

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

**ШКУРКО ВАЛЕНТИНА ЮРІЇВНА**

УДК 7.05:7.041-055.2:[391+687.01]"19"

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖІНОЧОГО ФЛЕШ-ІМІДЖУ  
В МОДІ ХХ СТОЛІТТЯ**

17.00.07 – дизайн

Автореферат  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата мистецтвознавства

**Київ – 2019**

Дисертацією є кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Робота виконана в Київському національному університеті культури і мистецтв Міністерства культури України.

**Науковий керівник:** кандидат мистецтвознавства, доцент  
**Шандренко Ольга Миколаївна,**  
Київський національний університет  
культури і мистецтв, доцент кафедри  
дизайну і технологій

**Офіційні опоненти:** доктор мистецтвознавства, доцент  
**Кротова Тетяна Федорівна,**  
Київський національний університет  
технологій та дизайну, професор кафедри  
художнього моделювання костюма

кандидат філософських наук  
**Дерман Лілія Миколаївна,**  
Національний педагогічний університет  
імені М. П. Драгоманова, старший викладач  
кафедри дизайну та реклами

Захист відбудеться 26 червня 2019 року у 16.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 26.807.03 у Київському національному університеті культури і мистецтв за адресою: 01601, м. Київ, вул. Є. Коновальця, 36, ауд. 209.

З дисертацією можна ознайомитись у науковій бібліотеці Київського національного університету культури і мистецтв за адресою: 01601, м. Київ, вул. Є. Коновальця, 36.

Автореферат розіслано 25 травня 2019 р.

Учений секретар  
спеціалізованої вченої ради



С. В. Оборська

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Обґрунтування вибору теми дослідження.** Мода як культурно-мистецький феномен завжди привертала увагу дослідників з різних сфер знань: соціології, психології, філософії, культурології, мистецтвознавства тощо. Її розглядають лише як тимчасове панування в суспільстві чи в окремих його прошарках певних уподобань, смаків щодо форм поведінки людини, проявів її цінностей, культури життєдіяльності, оцінювання суспільних явищ, облаштування побуту. Моду пов'язують із стилістикою виробів, певними дизайнерськими рішеннями, її вважають унікальним мистецько-культурним феноменом, який поєднує художню творчість, матеріальне виробництво і дизайнерську практику.

У контексті філософії моди досліджували Т. Адорно, Ж. Бодрійяр, П. Бурдьє, Ф. Гегель, І. Кант та ін.; соціології – Г. Зіммель, Г. Тард, Н. Фролова та ін.; семіотики – Р. Барт; психології – М. Кілошенко, Е. Лурі та ін.; історії – О. Васильєв, Р. Захаржевська, Н. Камінська та ін.; культурології й мистецтвознавства – Б. Гройс, Е. Сепір та ін.; економіки – Н. Адібекян, В. Ільїн, М. Тангейт та ін.

Розвиток інформаційних технологій у ХХ столітті зумовив трансформаційні процеси в культурі, вплинувши на всі сфери суспільної діяльності людини, зокрема й на моду. У переважній більшості праць, присвячених моді ХХ століття, розглядаються історія моди і костюма, творчість всесвітньо відомих дизайнерів (Ч. Ворта, П. Пуаре, М. В'юне, Р. Лалік, Г. Шанель, Ж. Ланв'єн, Ж. Картьє, Н. Ламанової, Е. Скіапареллі, К. Баленсіага, К. Діора, П. Кардена, П. Рабана та інших).

Розкриваючи процеси модифікації костюма, дослідники (А. Дзеконьська-Козловська, Ш. Зелінг, І. Болдано) дотримуються різних наукових парадигм. Так, розвиток моди в Україні протягом ХХ століття досліджували О. Коровицький, М. Костельна, З. Тканко, О. Тканко та ін.; особливості радянської моди – Т. Стриженова, Р. Захаржевська, К. Плеханова, О. Васильєв, Н. Камінська та ін. У працях сучасних українських дослідників (Ю. Легенького, Л. Дихнич, М. Мельника, О. Шандренко, Ю. Шестопалової, Л. Дерман та ін.) розкрито сутність моди ХХ століття як культурного феномена.

Наукові дослідження флеш-іміджу пов'язані з питаннями погляду на тіло людини, телесність, модний образ. Загальноновизнано, що тіло людини слугує мірилом ідеалу краси. В суспільній свідомості уявлення про ідеали краси поширює та відстоює сама мода. Відмовившись від єдиного ідеалу краси, мода ХХ століття запропонувала множинність образів, концентруючи увагу не на сукупності окремих рис, а на цілісності модного флеш-іміджу. Ці аспекти набули ґрунтового осмислення у працях представників постмодернізму: М. Фуко, Ж. Бодрійяра, Ж. Дерріди, Ж.-Л. Нансі, Р. Барта та ін. Окремі питання флеш-іміджу людини і його зв'язку з модою розкрито у працях О. Гомілко, Ю. Легенького, О. Шандренко. Флеш-імідж в діяльності дизайнерів одягу досліджує Л. Дерман. Історик Ж. Вігарелло розкриває зміни зразків тілесної

краси в Європі – від Ренесансу до наших днів. І. Биховська і В. Круткін розглядають тілесність людини, здійснюють вичерпний огляд і класифікацію різних дослідницьких підходів до вивчення цього феномена.

Водночас, досі не привертала уваги дослідників проблема впливу моди на формування і трансформацію образу тіла людини під впливом інновацій в культурі ХХ століття. Так, формування зовнішнього образу жінки відповідно до вимог моди можливе за допомогою дизайнерських рішень щодо її костюма, зачіски, макіяжу, штучного декорування тіла. Тому назріла потреба дослідити інновації в моді ХХ століття, які вплинули на зміни зовнішнього вигляду людини, а також розглянути дизайнерські практики, які не тільки продукували модні форми в костюмі, а й сприяли трансформації тіла людини. Актуальність теми дослідження зумовлена й тим, що флеш-імідж (образ тіла) під впливом багатьох чинників постійно зазнає трансформацій, тому є необхідність осмислити їх у контексті мистецьких практик, модних тенденцій, апелюючи при цьому й до природних цінностей. Цим і пояснюється актуальність дисертаційної роботи: «Трансформація жіночого флеш-іміджу в моді ХХ століття».

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційна робота виконана на кафедрі дизайну і технологій Київського національного університету культури і мистецтв та є складовою цільової комплексної програми наукових досліджень КНУКіМ «Мистецтво як предмет комплексного дослідження: теорія, історія, практика» (державний реєстраційний номер №0118U100122).

