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради, Запоріжжя, Україна

Анотація. *Мета статті* полягає в дослідженні трансформації флеш-іміджу від XX до початку XXI ст. як провідного критерію образу краси. *Результати дослідження.* Проаналізовано та визначено основні категоріальні поняття нашого дослідження: образ, образ «Я», флеш-імідж, модний образ. Розглянуто трансформацію флеш-іміджу жінок у період з XX до початку XXI ст. Охарактеризовано кожний новий етап та описано зміни, які відбувалися у флеш-іміджі жінок тих років. Зазначено, що в сучасному суспільстві набувають значимості модні тенденції та інновації за допомогою яких у людини під впливом соціокультурних процесів формується ставлення до власного тіла. Обґрунтовано, що флеш-імідж як критерій образу краси з'являється за допомогою дизайнерських практик у різних сферах модного мистецтва. Звернуто увагу на те, що в сучасному розвиненому суспільстві все більшої популярності набуває б'юті-індустрія, яка поєднує в собі косметологію, перукарське мистецтво, нігтьовий сервіс, візаж та перманентний макіяж. Встановлено, що на формування флеш-іміджу також впливають сучасні модні тренди одягу. В ході наукової розвідки також з'ясовано, що в останні роки сучасні жінки під час формування свого флеш-іміджу приділяють увагу екологічності збереження свого тіла в контексті модних інновацій. *Наукова новизна.* У статті вперше проаналізовано флеш-імідж у дизайнерських практиках моди XX-го – початку XXI-го ст. й розкривається специфіка художньо-образної репрезентації жіночих флеш-образів у моді цього періоду. *Висновки.* Флеш-імідж пов'язаний з темами образу людського тіла, тілесності та модного іміджу. Людське тіло використовується як еталон образу краси. У суспільній свідомості уявлення про образ краси поширюються й відстоюються через моду. Мода XX-го – початку XXI-го ст. відмовилася від єдиного ідеалу краси й запропонувала різноманітні образи, які фокусувалися не на наборі індивідуальних характеристик, а на цілісності модного флеш-образу.

Ключові слова: образ краси, флеш-імідж, дизайнери, дизайнерські практики, б'юті-індустрія

Для цитування

Шкурко, В. (2023). Образ краси як провідний критерій флеш-іміджу від XX до початку XXI століття. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Мистецтвознавство*, 49, 153–160. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.49.2023.293301>

Вступ

У сучасному суспільстві мода перебуває в центрі уваги. Через моду люди демонструють свої вподобання, смаки та цінності, підтримують культуру та оцінюють суспільні явища. У різних сферах суспільного життя мода завжди є витвором мистецтва, що виражає унікальність і своєрідність художньо-культурного явища, вдало поєднуючи художню творчість дизайнера з виконанням і режисурою задуму.

Розвиток дизайнерського мистецтва та комп'ютерних технологій у XX ст. вплинув на всі сфери життя суспільства і привів до інтенсивних змін у сфері культури та моди. Головною особливістю моди на початку XX ст. було те, що основна увага в цей період була зосереджена на тенденціях в одязі й мало уваги приділялося створенню образу краси за допомогою перукарських та косметологічних послуг. Ближче до середини XX ст. з'явився новий тренд у моді — флеш-імідж. Головна особливість флеш-іміджу полягає в тому,

що мода повинна проявлятися не тільки в стильному й модному одязі, але і в створенні цілісного модного образу, який може бути вдосконалений за допомогою різних сучасних дизайнерських тенденцій і практик.

Актуальність цього дослідження полягає в тому, що вплив модних тенденцій на формування образу краси як основного критерію флеш-іміджу в ХХ на початку ХХІ ст. є недостатньо дослідженим. Ми вважаємо, що необхідно розглянути чинника та етапи, на яких мода стає сучасною інновацією у вигляді флеш-іміджу.

Аналіз попередніх досліджень дозволив виявити, що К. Баленсіага, М. Віонне, К. Діор, Ж. Картьє, П. Пуаре, Г. Шанель є всесвітньовідомими дизайнерами, які творили історію моди та костюма. Тенденції розвитку моди в Україні впродовж ХХ ст. досліджували З. Тканко та О. Коровицький (2000), О. Тканко (2009). Л. Дихнич (2002), М. Мельник (2008), Ю. Шестопалова (2007) досліджували сутність моди ХХ ст. як культурного феномену. У роботах О. Гомілко (2001), Ю. Легенького (2000) та О. Шандренко (2011) проаналізовано зв'язок флеш-іміджу особистості з модою. О. Вербицька (2009) аналізувала тіло як текст; Н. Барна (2019) досліджувала феномен рефлексії моди; М. Єнчев (2023) розглядав флеш-імідж у системі арт-дизайну. Роль флеш-іміджу в діяльності дизайнерів одягу вивчала Л. Дерман (2015).