**Мета дослідження** – виявити основні чинники формування й трансформації жіночого флеш-іміджу в контексті модних інновацій ХХ століття.

Відповідно до мети визначено такі **завдання**:

- розглянути історіографію питання, уточнити понятійний апарат і джерельну базу дослідження;
- провести аналіз флеш-іміджу в мистецьких практиках моди ХХ століття;
- виявити динаміку трансформації жіночого флеш-іміджу в контексті молодіжних субкультур другої половини ХХ століття;
- розкрити особливості відображення художніх напрямів у модних інноваціях ХХ століття;
- дослідити умови формування жіночого флеш-іміджу в радянський час і в сучасній Україні;
- охарактеризувати особливості дизайну зачіски, макіяжу як складових флеш-іміджу сучасної людини;
- виявити вплив моди ХХ ст. на екологію флеш-іміджу.

**Об'єкт дослідження:** мода ХХ століття.

**Предмет дослідження:** трансформація жіночого флеш-іміджу в модних інноваціях ХХ століття.

**Методи дослідження.** За основу дослідження взято загальнонаукову міждисциплінарну методологію, яка охоплює фундаментальні положення

мистецтвознавства, культурології, дизайну тощо; застосовано загальнонаукові (аналіз, синтезу, узагальнення, тощо) і спеціальні методи. Принципи історизму і наукової достовірності, дизайнерський і мистецтвознавчий підходи надали змогу виявити характерні особливості флеш-іміджу жінки в моді протягом першої половини ХХ ст. та його трансформації в контексті молодіжних субкультур у другій. Мистецтвознавчий підхід застосовано у поєднанні з еволюційним для розкриття передумов, чинників і особливостей процесу трансформації жіночого флеш-іміджу в контексті модних інновацій.

За допомогою емпіричного методу введено візуальний ряд (модні образи), завдяки якому проілюстровано процеси трансформації флеш-іміджу жінки протягом ХХ століття.

**Джерельну базу дослідження** становлять зразки колекцій з музейних фондів Києва, Львова, Москви, Санкт-Петербурга, Нью-Йорка, Лос-Анджелеса, бібліотек Києва, Львова, Москви, Санкт-Петербурга, з виставкових експозицій, приватних колекцій, а також друковані видання мод й електронні ресурси.

**Наукова новизна дослідження** полягає в тому, що:

*Вперше:*

- здійснено аналіз флеш-іміджу в мистецьких практиках моди ХХ століття;

- визначено особливості художньо-образної презентації жіночого флеш-іміджу в моді першої половини ХХ ст., розкрито трансформацію модного образу в контексті молодіжних субкультур другої половини ХХ століття;

- систематизовано емпіричний матеріал з трансформації жіночого флеш-іміджу в контексті модних інновацій ХХ століття, за допомогою візуального ряду показано своєрідність модних образів в кожен історичний період, сформовано цілісне уявлення про їх трансформацію;

*уточнено:*

- хронологію трансформації флеш-іміджу жінки: перша і друга половини ХХ століття;

- сутність понять «модний образ» і «флеш-імідж» як ремінісценцію модних інновацій у ХХ столітті;

- найбільш характерні стилістичні й художньо-образні особливості презентації жіночого флеш-іміджу в моді;

*поглиблено:*

- дослідження дизайну зачіски, макіяжу як складових флеш-іміджу сучасної людини;

- аналіз питань про вплив моди ХХ століття на екологію флеш-іміджу жінки;

*набуло подальшого розвитку:*

- дослідження процесів формування флеш-іміджу жінки у радянській і пострадянській Україні;

- дослідження трансформації модного образу в контексті молодіжних субкультур другої половини ХХ століття;

- дослідження процесів відображення художніх напрямів у модних інноваціях ХХ століття.

**Практичне значення** результатів дослідження полягає в тому, що його основні положення, ілюстративний матеріал і висновки можуть бути використані у навчальному процесі освітніх закладів мистецького й культурологічного спрямування для підготовки фахівців, зокрема в курсах лекцій з історії мистецтва, культури, костюма, моди та теорії дизайну, а також у роботі фахівців сучасних студій, дизайнерів одягу, зачісок і макіяжу.

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційне дослідження є самостійно виконаною науковою працею. Усі наукові положення, узагальнення і висновки отримані і сформульовані автором дисертації. Наукові публікації з теми дисертації є одноосібними.

**Апробація результатів дисертації** здійснювалася на наукових конференціях: Всеукраїнська науково-практична конференція «Стилі та стильові напрями у мистецтві XVII–XXI століття», (Київ, 16–17 травня 2016); Международная научно-практическая конференция «Научная дискуссия: инновации в современном мире» (Москва, 7 июля 2016), (опубліковано тези); Науково-практична конференція «Етнодизайн у контексті глобалізації культурного виробництва», (Київ, травень 2016); Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні питання сьогодення», (м.Вінниця, 20 березня 2018), (опубліковано тези).

**Публікації.** Основні положення й результати дисертаційного дослідження знайшли відображення в 7 наукових роботах, серед яких 4 – в наукових фахових виданнях України за напрямом «Мистецтвознавство», 1 – включено до міжнародних науково-метричних баз, 2 – праці апробаційного характеру.

**Структура роботи.** Структура дисертації зумовлена метою і завданнями дослідження. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків, додатків і списку використаних джерел. Повний обсяг роботи – 221 сторінка, з них основний текст – 163 сторінки, список використаних джерел (246 найменування).

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У «Вступі» обґрунтовано актуальність теми, наведено дані про зв'язок роботи з науковими програмами, планами й темами, визначено мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження, охарактеризовано його методологію, розкрито наукову новизну і практичне значення одержаних результатів, наведено дані про апробацію, особистий внесок здобувача, публікації, структуру й обсяг дисертації.

У **Розділі 1 – «Теоретико-методологічні засади дослідження флеш-іміджу в модних інноваціях XX століття»** – проаналізовано стан наукової розробки проблеми, розглянуто її основні аспекти – мистецтвознавчий, культурологічний, філософський, психологічний, проаналізовано фахову літературу, документи.

У підрозділі 1.1. – «**Історіографія проблеми**» – розкрито, як тлумачиться сутність феномена моди в різних галузях наукових знань: філософії – Т. Адорно, Ж. Бодрійяр, П. Бурдьє, Ф. Гегель та ін.; соціології – Г. Зіммель,

Г. Тард, Н. Фролова та ін.; антропології – А. Кребер, Д. Річардс та ін.; культурології й мистецтвознавстві – Б. Гройс, Л. Дихнич, М. Мельник, Е. Сепір, Е. Фукс, О. Шандренко, Ю. Шестопалова; семіотиці – Р. Барт; соціальній психології – М. Кілошенко, Е. Лурі та ін.; історії – О. Васильєв, Р. Захаржевська, Н. Камінська, А. Лавер, С. Нікуленко та ін.; економіці – Н. Адібекян, В. Ільїн, М. Тангейт та ін. Питання модних інновацій досліджували зарубіжні вчені (С. Ванькович, Г. Петушкова, К. Цховребадзе); феномен жіночності й жіночого образу – сучасні філософи (О. Брюханова, Д. Григор'єва, Л. Гулюк, Л. Міркушина). Так, Ю. Легенький розкриває еволюцію моди протягом ХХ століття: феноменологію, дискурс, граматику, риторику, етос та ерос моди; М. Яковлева розглядає жіночий і чоловічий образи в костюмі, які містять біологічні константи, соціокультурні конструкти, аксіологічні, етичні й естетичні аспекти як певні «моделі світу»; К. Агабабян виявляє еволюцію індивідуального образу людини і моделі одягу на основі формотворчих і декоративних принципів багатовимірних об'єктів; М. Сенько порушує проблему образної еволюції європейської моди в контексті мистецьких стилів кінця ХІХ–ХХ століть; Т. Кротова простежила розвиток і трансформацію форм класичного костюма у ХХ – на початку ХХІ ст. у творчості французьких, британських, українських дизайнерів; О. Шандренко досліджує вплив зовнішніх тілесних практик моди на тіло людини, які створюють тіло як імідж, як тіло бажань; флеш-імідж в контексті діяльності дизайнерів одягу досліджує Л. Дерман; М. Махній розглядає зразковий флеш-імідж на прикладі американського кінематографу.

У підрозділі 1.2. – «**Джерельна база дослідження**» – розглянуто значну кількість енциклопедій, у яких відтворено історію розвитку моди й костюма, з'ясовано вплив періодичних видань на поширення модних інновацій. Важливою складовою джерельної бази є українські й зарубіжні періодичні друковані й електронні видання, репродукції, альбоми. Особливе наукове значення для дослідження мають матеріали із серій експозицій, музеїв моди і костюма, які демонструють не лише досягнення, а й експериментування зі створення нових варіантів модного образу. Аналіз жіночих образів з художніх і документальних фільмів надав можливість виявити нові ідеали жіночої краси і модного флеш-іміджу, які стали зразком для наслідування. Важливими для розкриття досліджуваної теми є зібрані дисертантом ескізи, фотографії.

У підрозділі 1.3. – «**Понятійно-термінологічний апарат дослідження**» – з'ясовано сутність основних понять дослідження: «мода», «модні інновації» «образ», «флеш-імідж», з якими пов'язані концепти «жіночий образ», «модний образ», «модний одяг». Термін «мода» означає зразок, спосіб, прийняті норми і правила використання одягу, аксесуарів, зачіски, які переважають у певний період. У дисертаційному дослідженні застосовано термін «модні інновації» – це зміни і становлення нового як модного. Поняття «флеш-імідж» – «образ тіла», воно багатогранне за змістом. Вважаємо цікавим його визначення, запропоноване О. Гомілко, згідно з яким «образ» – це конкретна цілісність тих якостей і можливостей, яких набуває людське тіло відповідно до тієї чи іншої культурної практики. «Тіло» тут є втіленням культурної плоти, суть якої складає

взаємозумовленість, визначеність та матеріальність людського тіла й тіла культури. Флеш-імідж – це репрезентація тілесністю культурних та екзистенційних значень, які утворюють і транслиують певний тип людини. У широкому значенні, поняття тілесності охоплює багато аспектів: фізіологічний, психічний, духовний, природний, соціально-культурний. Щоб конкретизувати тілесність у процесі спеціальної діяльності, О. Гомілко вдається до терміна «флеш-імідж», «образ тіла». У дисертаційному дослідженні поняття «образ» – це сукупність характеристик, яких набуває людське тіло відповідно до певної культурної практики. Дотичним до нього є словосполучення «модний образ».

Термін «імідж» у філософському дискурсі поєднує й розширює поняття «образ», проте їх синонімічність залишається дискусійною. Поняття «імідж» ще не набуло чіткого визначення в більшості сучасних українських словників. Це пояснюється тим, що його сприймають як неологізм, в українському науковому обігу його почали вживати у 90-і роки. Українські дослідники (О. Гомілко, Л. Дерман, М. Махній, О. Капітоненко та ін.) розглядають «флеш-імідж» як репрезентацію культурних та екзистенційних ознак тілесності, які створюють змістовий образ людини. Терміни «флеш-імідж», «образ тіла» означають конкретний вияв тілесності у вигляді цілеспрямовано сформованого образу відповідно до визначеної спеціалізації, зокрема моди, яка має на меті здійснити емоційно-психологічний вплив, справити певне враження.

У **Розділі 2 – «Флеш-імідж у мистецьких практиках моди ХХ століття»** – розглянуто флеш-імідж у мистецьких практиках моди ХХ століття, що надало можливість виявити чинники, які впливали на моду, зокрема: мистецтво, політика, економіка, соціальний устрій. Вони зумовили масштабні зміни традиційних ціннісних систем, естетичних і етичних ідеалів, вплинули на зовнішній вигляд жінок.

У підрозділі 2.1. – **«Трансформація жіночого флеш-іміджу в мистецьких практиках моди»** – зазначено, що провідні тенденції в розвитку культури і мистецтва суттєво впливали на процеси формування жіночого флеш-іміджу, зокрема: модерн викликав до життя образ «жінки-квітки»; жіночі кінообрази сформували у 50-і роки флеш-імідж сексуальної жінки, а в 60-і роки – інфантильної жінки. Цей флеш-імідж формували модельєри, костюмери, перукарі тощо, хоч художники вважали, що головна роль у розвитку моди належить живописцям і скульпторам, а не кравцям. Ідеальний жіночий флеш-імідж на початку ХХ століття відтворено в роботах художників Х. Фішера, Ч. Гібсона, А. Мухи, К. Степанова, у літературних творах М. Пруста тощо. Проте справжнім новатором у сфері моди став П. Пуаре, він зумів відобразити в одязі народження образу нового часу. Його костюм для Габріель Режан (1913) – це образ юної жінки, тіло якої звільнене від корсету, розкуте в рухах, сповнене краси і жіночності.