Проведений аналіз наукових доробків із досліджуваної проблематики показує, що вивчення флеш-іміджу пов'язане з питаннями погляду на людське тіло, тілесності та модного образу. Зауважимо, що людське тіло функціонує як мірило ідеалу краси. У свідомості людей ідеальний образ краси поширюється й захищається самою модою. Відмовившись від єдиного ідеалу краси, мода ХХ ст. запропонувала розмаїття образів і зосередилася на цілісності модного флеш-іміджу, а не на окремих рисах.

Метою статті є дослідження трансформації флеш-іміджу від ХХ до початку ХХІ ст. як провідного критерію образу краси.

Результати дослідження

ХХ ст. ознаменувалося значними змінами в різних галузях і сферах людської діяльності. Стрімкий економічний розвиток, розвиток інформаційних технологій, інтернету та медіа, філософських течій, культури та мистецтва — все це вплинуло на поведінку люде. Ставлення людей до свого зовнішнього вигляду (одягу, зачіски, макіяжу) також постійно змінюється й органічно пов'язане з модними тенденціями різних епох і культур.

Протягом життя представники різних культур відіграють різні ролі — соціальні, гендерні, статусні тощо. З цієї причини питання про модні тенденції та інновації становлять особливий інтерес для дослідників у різних галузях.

Досліджуючи тему, потрібно проаналізувати дефініцію поняття «образ».

В етимологічному словнику української мови термін «образ» (2003) трактується як низка зовнішніх ознак, характеристики яких пов'язані з термінами «дзеркальне відображення», «архетип» та «образ».

У психологічному словнику образ «Я» (2007) розглядається як відносно стійка та усвідомлена система уявлень про себе, про те, якими психологічними, фізичними та іншими характеристиками володіє людина, як вона виглядає зовні, як себе поводить і як ставиться до інших. Образ «Я» створюється на основі уявлень людини про себе в процесі спільної діяльності та спілкування з іншими людьми. Образ «Я» складається з трьох елементів: когнітивного, який містить думки про свої здібності, зовнішність, соціальну значущість; емоційно-оцінний, який базується на самооцінці, самокритичності й самозакоханості; поведінковий або вольовий акцентує увагу на бажанні бути зрозумілим, шанованим, підвищувати свій статус і приховувати свої недоліки.

Беручи до уваги вище наведені визначення, вважаємо, що термін «образ» у нашому дослідженні потрібно розглядати як сукупність характеристик, яких набуває людське тіло на основі певних культурних практик. Термін «флеш-імідж» безпосередньо пов'язаний з цим: він розуміється як репрезентація людини в культурному просторі з урахуванням характеру моди та інновацій у цій сфері.

Термін «флеш-імідж» походить з англійської мови (flesh and image) і є семантично складним, оскільки визначається як «образ тіла» (Махній, 2013).

О. Гомілко (2001) розглядає флеш-імідж як репрезентацію певного типу людини (звідси і зразковий флеш-образ, який є антропологічною орієнтацією на бажане тіло), що виконує комунікативну та нормативну функції й слугує культурною моделлю. У кожній розвиненій цивілізації процвітає виробництво механізмів культурного моделювання тіла, необхідних для практичних цілей. Таким чином, флеш-імідж підтримує особистісне «Я» і дозволяє йому виконувати набір дій, пов'язаних із певною культурною практикою.

У роботі «Віртуальний простір моди» О. Шандренко (2011) визначає флеш-імідж як образ тіла з точки зору художнього підходу. Образ постійно

змінюється під впливом різних чинників життя й культури, зокрема зовнішніх, тісно пов'язаних з одягом (модою).

У сучасному світі мода орієнтована на зразковий флеш-імідж: еталоном є бажане тіло з його модними формами, а результатом — впевненість у собі, відчуття повного задоволення й щастя. Людина є творцем свого тіла. Вона постійно перебуває під впливом культурних практик моди й створює образ тіла, тіло бажання. Тіло — це механізм, без якого не можливе існування людини.

Джоан Ентвістл (2000) пише: «Мода має прямий зв'язок з тілом: для того, щоб створити, представити публіці й носити щось модне, необхідне тілу». Адже, на думку автора, мода вступає в діалог саме з тілом, яке в кожній новій соціальній ситуації повинно бути відповідно вдягнене. Також науковець зазначає, що: «В повсякденному житті одяг не може існувати окремо від живого, дихаючого тіла, яке він прикрашає».