З початком Першої світової війни набуває модності образ жінки-хлопчика, створений за допомогою прямих форм в одязі, короткого волосся, стягнених грудей і пласкої фігури. Образ того часу доповнюють маленькі капелюшки, берети і короткі зачіски «бубі-копф», «а ля гарсон», «доллі-сістер»,



«фокстрот», «танго». Залучивши елементи чоловічого одягу Коко Шанель створює флеш-імідж вільної, активної, сильної жінки. Протягом 30–40-х років набувають поширення природні силуети у щоденному одязі з підкресленою лінією грудей і талії. Одяг, зачіски, макіяж, вигляд тіла відомих актрис кіно спонукали більшість жінок прагнути такого ж флеш-іміджу. Колаборація Ельзи Скіапареллі з художниками сюрреалістами виводить флеш-імідж на рівень арт-об'єкта. К. Баленсіага створює не просто одяг для жінок, а своєрідні скульптурні форми, які огортають жіноче тіло, ніби захищаючи його від зовнішніх загроз. З початком Другої світової війни ознаки жіночності в образі нівелюється завдяки стриманій кольоровій гамі. Набувають поширення тугі пояси, гострі кути, масивний плечовий пояс, короткі зачіски. Під впливом кінематографа в моду входять грайливі, безтурботні, сексапільні образи, які відкрито демонструють жіноче тіло: тонка талія, пишний бюст, виражена лінія стегон. У цей час дизайнери К. Діор, Ю. де Жіванші, Ів Сен-Лоран, Т. Мюглер, В. Вестуд, Дж. Армані та ін. у своїх колекціях пропонують модний тип фігури, зачіски, макіяжу.

У підрозділі 2.2. – «Флеш – імідж у контексті молодіжних субкультур другої половини ХХ століття» – з'ясовано вплив молодіжних груп на становлення флеш-іміджу людини. Розглянуто поняття молодіжної субкультури як способу поведінки, стилю життя, системи цінностей, притаманних певній соціальній групі молоді. Молодь прагне самореалізуватись, вдаючись до своєрідної поведінки в соціумі, виражаючи себе й у сфері моди. У радянський час ці процеси припали на початок 80-х років ХХ століття, з поширенням руху байкерів, хіпі, панків, хіп-хоперів тощо. Так, для флеш-іміджу рокерів характерні шипи і заклепки в одязі; для хіпі одяг був лише прикриттям наготи, вони свідомо погіршували свій зовнішній вигляд: порвані джинси-кльош, іноді з різнокольоровими латками, багато прикрас, сорочки й майки, довге волосся, у яке вплетені квіти. Образ хіпі підхопили відомі модельєри – Ів Сен-Лоран і К. Лагерфельд, Рой Халстон, Хана Морі, Теа Портер. Субкультура хіпі сприяла появі етнічного напрямку у високій моді: Ів Сен-Лоран першим підтримав його, створивши відомі колекції «Африканки»; «Іспанки»; «Китайки». Ж.-П. Готьє створив колекції «Раббі-шик», «Тату», «Монголи», Дж. Гальяно – колекцію для Christian Dior «Подорож в Східному експресі».

Панки, представники вуличної моди, головною ознакою якої є шкіряні корсети, шиповані браслети, бейсболки, шпильки на чорних шкіряних куртках, багато блискавок, ланцюжків, розрізи на одязі, груба, масивна біжутерія. «Королевою панку» вважають Вів'єн Вествуд, дизайнерські роботи якої вкрай радикальні, зокрема ранні, експоновані на виставці «Стиль вулиць» у Лондонському музеї Вікторії і Альберта. Згідно з модним образом панків створювали свої колекції Р. Кавакубо, К. Бейлі, А. Маккуїн, Ж. П. Готьє, Р. Тиши, К. Лагерфельд, К. Декарнен та ін. Однак знакову систему субкультури у світ високої моди першою ввела англійська кутюр'є Зандра Роудс.

Головна ознака флеш-іміджу прихильників хіп-хопу – зручність, що надає змогу рухатись вільно, вести активний спосіб життя. Набувають

популярності кросівки, черевики і кеди, майки і футболки унісекс. Практичні компактні сукні «міні», коротенькі майки з написами, вузькі джинси і легінси підкреслюють ідеальні форми і пропорції жіночої фігури.

Мода оперативно реагує на потреби й уподобання молоді, а часом передбачає їх, створюючи нові речі, пропонуючи нові ідеї, формуючи нові течії.

У підрозділі 2.3. – **«Відображення художніх напрямів у модних інноваціях ХХ століття»** – охарактеризовано художні напрями (кубізм, фовізм, футуризм, конструктивізм) у мистецтві початку ХХ століття, які суттєво впливали на розвиток моди. Проектування одягу у цей час здійснювали: А. Ван де Вельде, П. Беренс, Г. Обріст, Г. Клімт, Р. Пімершмідт, Р. Дюфі та ін. Відомі митці – А. Бєлий, Л. Андреєв, М. Савіна, Т. Карсавіна, М. Зічі, Л. Бакст – вбачали ідеал одягу в костюмі часів античності або в національному вбранні, залучали до створення модного образу жінки професійних художників. Серед російських митців лише Л. Баксту вдалося втілити в жіночих портретах уявлення про жінку епохи, «поєднавши життя і мрію». П. Пуаре відобразив в одязі природні мотиви малюнка, кольору, плавні лінії замість чітких контурів. Творчість П. Пікассо і Ж. Брака вплинула на вибір орнаменту для одягу. П. Пуаре замість візерунка з вигнутими лініями ввів у моду контрастний декор простих геометричних форм. Модерністи прагнули нового, нетрадиційного, найбільш радикальними серед них були футуристи, і в моді зокрема: жовта блуза Д. Бурлюка і В. Шершеневича, В. Маяковського, розфарбоване обличчя М. Ларіонова, кольорові перуки Л. Бакста.

У часи освоєння космосу набула поширення космічна мода, представниками якої стали П. Карден, А. Курежж і П. Рабанн. Відбулася своєрідна революція в моді: змінилися форми, силуети, кольори, тканини, які засвідчили розрив з усіма попередніми традиціями високого шиття, змінилися технології крою, обробки країв, швів тощо. Раціональність і економність, чіткість композиційних форм сприяли регламентованості й унормованості технологічних процесів. Набули поширення декор, контури, шви, контрастний фон, кишені, застібка, а також форми квадрата, кулі. Орієнтація на функціональність одягу стала основою для формування художнього напрямку конструктивізму. Починаючи із 70-х років ХХ століття, флеш-імідж в контексті постмодернізму позначений анархічністю, невизначеністю, деконструктивністю, фрагментарністю, унаслідок чого модні образи втрачали змістове наповнення.