Костюм — це засіб трансформації тіла; костюмом змінює зовнішність за допомогою оптичних (візуальних) ефектів, обтягуючи певні частини тіла. У 1920-х рр., наприклад, у моді були маленькі груди, жінка маскувала їх і перетворювалися на «дівчину-дощечку». Мода сприяла масовому поширенню екстремальних дієт, голодних дієт і різних видів спорту. Проте з розвитком науки й техніки стало можливим змінювати зовнішність людини без особливих зусиль. Реконструктивна, пластична та косметична хірургія досягла значного прогресу, завдяки чому стало можливим змінювати не лише риси обличчя чи частини тіла, а й стать.

Сьогодні головним критерієм зовнішності є молоде й здорове тіло, гармонійно «перекроєне» за допомогою найновіших і найдорожчих інновацій. Часта зміна параметрів тіла відповідно до вимог моди породила тенденцію «лукізму» (від англ. look — «вигляд, зовнішність»).

Отже, можна зробити висновок, що флеш-імідж — це специфічні прояви тілесності в вигляді навмисно сконструйованих образів тіла з певними характеристиками, часто спрямовані на емоційно-психологічний ефект (наприклад, для створення певного враження).

Розглянемо, як трансформувався флеш-імідж особистості від ХХ до початку ХХІ ст. й визначимо головні особливості цього процесу.

ХХ ст. стало свідком значних змін у багатьох сферах людського буття, пов'язаних зі змінами політичного, економічного та соціального устрою, глибокою трансформацією традиційних систем цінностей, естетичних та етичних ідеалів. Всі ці зміни впливають і на зовнішній вигляд жінок —

одяг, зачіски, взуття, вибір прикрас, парфумерії тощо. З цієї причини дослідження змін у зовнішності жінок у контексті інновацій набуває сьогодні особливого значення.

На початку ХХ-го ст. жіноча фігура асоціювалася з жінкою-квіткою, якій була властива «осина талія», занадто тугий корсет, широкі стегна й спідниця-дзвіночок, що розширювалася донизу. Корсет слугував для надання жіночому тілу пластичності, якої воно не мало; незважаючи на багату композицію та емоційну привабливість образу, він підкреслював жіночу фігуру й робив її надто витонченою.

Образ жінки цього періоду за малюнками американського художника Ч. Гібсона (Gibson, 2006) — неприродна, нервова, витончена фігура, властива високій дівчині з пишними грудьми, вузькою талією, втиснутою в корсет, з об'ємною зачіскою, що нагадує вигин стебла рослини, якої ніколи не існувало.

Модерн породив новий еротичний флеш-імідж жінки, здатної відкрито виражати свої почуття, ніжну пристрасть, любов, фізіологічний потяг, рухи тіла тощо. Він сповнений еротики і приваблює не так відкритістю оголеного тіла, як його пластичністю, яку легко приховати за довгим волоссям чи незвичним одягом. Саме образ модерну породив потребу переосмислити сучасну моду та взаємозв'язок між тілом і формою костюма.

У ХХ ст. П. Пуаре став першим «диктатором моди». Він почав насаджувати суспільству свої уявлення про жіночу красу, адже був зацікавлений у створенні образу ідеальної жінки. Його поява на модній сцені супроводжувалася зухвалим проривом: майстер скасував корсет (який вважав потворним). Він запровадив новий жіночий силует, що підкреслював вигини тіла: «vague molle» («Ніжна хвиля»). Цей образ уособлював молодість і був популярним протягом першої половини ХХ ст. (Шкурко, 2019).

У 1920-х рр. модним стандартом жіночої краси була струнка, спортивна жінка з широкими плечима, маленькими грудьми й довгими ногами. Такій зміні моди сприяло те, що важка фізична праця, суто чоловічі професії та всілякі види спорту призвели до того, що жіноче ество було повністю знехтуване.

Після 1922 р. з'явився новий стиль — «гарсон», який розробив Ж. Пату. Відбувся перехід від безформених приталених суконь-сорочок до суконь-футболок вільного крою.

Водночас з'явилася нова жіноча зачіска, що відповідала новому, активному способу життя. Короткі стрижки (довші спереду і з боків, коротші ззаду) спочатку були ознакою неблагонадійності

та незахищеності, але згодом стали абсолютною необхідністю у воєнний час. Розмаїття зачісок породило різні незвичні назви. До коротких зачісок додалися маленькі капелюшки-кльош, які прикрашалися квітами та опудалами птахів, а також модні берети.

Незважаючи на привабливість флеш-іміджу Le Garçon, стиль, створений Коко Шанель — стиль активної, незалежної жінки середнього класу — увійшов в історію моди.

У 1930-х рр. мода повернулася до форм, які підкреслювали природні пропорції жіночої фігури, роблячи звичний флеш-імідж жінки все більш жіночним.

Пізніше паризький модельєр Ніна Річчі створила образ жінки романтичної і ніжної, але водночас поміркованої і витриманої, символом якої стала простота й екзотичність квітки. Однак цей гламурний образ втілювався в природні, вільні силуети з акцентованими лініями бюста й талії. Сукні шилися з легких тканин і сягали середини стегна, вузький пояс підкреслював талію й робив силует витонченим і струнким. Рукава були вузькі та довгі, з оборками на зап'ястках.

Костюми були так само вузькими й підкреслювали талію, позначену вузьким поясом. Спідниця прикривала стегна й складками та лініями спускалася донизу, оголюючи ноги, на які вдягали панчохи тілесного кольору з натурального або штучного шовку. Поверх спідниці носили туніки до колін та широкі жакети.

Тонкі рукавички, закриті взуття на високих підборах або танкетці, застебнуті гаманці та сумочки без ручок доповнювали флеш-образ жінки того часу

Світле волосся середньої довжини, завите в м'які рівні локони, було зачесане назад і спадало хвилями від потилиці до плечей. Така зачіска надавала образу м'якості та жіночності. Нова жінка мала бути доглянутою, засмаглою, спортивною, стрункою, тобто вести активний спосіб життя.

Під час Другої світової війни змінилася політична карта світу й спосіб життя в цілому, що знайшло відображення і в моді. Основними рисами силуету 1940-х рр. залишилися ті, що й у попередні роки, — акцент на вертикальних лініях, незграбність і прямокутність, що відповідало загальному стану напруженості та військової дисципліни. Одяг все більше нагадував військову форму. Широкі, об'ємні плечі, вузькі талії, короткі спідниці; додалося взуття на товстій корковій підшві, яке носили з білими шкарпетками; на зміну маленьким сумочкам 1930-х років прийшли об'ємні сумочки з довгими плечовими ремнями.

Жіночність підкреслювали екстравагантні головні убори у вигляді тюрбанів, фесок, шоломів і капюшонів, прикрашених стрічками, бантами й вузлами. Такі убори додавали шарму та елегантності й приховували недоглянуте волосся, яке потім зав'язували на голові. Як аксесуар використовували хустку або шаль.

На початку 1950-х рр. все ще був популярним флеш-імідж вродливих пікантних дівчат, схожих на актрис, які їздили на фронт виступати перед бійцями. Реклама, телевізійні програми та серіали пропагували образ жінки, схожої на кінозірку чи манекенницю: елегантний одяг, ідеальна зачіска та макіяж. Кіноактриси, такі як Джина Лоллобриджида, Елізабет Тейлор, Лоліта Торрес і Джейн Менсфілд, стали рольовими моделями.

Ідеальна фігура жінки 1950-х рр. була створена за допомогою корсета, прокладок у бюстгалтері, накладок на стегна. Флеш-імідж представляв ідеальний образ жінки з тонкою талією, пишними грудьми, красивими стегнами та ранковим макіяжем. Так виглядали світські дами та жінки з нижчого класу. Щотижня жінки ходили до перукарні, щоб зробити зачіску та завивку.

Наприкінці 1950-х р. з'явилися широкі сорочки, схожі на сукні, що повторювали силует 1920-х років, але з поясом на талії, на стегнах або взагалі без нього. Таким чином, мода почала відповідати потребам мас і перестала бути елітарною. Дизайнери намагалися створювати сучасний, зрозумілий і функціональний одяг, який дозволяв людям носити його по-своєму. Ще однією яскравою подією цього періоду стала поява жіночих штанів. Тоді ж почався тріумф довжини міні: сукні та спідниці щосезону вкорочувалися на 5-7 см, що сприймалося як виклик загальноприйнятим нормам. Жінки, які обирали модний флеш-образ привертали до себе увагу поєднанням одразу кількох образів: романтичної красуні, сексуальної палкої та пристрасної панянки. Саме ці флеш-іміджи вплинули на вибір елементів зачіски (форми, кольору та текстури). Оскільки в післявоєнний період жінка повинна була привертати увагу чоловіка, зачіска була просто гарним обрамленням для обличчя, яке залишали відкритим. Обличчя бліде, з ледь помітними контурами й темними тінями насичених кольорів. Брови більш природного, темного кольору. Губи дуже червоні.