У **Розділі 3 – «Особливості формування жіночого флеш-іміджу в модних інноваціях ХХ століття»** – завдяки застосуванню візуального ряду систематизовано емпіричний матеріал з формування флеш-іміджу в контексті модних інновацій ХХ століття. Послідовно відтворено характерні для кожного історичного періоду модні образи, показано їх трансформацію, з'ясовано особливості флеш-іміджу радянської жінки, охарактеризовано дизайн зачіски, макіяж, порушено проблему екології флеш-іміджу в мистецтві.

У підрозділі 3.1. – **«Специфіка формування флеш-іміджу радянської жінки»** – наголошено, що у радянський і пострадянський часи економічні,

соціальні і політичні умови впливали на флеш-імідж жінки, який був не лише відображенням, а й конструюванням нових суспільних реалій, він диктував певні правила поведінки, стиль життя. Згідно з тогочасною ідеологією, радянська жінка мало цікавилась модою. Щоб відвернути її увагу від бідності, нестачі елементарних речей, їй пропонували інші цінності, культивуючи рівність між чоловіком і жінкою. У 20-х роках в суспільстві утвердився офіційний флеш-імідж жінки-трудівниці, громадської діячки, її одяг був простим, функціональним, зручним для активного способу життя. Флеш-імідж «нової жінки» 30-х років – це жінка-матір, жінка-трудівниця. Стиль одягу – типовий «унісекс», однаково похмурий для чоловіків і жінок. Асортимент виробів поступово набував різноманітності, налагоджувалось масове виробництво щоденного одягу. Діє Будинки моделей, у якому працюють відомі модельєри – Н. Макарова і Н. Ламанова, моделі – Ф. Гореленкова, С. Топленінова. Кумири радянських жінок – відомі актриси і співачки.

У 50–60-х роках мода в СРСР «легітимізується». Завдяки розвитку міжнародних зв'язків із зарубіжними країнами у радянському суспільстві поширюється інформація про західну споживчу культуру і моду, зокрема про стиль New look, який виражав абсолютну жіночність і переважав у світі моди. Цей жіночий флеш-імідж характеризували: затягнена талія, піднесені груди, м'яка, похила лінія плечей, круті стегна, подовжені спідниці прямого або пишного фасону, цілісність і завершеність комплекту. До середини 60-х років сформувався флеш-імідж, що базувався на простоті і скромності, нічого випадкового, екстравагантного.

Протягом 70-х років поширились унісекс і хіпі: довільна форму одягу – широкі спідниці, вільні блузи і брюки-кльош. На початку 80-х років мода виражала стагнацію в суспільному житті й економіці. Образ жінки формували сукня і спідниця-міді, брюки-банани, звужені донизу. Ділові жінки носили строгий піджак із широкими плечима і прозору блузку, асиметричні деталі і прямий силует. У 90-х роках у пострадянських республіках поширились західні модні тенденції. І хоч загальна суспільна атмосфера відходила в минуле, вона все ще визначала жіночий флеш-імідж: пишне вбрання і дешевий шик, які й сьогодні певною мірою притаманні для нашої жінки.

У підрозділі 3.2. – **«Формування жіночого флеш-іміджу в Україні»** – наголошено, що жіночий образ в Україні формувался за зразками Будинків моделей, майстерень одягу, під впливом республіканських методичних центрів, художників модельєрів і майстрів перукарської справи. У своїй творчості українські дизайнери завжди орієнтувались на традиції, залучаючи елементи національного одягу, орнаменту, відтворені ще на живописних полотнах І. Труша, О. Новаківського, М. Сосенка, М. Пимоненка, О. Мурашка. Носіями цих традицій були Ольга і Олена Кульчицькі, Соломія Крушельницька, Ірена Сольська, Габрієля Запольська, свого часу вони сприяли формуванню жіночого образу. Художники О. Екстер, К. Малевич, Є. Прибильська створювали сучасний флеш-імідж, використовуючи вишивку і малюнки, збагачуючи традиційні червоний і чорний кольори яскравими відтінками, поєднуючи народні мотиви з елементами авангардного мистецтва.

1944 року в Києві було відкрито перший Будинок моделей, 1954 року – у Львові, а в ньому – проектно-науковий відділ; 1959 року у Львівській академії мистецтв створено відділ моделювання костюма. Українські моделі виставлялись на міжнародних виставках, під час показу мод. Протягом 60-х років набули популярності жіночні образи з професійним макіяжем і сучасною зачіскою, а 70-і роки позначені художнім моделюванням костюма і модним образом загалом. Фабрики з пошиття одягу співпрацювали з Київським, Львівським, Одеським, Донецьким, Харківським, Дніпропетровським Будинками моди. Образ жінки творили талановиті майстри (Л. Авдєєва, А. Гладковська, Т. Забанова, Н. Калашнікова, Я. Канєвська, Н. Тютюнник, В. Григор'єва, Л. Малаховська), прагнучи досягти романтичного образу жінки, відчувався вплив української художньої культури у флеш-іміджу. Л. Авдєєва представляла Україну й СРСР на міжнародних виставках в Лос-Анджелесі (1977), Монреалі (1983), Мехіко (1984), Буенос-Айресі (1986), Парижі (1989), Делі (1990). Творчий дует дизайнерів Т. Земської і О. Ворожбит став лауреатом Асамблеї неприборканої моди у Ризі (1998). Українські мотиви звучать в колекції Зандри Роудс, «Україна і шеврони й шалі» (1970), у колекції Дж. Гальяно «Історія української нареченої, яка втекла з циганами і бродячим цирком» (осінь/зима 1996–1997).

На початку 90-х років українські модельєри (Н. Соболева, Т. Ігнат'єва, Г. Забашта, О. Корешков, І. Тарадіна, Л. Пустовіт, С. Бизов, О. Караванська, Р. Богуцька та ін.) створюють нову українську моду. Набув поширення рух хіпі, і хоча в Україні він не набув масовості, проте став джерелом натхнення для таких модельєрів, як В. Гресь, Л. Пустовіт, О. Гапчук та ін. Арт-простір моди кінця ХХ століття трансформується відповідно до провідних тенденцій у світовій моді.