Типовим жіночим флеш-образом, популярним у 1960-х рр., був образ дівчинки. Замість витончених форм, довгого волосся та вишуканої жіночності, вона була схожа на високого, худого, нездорового підлітка з гарненьким веснянкуватим обличчям, ляльковими очима та короткою геометричною стрижкою. Замість того, щоб носити

розкішний одяг, вона вдягається, як більшість людей — дешево й доступно.

Природність, елегантність і скромність — основні складники флеш-образу жінки 1970-х рр. Елементами флеш-образу жінки була блузка, наприклад, батник з гладкою поверхнею або натуральними прикрасами, водолазка, спідниця-кльош; штани, вузькі вгорі і розкльошені внизу (сонце-кльош); невеликий капелюшок або берет. Вечірньому образу притаманні романтичні елементи, нижня частина сукні прикрашена квітковим орнаментом, рюшами. Поширення набули широкі, довгі спідниці. У 1970-х рр. під впливом стилю панк, «хімії» та молодіжної моди стала дуже популярною зачіска з кудлатим, хвилястим волоссям, доповнена невеликими, простими аксесуарами з природними або етнічними нотками. Всі ці течії сприймалися суспільством як молоді, вільні від умовностей і правил «гарної поведінки», спортивні та динамічні.

Всі ці тенденції соціум вважав розтлінними й такими, що дозволяли молоді бути вільними від умовностей і правил етикету. Жіночий макіяж включав у себе романтику з фольклорними елементами, етнічні елементи та панк-аксесуари. Очі сильно підкреслені, тіні дуже яскраві, вії ретельно нафарбовані тушшю, брови природні й широкі, а губи максимально натуральні.

У 1980-х рр. почався світовий економічний бум, зріс рівень життя, а з ним і бажання виглядати престижно й сяяти в усіх сферах. З'явився флеш-імідж незалежної та впевненої в собі бізнес-леді, яка веде активний спосіб життя й тому має гарне тіло, яким любить хизуватися. Обтягуючі сукні, широкі декольте й туфлі без підборів були звичними. Жінки набули впевненості в собі. Варто зазначити, що з 1982 р. особливо популярною стала готична естетика. Вона не тільки кардинально впливає на зачіски, макіяж і зовнішній вигляд в цілому, але й має значний вплив на те, як людину сприймають й оцінюють у суспільстві. Той, хто дотримується цього стилю в зачісці, одязі та поведінці, стає живим прикладом індивідуальності, оригінальності та виразності у своєму гардеробі. Суспільство ідентифікує їх як людей, які не бояться експериментів, нової та оригінальної естетики. Водночас цей стиль, особливо яскраві зачіски та кричущий макіяж, довгий час вважався вульгарним, засуджувався та висміювався.

1990-ті рр. ознаменувалися оновленням поняття «жіночність» і наполегливими спробами повернути його у відповідь на тенденцію «унісекс». З'явився образ романтичної, розкішної та сексуальної жінки. Для підкреслення сексуальності мода пропонувала корсети, прозорі тканини,

рюші тощо. Велика увага приділялася спідній білизні, яка стала витвором мистецтва. Дедалі популярнішим ставав «білизняний стиль» — сукні з шовкового шифону, тюлю та мережива. Нові технологічні процеси та інноваційні засоби для догляду за волоссям дозволили змінити класичні зачіски й зробити їх модними. Візитною карткою макіяжу жінки є її індивідуальність. Погляд зводиться до стриманості та природності. Обличчя виглядає щойно вмитим — свіжим і природним, губи зберігають природний блиск. У вечірньому макіяжі допустимо зацентрувати на губах. Кольори ледь помітні, деякі навіть мають природний відтінок.

До кінця ХХ ст. об'єктом моди стало саме тіло. Найексцентричніші сукні вже не могли здивувати вибагливого глядача. Художники та дизайнери використовували у своїй роботі знання про стародавні форми прикрашання тіла (татування, макіяж), що спричинило нівелювання межі між дизайном одягу й образотворчим мистецтвом. У руках талановитих митців людське тіло стало полотном, а дизайнерський одяг — витвором мистецтва. Це дало поштовх новому баченню людського тіла.

Початок ХХІ ст. характеризується тим, що індустрія моди активно розвивається й створює модний образ не лише за допомогою одягу.