У підрозділі 3.3. – **«Дизайн зачіски, макіяж як складові флеш-іміджу сучасної людини»** – охарактеризовано дизайн зачіски, макіяжу як складових флеш-іміджу. Вони найчастіше доповнюють модний флеш-імідж, хоч іноді можуть домінувати над одягом. Одні дослідники вважають зачіску доповненням до костюма (О. Гурова, О. Цесевичене, О. Васильєв), інші (А. Виноградова і Л. Бурбо) – естетичним об'єктом. Певний інтерес становлять праці С. Луб'янської і О. Кулешкової, М. Буракової І. Світличної, Г. Гачевої, Т. Сорокіної. Усі зміни в дизайні зачіски пов'язані з відповідними мистецькими стилями й течіями: на початку ХХ століття – з поширенням флеш-іміджу «жінки-квітки», скромної, ніжної, з густим волоссям, блідим обличчям, майже без макіяжу. На початку 30-х років модельєри прагнули стилістичної завершеності, строгої елегантності, за допомогою локона різної форми підкреслювали її витонченість і жіночність. У повоєнні роки радикально змінились стереотипи мужності і жіночності, образу жінки загалом: бездоганні зачіска (великі локони) і макіяж, нічого зайвого, на очах тільки туш, охайні брови «врозліт».

У 50-60-ті роки суспільство переживало потужний вплив кінематографа. Кіноактриси Мерилін Монро, Грейс Келлі, Одрі Хепберн, Елізабет Тейлор, Софі Лорен як носії модного флеш-іміджу привертати увагу сексуальністю,

романтичністю, м'якістю, підкреслених дизайном зачіски (форма, колір, фактура). Ці образи сформували тенденцію до об'єму, ефектності і статичності. 70-і роки позначені впливом молодіжних субкультур, завдяки яким поширився невибагливий одяг, розпатлане волосся, скромні аксесуари з природними або етнічними елементами, хоча досягнення в розвитку хімії сприяли оновленню засобів колористики і прикрас.

У 80-і роки переважав образ «жінка-стерво»: модифікація «агресивної жіночності», зухвалі макіяж і зачіска призвели до того, що в суспільстві утверджувався образ агресивної сексуальної жінки, а протягом 90-х – «жіночність, позбавлена жіночності», який набув розвитку в контексті напряму «унісекс». Нові технології, інноваційні засоби обробки волосся дали змогу модифікувати класичні форми стрижки; переважав стриманий і натуральний макіяж. Усе це вплинуло на позиціонування і сприйняття жінки в суспільстві. Завдяки поєднанню жіночності і мужності в її образі, мілітаризму жіночих костюмів і їх романтичності, вкрапленню гламуру жінка поставала прямим конкурентом чоловіка – на роботі, у спорті, бізнесі, в суспільстві загалом.

У підрозділі 3.4. – «Екологія флеш-іміджу в мистецтві» – наголошено, що однією з головних проблем екології флеш-іміджу є збереження природності тіла людини. Важливу роль у формуванні модного флеш-іміджу відіграють сучасні техніки прикрашання тіла, різноманітні форми його декорування, зокрема пірсинг, татуювання тощо. Замість стандартних наборів картинок нові майстри татуювання експериментують з малюнками. Діють нові школи татуювання, сформувались нові стилі, прийоми, напрями. Відкриття салонів татуювання розширило можливості для вибору зображень, композицій, кольорів і відтінків. Серед культурних практик сучасності набув популярності пірсингу, який застосовують переважно для прикрашання тіла. Художні зображення сповнені певної естетики надають змогу людині трансформувати сприйняття її флеш-іміджу, хоч і можуть зашкодити її здоров'ю.

## ВИСНОВКИ

У загальних висновках сформульовано основні результати роботи, які відповідають визначеним меті і завданням, науковій новизні, висвітлюють проблематику і відображають загальну структуру дисертаційного дослідження.

1. Аналіз наукових праць з досліджуваної теми дає підстави стверджувати, що феномен моди постійно зацікавлює науковців різних галузей знань: філософів, соціологів, психологів, культурологів, мистецтвознавців, це свідчить про його багатогранність і складність, про його важливу роль в життєдіяльності людини і суспільства загалом. Водночас, огляд наукових джерел переконує, що питання впливу моди на образ тіла людини, зокрема на трансформації жіночого флеш-іміджу в контексті модних інновацій ХХ століття ще не набули належного наукового дослідження. Розглянуто значну кількість енциклопедій, у яких відтворено історію розвитку моди й костюма, з'ясовано вплив періодичних видань на поширення модних інновацій. Уточнено понятійний апарат, охарактеризовано джерельну базу, особливістю якої є широке залучення української і зарубіжної

періодики, друкованих і електронних видань, репродукцій, альбомів, матеріали з експозицій музеїв моди і костюма, художні твори.

2. У мистецьких практиках моди жіночий флеш-імідж протягом ХХ століття зазнав трансформацій передусім під впливом мистецьких течій. Значну роль у цих процесах відігравали загальні тенденції в суспільному розвитку, вони сприяли утвердженню нових культурних цінностей і етичних ідеалів. Жіночий флеш-імідж модерну відображував образ «жінки-квітки», створений за допомогою тугих корсетів і пишних рукавів; у роки Першої світової війни – трансформувався, набувши ознак образу «жінки-хлопчика», за допомогою прямих форм в одязі, короткого волосся, стягнутих грудей і пласкої фігури; протягом 30–40-х років – став більш жіночним. Під час Другої світової війни ознаки жіночності нівелюється завдяки стриманій кольоровій гамі, входять в моду тугі пояси, масивний плечовий пояс, короткі зачіски. У післявоєнний час набувають популярності дизайнери К. Діор, Ю. де Жіванші, Ів Сен-Лоран, Т. Мюглер, В. Вестуд, Дж. Армані та ін. Образи героїнь кінематографа 50-х років сприяли формуванню флеш-іміджу сексуальної жінки, а в 60-і роки – інфантильної жінки.

3. У другій половині ХХ століття значного поширення набувають молодіжні субкультури – байкерів, хіпі, панків, хіп-хоперів тощо. Мода відбивала потреби і вподобання молоді, а часом передбачала їх, створюючи нові речі, пропонуючи нові ідеї, формуючи нові течії. Це виявилось в окремих елементах моди, в зовнішньому образі загалом. Кожна молодіжна група цілком своєрідно формувала флеш-імідж людини. Для рокерів характерні шипи і заклепки в одязі, наявність мотоциклів-байкерів; у хіпі одяг лише прикривав наготу. Однією з найважливіших складових молодіжної вуличної моди були панки: шкіряні корсети, шиповані браслети і бейсболки, шпильки на чорних шкіряних куртках, багато блискавок, ланцюжків, розрізи на одязі і груба, масивна біжутерія.