Модний образ (fashion image) — це створення зовнішнього іміджу людини на основі останніх тенденцій у світі моди, що вважається найбільш популярним в певний період часу (fashion — season). Цей образ включає в себе одяг та аксесуари, зачіску та макіяж. Обираючи ці елементи, учасник моди виражає свою індивідуальність і створює особистісний привабливий образ. Слід зазначити, що зачіска й макіяж часто доповнюють і підкреслюють флеш-образ, хоча іноді можуть домінувати над одягом (Махній, 2013).

Таким чином, дизайн зачіски та макіяжу є однією зі сфер діяльності дизайнерів, які прагнуть максимально задовольнити потреби особистості, враховуючи сучасні тенденції в мистецтві та моді, художньо оформити нові якості миттєвого образу.

Крім того, слід зазначити, що проектування зачіски та макіяжу як складників яскравого образу, що має стати популярним продуктом у публіки, не можливе без виявлення та врахування циклічності розвитку певних структурно-композиційних елементів, а також стилістичних особливостей цих елементів.

На сьогодні швидкими темпами урізноманітнюються напрями роботи дизайнерів у формування флеш-іміджу сучасної жінки. Окрім розповсюджених зачісок, візажу та манікюру, неабиякої популярності набувають такі послу-

ги, як дерматологія, естетична хірургія, SPA-технології, технології масажу, технології пірсінгу, татуювання тощо.

Ставлення сучасної людини до свого тіла суттєво змінилося. Щоденна турбота про тіло набула нових, більш складних і різноманітних форм. У сучасному суспільстві стан тіла став показником соціального статусу і, таким чином, одним із іміджевих чинників, який замінює одяг. Тому багато людей сьогодні усвідомлюють необхідність інтенсивного догляду за шкірою, волоссям, нігтями та тілом, і домашніх засобів вже не вистачає. Цим пояснюється великий соціальний попит на індустрію краси, яка набуває все більш стійкої позиції як на ринку послуг, так і в оціночній системі сучасного суспільства.

Індустрія краси базується на комплексі потреб сучасної людини, ці потреби можуть бути неоднорідні за своїм соціально-психологічним змістом.

Висновки

Таким чином, очевидним є той факт, що ХХ ст. ознаменувалося, з одного боку, посиленням соціального контролю над тілом людини, а з іншого — появою «постматеріалістичних тенденцій», які відобразилися в зростанні значення гуманітарних цінностей для сучасної особистості, зокрема флеш-іміджу здоров'я й краси як якісних характеристик тіла.

Як відображення краси людського тіла флеш-імідж є вираженням модних тенденцій і часто еволюціонує та змінюється. На еволюцію та постійні зміни модного образу впливає значна кількість чинників, а саме: соціально-економічний розвиток, розвиток технологій дизайну й мода.

Наукова новизна. У статті вперше проаналізовано флеш-імідж у дизайнерських практиках моди ХХ – початку ХХІ ст., та розкривається специфіка художньо-образної репрезентації жіночих флеш-образів у моді цього періоду.

Досліджений матеріал у подальшому дозволить актуалізувати питання вибору сучасними жінками різних дизайнерських практик для створення свого флеш-іміджу, що відображає їхнє уявлення про образ краси.