4. Творчість провідних майстрів моди підлягала загальним закономірностям художнього розвитку свого часу. У руслі провідних напрямів модернізму на початку ХХ століття (кубізм, фовізм, футуризм, конструктивізм) працювали А. Ван де Вельде, П. Беренс, Г. Обріст, Г. Клімт, Р. Пімершміт, Р. Дюфі. Представниками «космічної» моди стали П. Карден, А. Курежж і П. Рабанн. Відбулася своєрідна революція у проектуванні одягу: змінилися форми, силуети, кольори, тканини, технології крою, обробки країв, швів, у дизайнерську практику впроваджувались нетрадиційні матеріали: ланцюжки, пластик, металеві пластини, кольчуги. Починаючи із 70-х років, жіночий флеш-імідж зазнає впливу постмодернізму, набуває ознак анархічності, невизначеності, деконструктивності, фрагментарності у своєму змістовому наповненні.

5. В Україні жіночий флеш-імідж формувався за зразками майстерень одягу, Будинків моделей, під впливом республіканських методичних центрів, художників модельєрів і майстрів перукарської справи. Він втілював традиційні уявлення про образ українки. У Київському, Львівському, Одеському, Донецькому, Харківському, Дніпропетровському Будинках моди дизайнери

Л. Авдєєва, А. Гладковська, Т. Забанова, Н. Калашнікова, Я. Канєвська, Н. Тютюнник, В. Григор'єва, Л. Малаховська створювали одяг сповнений національного колориту, широко використовуючи вишивку і малюнки, збагачуючи традиційні червоний і чорний кольори яскравими відтінками, поєднуючи народні мотиви з елементами авангардного мистецтва. На початку 90-х років українські модельєри (Н. Соболева, Т. Ігнат'єва, Г. Забашта, О. Корешков, І. Тарадіна, Л. Пустовіт, С. Бизов, О. Караванська, Р. Богуцька та ін.) створюють нову українську моду, уникаючи колективності у вирішенні творчих завдань, культивуючи творчу індивідуальність. У цей час рух хіпі, хоч і не набув масовості в Україні, став джерелом натхнення для таких модельєрів, як В. Гресь, Л. Пустовіт, О. Гапчук та ін. Арт-простір моди кінця ХХ століття трансформується, орієнтуючись на культурно-історичний потенціал, на провідні тенденції у світовій моді.

6. Дизайн зачіски пов'язаний з відповідними мистецькими стилями й течіями, на початку ХХ століття асоціювався з образом «квітки»: скромної, ніжної, з густим волоссям, блідим обличчям, майже без макіяжу. У 30-х стилістично переважали завершеність, строга елегантність, завдяки локону різної форми підкреслювались витонченість жіноча елегантність. У повоєнні роки радикальних змін зазнали традиційні уявлення про мужність і жіночність. Переважали крупні локони, стриманий макіяж, які найчастіше доповнювали модний флеш-імідж. З часом нові технології, інноваційні засоби обробки волосся дали змогу модифікувати класичні форми стрижки, запровадити стриманий і натуральний макіяж. Усе це визначало позиціонування і сприйняття жінки в суспільстві.

7. Однією з проблем в екології флеш-іміджу є суперечність між прагненням естетичного удосконалити тіло людини і ризиками, пов'язаними з негативним впливом таких процедур на її здоров'я. Зазнаючи впливу новітніх тенденцій в сучасній моді, людина намагається трансформувати флеш-імідж, звертаючись до нових трендів, форм естетичного прикрашання свого тіла. Найновіші техніки і форми декорування людського тіла, виконуючи певні естетичні функції, все ж можуть негативно впливати на здоров'я. Тому флеш-імідж прихильників татуювання перебуває на межі мистецтва, моди й екології людського тіла.

У **Додатках** наведено зразки дослідницької документації і теоретично-методичних матеріалів.

## **СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА**

### **Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації**

#### **Статті у наукових фахових виданнях України:**

1. Шкурко В. Ю. Теоретичні основи трансформації жіночого образу в контексті модних інновацій ХХ століття // Українська культура: Минуле,

Сучасне, Шляхи розвитку. Мистецтвознавство: Наукові записки РДГУ. Рівне, 2016. Вип. 22. С. 198–204.

2. Шкурко В. Ю. Отображение художественных направлений в модных инновациях XX века // Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті: збірка наукових праць. Харків: ХДАДМ, 2016. № 2. С. 134–141.

3. Шкурко В. Ю. Модний образ як предмет наукового дослідження // Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті: збірка наукових праць. Харків: ХДАДМ, 2016. № 4. С. 104–111.

4. Шкурко В. Ю. Образ тіла (флеш-імідж) у світлі новітніх культурних практик як ремінісценція модних інновацій XX століття // Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті: збірка наукових праць. Харків: ХДАДМ, 2017. № 2. С. 151–157.

#### **Статті у виданнях, внесених до міжнародних наукометричних баз**

5. Шкурко В. Ю. Динаміка трансформації модного образу в контексті молодіжних субкультур другої половини XX століття // Вісник ХДАДМ. Харків, 2017. № 5. С. 128–133.

#### **Опубліковані праці апробаційного характеру**

6. Шкурко В. Ю. Екологія флеш-іміджу в мистецтві та моді // Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Актуальні питання сьогодення», м.Вінниця, 20 березня 2018 р. Вінниця, 2018. Т 2. С. 107–113.

7. Шкурко В. Ю. Трансформація модного образу в модних інноваціях XX століття // Матеріали LI Междунар. Науч.-практ. конференции «Научная дискуссия: инновации в современном мире», Москва: Интернаука, 2016. № 7 (50). С. 205–212.

#### **АННОТАЦІЯ**

**Шкурко В. Ю. Трансформація жіночого флеш-іміджу в моді XX століття. – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства за спеціальністю 17.00.07 – дизайн. – Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, 2019.

У роботі досліджено проблему трансформації жіночого флеш-іміджу в моді XX століття, сформовано базу даних (майже триста зразків жіночого образу, костюма, зачіски і макіяжу), виявлено основні чинники, які вплинули на формування й трансформацію жіночого флеш-іміджу в контексті модних інновацій XX століття; проаналізовано флеш-імідж у мистецьких практиках моди цього часу; розкрито особливості художньо-образної презентації жіночого флеш-іміджу в моді першої половини XX століття і трансформацію модного образу в контексті молодіжних субкультур другої половини XX століття. За допомогою візуального ряду підкреслено своєрідність модних образів у кожен історичний період, сформовано цілісне уявлення про їх трансформацію. Уточнено сутність понять «модний образ» та «флеш-імідж» як ремінісценцію



модних інновацій у ХХ столітті, розкрито хронологію модифікації флеш-іміджу жінки. Показано найбільш характерні стилістичні й художньо-образні особливості презентації жіночого флеш-іміджу. Охарактеризовано дизайн зачіски, макіяж як складові флеш-іміджу сучасної людини; розкрито вплив моди ХХ століття на екологію флеш-іміджу, досліджено процеси формування флеш-іміджу жінки у радянській і сучасній Україні. Зазначено, що новітні тенденції в сучасній моді спонукають жінку створювати свій образ, зокрема за допомогою естетичного прикрашання тіла.