Список посилань

- Барна, Н. (2019). Антропологічний поворот як феномен рефлексії у моді ХХ–ХХІ століть. *Питання культурології*, 35, 11–20. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.35.2019.188780>
- Вербицька, О. (2009). Тіло як текст: семіотика постмодерністичного розуміння. *Вісник Львівського університету. Серія філософські науки*, 12, 85–91.
- Гомілко, О. (2001). *Метафізика тілесності: концепт тіла у філософському дискурсі*. Наукова думка
- Дерман, Л. М. (2015). *Культурогенез тілесних практик моди: філософсько-антропологічний аналіз* [Автореферат дисертації кандидата філософських наук, Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова].
- Дихнич, Л. П. (2002). *Феномен моди в соціокультурних процесах ХХ століття* [Автореферат дисертації кандидата історичних наук, Київський національний університет культури і мистецтв].
- Єнчев, М. (2023). Флеш-імідж в системі арт-дизайну. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 64(1), 137–141. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/64-1-18>
- Легенький, Ю. Г. (2000). *Дизайн: культурологія та естетика*. Київський державний університет технологій та дизайну.
- Махній, М. (2013). Флеш-імідж: культурні нормативи тілесності. *Невербаліка і культура*. <https://nonverbalmakhniy.blox.ua/2013/09/Flesh-imidzh-kulturni-normativi-tilesnosti-4.html>
- Мельник, М. Т. (2008). *Мода в контексті художніх практик ХХ століття* [Автореферат дисертації кандидата мистецтвознавства, Київський національний університет культури і мистецтв].
- Образ "Я". (2007). В В. В. Синявський & О. П. Сергєєнкова (Уклад.), *Психологічний словник* (с. 189). Науковий світ.
- Образ. (2003). В Р. В. Болдирев, В. Т. Коломієць, А. П. Критенко, О. С. Мельничук, Г. П. Півторак, О. Д. Пономарів, В. Г. Склярєнко, А. І. Стоянов, В. А. Ткаченко, О. Б. Ткаченко, & А. М. Шамота (Уклад.), *Етимологічний словник української мови* (Т. 4, с. 142). Наукова думка.
- Тканко, З., & Коровицький, О. (2000). *Моделювання костюма в Україні ХХ століття*. Брати Сиротинські і К.
- Тканко, О. Д. (2009). *Мистецтво костюму в Україні кінця ХХ – початку ХХІ століття: тенденції, школи, національна специфіка* [Автореферат дисертації кандидата мистецтвознавства, Львівська національна академія мистецтв].
- Шандренко, О. М. (2011). *Віртуальний простір моди* [Монографія]. Видавничий центр КНУКіМ.
- Шестопалова, Ю. А. (2007). *Еволюція ідеалу краси в динаміці української моди (кінець ХІХ – початок ХХІ століття)* [Автореферат дисертації кандидата мистецтвознавства, Київський національний університет культури і мистецтв].
- Шкурко, В. Ю. (2019). *Трансформація жіночого флеш-іміджу в моді ХХ століття* [Дисертація кандидата мистецтвознавства, Київський національний університет культури і мистецтв].
- Entwistle, J. (2000). *The Fashioned Body*. Polity.
- Gibson, Ch. D. (2006). *Gibson Girls*. Dover publications.

References

- Barna, N. (2019). Antropologichnyi povorot yak fenomen refleksii u modi XX–XXI stolit [Anthropological turn as reflection phenomenon in the fashion of the 20th–21st centuries]. *Issues in Cultural Studies*, 35, 11–20. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.35.2019.188780> [in Ukrainian].
- Derman, L. M. (2015). *Kulturohenez tilesnykh praktyk mody: Filosofska-antropologichnyi analiz* [The cultural genesis of bodily practices of fashion: Philosophical and anthropological analysis] [Abstract of PhD Dissertation, National Pedagogical Dragomanov University] [in Ukrainian].
- Dykhnych, L. P. (2002). *Fenomen mody v sotsiokulturnykh protsesakh XX stolittia* [The phenomenon of fashion in social and cultural processes of the XXth century] [Abstract of PhD Dissertation, Kyiv National University of Culture and Arts] [in Ukrainian].
- Entwistle, J. (2000). *The Fashioned Body*. Polity [in English].
- Gibson, Ch. D. (2006). *Gibson Girls*. Dover publications [in English].
- Homilko, O. (2001). *Metafizyka tilesnosti: Kontsept tila u filosofskomu dyskursi* [Metaphysics of corporeality: The concept of the body in philosophical discourse]. Naukova dumka [in Ukrainian].
- Lehenkyi, Yu. H. (2000). *Dyzain: Kulturolohiia ta estetyka* [Design: Cultural studies and aesthetics]. Kyiv State University of Technologies and Design [in Ukrainian].
- Makhnii, M. (2013). Flesh-imidzh: Kulturni normatyvy tilesnosti [Flash image: Cultural norms of physicality]. *Neverbalika i kultura*. <https://nonverbalmakhnii.blox.ua/2013/09/Flesh-imidzh-kulturni-normativy-tilesnosti-4.html> [in Ukrainian].
- Melnyk, M. T. (2008). *Moda v konteksti khudozhnykh praktyk XX stolittia* [Abstract of PhD Dissertation, Kyiv National University of Culture and Arts] [in Ukrainian].
- Obraz "Ia" [The image of "I"]. (2007). In V. V. Syniavskiy & O. P. Serhieienkova (Comps.), *Psykholohichnyi slovnyk* [Psychological dictionary] (p. 189). Naukovyi svit [in Ukrainian].
- Obraz [Image]. (2003). In R. V. Boldyriev, V. T. Kolomiets, A. P. Krytenko, O. S. Melnychuk, H. P. Pivtorak, O. D. Ponomariv, V. H. Skliarenko, A. I. Stoianov, V. A. Tkachenko, O. B. Tkachenko, & A. M. Shamota (Comps.), *Etymolohichnyi slovnyk ukraïnskoi movy* [Etymological dictionary of the Ukrainian language] (Vol. 4, p. 142). Naukova dumka [in Ukrainian].
- Shandrenko, O. (2011). *Virtualnyi prostir mody* [The virtual space of fashion] [Monograph]. KNUCA Publishing Centre [in Ukrainian].
- Shestopalova, Yu. A. (2007). *Evolutsiia idealu krasny v dynamitsi ukraïnskoi mody (kinets XIX – pochatok XXI stolittia)* [Evolution of the ideal of the beauty in dynamics of the Ukrainian style (the end of XIXth – the beginning of the XXIth century)] [Abstract of PhD Dissertation, Kyiv National University of Culture and Arts] [in Ukrainian].
- Shkurko, V. Yu. (2019). *Transformatsiia zhinochoho flesh-imidzhu v modi XX stolittia* [The transformation of the female flash image in the fashion of the 20th century] [Abstract of PhD Dissertation, Kyiv National University of Culture and Arts] [in Ukrainian].
- Tkanko, O. D. (2009). *Mystetstvo kostiumu v Ukraini kintsia XX – pochatu XXI stolittia: Tendentsii, shkoly, natsionalna spetsyfika* [Costume art in Ukraine at the end of the 20th – beginning of the 21st century: Trends, schools, national specifics] [Abstract of PhD Dissertation, Lviv National Academy of Arts] [in Ukrainian].
- Tkanko, Z., & Korovytskyi, O. (2000). *Modeliuvannia kostiuma v Ukraini XX stolittia* [Costume modeling in Ukraine of the 20th century]. Braty Syrotynski i K [in Ukrainian].
- Verbytska, O. (2009). Tilo yak tekst: Semiotyka postmodernistychnoho rozuminnia [A body as the text: Semiotics of the postmodern understanding]. *Visnyk of the Lviv University. Series Philosophical Science*, 12, 85–91 [in Ukrainian].
- Yanchev, M. (2023). Flesh-imidzh v systemi art-dyzainu [Flash image in art design system]. *Humanities Science Current Issues*, 64(1), 137–141. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/64-1-18> [in Ukrainian].