**Ключові слова:** мода, модний образ, флеш-імідж, трансформація флеш-іміджу, молодіжні субкультури, художні напрями, екологія флеш-іміджу, дизайн зачіски та макіяжу.

## АННОТАЦИЯ

**Шкурко В. Ю. Трансформация женского флэш-имиджа в моде ХХ столетия. – Рукопись.**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата искусствоведения по специальности 17.00.07 – дизайн. – Киевский национальный университет культуры и искусств, Киев, 2019.

В работе исследована проблема трансформации женского флэш-имиджа в моде ХХ века, сформирована база данных (около трехсот образцов женского образа, костюма, прически и макияжа), выявлены основные факторы, повлиявшие на формирование и трансформацию женского флэш-имиджа в контексте модных инноваций ХХ века. Проанализирован флэш-имидж в художественных практиках моды этого времени; раскрыты особенности художественно-образной презентации женского флэш-имиджа в моде первой половины ХХ века и трансформацию модного образа в контексте молодежных субкультур второй половины ХХ века. С помощью визуального ряда показано своеобразие модных образов в каждый исторический период, сформировано целостное представление об их модификации. Уточнена сущность понятий «модный образ» и «флэш-имидж» как реминисценций модных инноваций в ХХ веке. Раскрыта хронология модификаций флэш-имиджа женщины, показано наиболее характерные стилистические и художественно-образные особенности презентации женского флэш-имиджа в моде. Охарактеризованы дизайн прически, макияж как составляющие флэш-имиджа современного человека; показано влияние моды ХХ века на экологию флэш-имиджа, исследованы процессы формирования флэш-имиджа женщины в советской и современной Украине. Отмечено, что новейшие тенденции в современной моде побуждают женщину создавать свой образ, в частности посредством эстетического украшения тела.

**Ключевые слова:** мода, модный образ, флэш-имидж, трансформация флэш-имиджа, молодежные субкультуры, художественные направления, экология флэш-имиджа, дизайн прически и макияжа.

## SUMMARY

**Shkurko V. Yu. Transformation of the Women's Flesh-Image in the Fashion of the 20th Century. Manuscript.**

Thesis for the degree of candidate of art history in the specialty 17.00.07 – design. – Kiev National University of Culture and Arts, Kiev, 2019.

In the dissertation the problem of transformation of the female flesh image in the fashion of the twentieth century is researched.

Basing on the analysis of scientific works the author identifies the main factors influencing the formation and transformation of the female flesh image in the context of fashionable innovations of the twentieth century (economic development, information technologies, the Internet and mass media, philosophical trends, culture and art, including fashion).

Fashion associated with the style of products, certain design solutions, is considered as a unique artistic and cultural phenomenon that combines artistic creativity, material production and design practice.

In the course of the scientific research of the flesh image, the author, considers fashionable image along with the formation of the human body, physicality. The essence of the concepts of “fashionable image” and “flesh image” as reminiscences of fashionable innovations in the twentieth century has been clarified. The phrase “fashionable image” is understood as the presentation of a person in the cultural space, taking into account the essence of fashion and fashionable innovation. “Flesh Image” is a concept (English “flesh” – “flesh”, “body” and “image” – “image”), in which “image” is defined as “the specific integrity of those qualities and capabilities that the human body acquires in accordance with one or another cultural practice. And “body” in this case is the embodiment of cultural flesh, the essence of which is mutual insight, conditionality, certainty and materiality of the human body and the body of culture.

With the help of a visual series, the peculiarity of fashionable images in each historical period is shown, a holistic view of their modification is formed. Materials from a series of expositions, fashion and costume museums demonstrate not only achievements, but also experiments on the creation of new models of fashionable image. The analysis of the image of a woman from feature films made it possible to reveal new role models of female beauty and fashionable flesh image, becoming examples to follow.

The author analyzed the flesh image in the artistic practices of fashion. The features of the artistic and imaginative presentation of the female flesh image in the fashion of the first half of the twentieth century are revealed. A rather sensitive fashion reaction to all innovations in the fields of science and technology, culture and art was noted. Significant changes have been noticed in the means of figurative expressiveness (silhouette, lines). The relationship between the human body and the clothes began to be expressed in dynamics (the same clothes, the same shape, then compresses the body, then touches it a little, then hangs completely on it). Since the 70s of the twentieth century, the flesh image has been characterized by anarchism, uncertainty, deconstruction, fragmentation, as a result of which fashionable images have lost their meaningful content.

The dynamics of flesh image transformation in the context of youth subcultures of the second half of the twentieth century is considered. It is noted that the fashion quickly responds to the needs and preferences of young people, and sometimes anticipates them, creating new elements of appearance.

The design of hairstyles and makeup is characterized as components of the flesh image of a modern person. The features of the hairstyle design are revealed, the making of which was influenced by historical epochs, artistic styles, trends and trends, youth subcultures. In addition, it is noted that these processes have been enriched with the latest tools and technologies of color and decoration. Hair, makeup and other components of the fashionable image allowed us to identify their carriers as individuals, revealing aesthetics in everyday life, which today is positioned as an aesthetic or cultural phenomenon.

The processes of formation of the flesh image of women in the Soviet and modern Ukraine was investigated. The formation of the female flesh image was influenced by the activities of the republican methodological centers of artistic costume modeling, fashion houses, fashion designers and masters of hairdressing. The second half of the twentieth century is characterized by the appearance of the romantic image of a Ukrainian woman, in particular in the space of show business, pop, stylized flesh image and its transformation into art business. The main task remains to preserve the national flavor in a holistic way, but at the same time, clothing becomes simple and functional, that is, adapted to active lifestyle.

The influence of the fashion of the twentieth century on the ecology of human flesh image is shown. It is noted that the latest trends in modern fashion encourage young people to create their own image, in particular through aesthetic body decoration. It is noted that the flesh image of tattoo supporters is on the verge of art, fashion and the ecology of the human body, but the newest techniques and forms of decorating the human body, promoting its popularization and performing certain aesthetic functions, can still adversely affect the health, emotional state, cause a negative public attitudes towards their owners.

**Key words:** fashion, fashionable image, flesh image, flesh image transformation, youth subcultures, art directions, ecology of flesh image, hairstyle and make-up design.