The Image of Beauty as a Leading Criterion of Flash Image, the 20th to the Early 21st Centuries

Valentyna Shkurko

Municipal Institution of Higher Education “Khortytsia National Education and Rehabilitational Academy” of Zaporizhzhia Regional Council, Zaporizhzhia, Ukraine

Abstract. *The aim of the article* is to study the transformation of the flash image since the 20th and the beginning of the 21st centuries as a leading criterion of the beauty image. *Results.* The main categorical concepts of this study are analysed and defined: image, self image, flash image, fashion image. The transformation of women’s

flash image from the 20th to the early 21st century is studied. Each new stage is characterised, and the changes that took place in the women's flash image of those years are described. It is noted that in modern society, fashion trends and innovations are gaining importance, with the help of which a person forms an attitude to his or her own body under the influence of socio-cultural processes. It is substantiated that the flash image as a criterion of the beauty image is formed with the help of design practices in various fields of fashion art. It is noted that in modern developed society, the beauty industry, which combines cosmetology, hairdressing, nail service, makeup and permanent makeup, is becoming increasingly popular. It is established that the flash image formation is also influenced by modern fashion trends in clothing. In the course of scientific research, it is also highlighted that in recent years, modern women have been paying attention to the environmental friendliness of preserving their bodies in the context of fashion innovations when forming their flash image. *Scientific novelty.* For the first time, the article analyzes the flash image in design practices of fashion of the 20th and early 21st centuries, and reveals the specifics of the artistic and figurative representation of female flash images in the fashion of this period. *Conclusions.* The flash image is connected with the themes of the human body image, physicality and fashion image. The human body is used as a standard of beauty. In the public consciousness, ideas about the image of beauty are spread and defended through fashion. The fashion of the 20th and early 21st centuries abandoned a single ideal of beauty, and offered a variety of images that focused not on a set of individual characteristics, but on the integrity of the fashion flash image.

Keywords: beauty image; flash image; designers; design practices; beauty industry

Відомості про автора

Валентина Шкурко, кандидат мистецтвознавства, старший викладач, Комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради, Запоріжжя, Україна, ORCID iD: 0000-0002-9671-6796, e-mail: valunichka@ukr.net

Information about the author

Valentyna Shkurko, PhD in Art History, Senior Lecturer, Municipal Institution of Higher Education "Khortytsia National Education and Rehabilitational Academy" of Zaporizhzhia Regional Council, Zaporizhzhia, Ukraine, ORCID iD: 0000-0002-9671-6796, e-mail: valunichka@ukr.net



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.