

УДК 687.53: 17.022

Федорова Євгенія Володимирівна
аспірантка,
Київський національний університет
культури і мистецтв
Київ, Україна
Zhesichka.fedorova@gmail.com

**ІМІДЖ У ВІДОБРАЖЕННІ ПРОВІДНИХ СТИЛІСТИЧНИХ ТЕНДЕНЦІЙ
МОДИ СЕЗОНУ 2016–2017 (НА ПРИКЛАДІ ВІТЧИЗНЯНОГО
ПЕРУКАРСЬКОГО МИСТЕЦТВА)**

Мета роботи – виявити низку основних стилістичних напрямів і тенденцій іміджу 2017 р. як відображення специфічної діяльності дизайнера-практика, який створює цілісний образ (*look*) у пошуку нових, сучасних, актуальних видів зачісок; на основі порівняльного аналізу напрямів моди сезону весна-літо 2016 та 2017, представлених у зарубіжних та вітчизняних колекціях одягу, показів фестивалів перукарського мистецтва в Україні визначити тренди та тенденції іміджу останнього року. **Методологія дослідження** полягає у візуальному порівняльному дослідженні модних напрямів сезонів весна-літо 2016–2017, де фактаж, отриманий шляхом перегляду показів моди, розглянуто за методикою паралельного порівняння; в результаті чого виявлено достовірну картину тенденцій сучасної моди та іміджу, разом із зачіскою. **Наукова новизна роботи.** Попри значний інтерес до питань формування іміджу в різних фахівців індустрії моди, його наукове осмислення залишається недостатнім, зокрема, й в сфері професійної практики майстрів іміджмейкерів, майстрів перукарського мистецтва, їх ролі та місця в зазначених процесах. Вивчення даного питання дозволяє розглянути актуальні напрями проектування іміджу разом із зачіскою, що демонструє творчість вітчизняних майстрів перукарського мистецтва в моделюванні особистого іміджу людини. **Висновки.** Імідж формується завдяки імідж-дизайнерам, що поєднують у своїй роботі фахові знання та навички різних спеціальностей, серед яких чільне місце посідає фахівець з дизайну зачіски, який вмє поєднувати технічні вміння, підбір зачіски на основі аналізу індивідуальних особливостей моделі, знання з актуальних стилістичних тенденцій високої моди, зокрема, прогнозування моди на основі вивчення нових тенденцій та їх практичних модифікацій.

Ключові слова: імідж, іміджблдинг, іміджмейкер, габітарний імідж, зачіска, дизайн зачіски, перукарське мистецтво, тренд, мода.

*Федорова Євгенія Володимирівна аспірантка, Київський національний
університет культури і мистецтв, Київ, Україна*

**Імідж в отраженні ведучих стилістических тенденції моди сезону
2016–2017 (на примере отечественного парикмахерского искусства)**

Цель работы – виявити ряд основних стилістических направлений и тенденцій іміджа 2017 як отражение специфической деятельности дизайнера-практика, который создает целостный образ (*look*) в поиске новых, современных, актуальных видов причесок, на основе сравнительного анализа направлений моды сезону весна-лето 2016 и 2017, представленных в зарубежных и отечественных коллекциях одежды, показов фестивалей парикмахерского искусства в Украине определить тренды и тенденции іміджа последнего года. **Методология исследования** заключается в визуальном сравнительном исследовании модных направлений сезонов весна-лето 2016–2017, где фактаж, полученный путем просмотра показов моды, рассмотрены по методике параллельного сравнения; в результате чего выявлено достоверную картину тенденцій современной моды и іміджа, включая прической. **Научная новизна работы.** Несмотря на значительный интерес к вопросам формирования іміджа в различных специалистов индустрии моды, его научное осмысление остается недостаточным, в том числе и в области профессиональной практики мастеров іміджмейкеров, в частности, мастеров парикмахерского искусства, их роли и места в указанных процессах. Изучение данного вопроса позволяет рассмотреть актуальные направления проектирования іміджа включая прической, демонстрирующий творчество отечественных мастеров парикмахерского искусства в моделировании личного іміджа человека. **Выводы.** Імідж формируется благодаря імідж-дизайнерам, сочетающие в своей работе профессиональные знания и навыки различных специальностей, среди которых главное место занимает специалист по дизайну прически, способный сочетать технические умения, подбор прически на основе анализа индивидуальных особенностей модели, знания по актуальным стилістических тенденцій высокой моды, в том числе прогнозирования моды на основе изучения новых тенденцій и их практических модификаций.

Ключевые слова: імідж, іміджбилдинга, іміджмейкер, габитарний імідж, прическа, дизайн прически, парикмахерское искусство, тренд, мода.

*Fedorova Yevheniia postgraduate, Kyiv National University of Culture and
Arts, Kyiv, Ukraine*

**Image in the reflection of the leading stylistic fashion trends of the 2016–
2017 seasons (through the example of national hairstyling)**

The purpose of the article is to identify the chain of main stylistic trends of 2017 image as a reflection of the specific activity of a practical designer, who creates a holistic look in search of new, current, modern types of hairstyle; to determine this year's image trends, based on the comparative analysis of fashion trends of the spring/summer 2016 and 2017 seasons, represented in foreign and domestic fashion lines, shows and hairstyling festivals in Ukraine. **The research methodology** consisted in the visual comparative study of fashion trends of the spring/summer 2016–2017 seasons, where the data obtained through viewing fashion shows is considered using the method of parallel comparison, resulting in a credible picture of the trends of modern fashion and image, including hairstyle. **The scientific novelty of the work.** Despite considerable interest in the issues of image formation among various specialists in the fashion industry, its scientific comprehension remains insufficient, in particular, in the sphere of professional practice of expert image-makers, professional hairstylists, their role and place in these processes. Research into this issue allows for consideration of the current directions in designing the image, including hairstyle, which shows the creative approach of professional domestic hairstylists to modeling the person's own image. **Conclusions.** Image is formed by image designers, who combine professional knowledge and skills of different specialties in their work, among whom the hairstylist holds the top position, who manages to combine technical skills, the ability to select hairstyles, based on the analysis of individual characteristics of the model, knowledge of up-to-date stylistic tendencies of high fashion, including its forecasting, based on studying new trends and their practical modifications.

Key words: image, image-building, image-maker, habit image, hairstyle, hairstyle design, hairstyling, trend, fashion.

Вклад основного матеріалу. Роль іміджу в досягненні професійного й особистого успіху на початку XXI ст. знайшло визнання в значній аудиторії багатьох верств населення [11, с. 192]. Нині позитивного іміджу, який забезпечує успіх, прагнуть різноманітні бізнес-компанії з метою підвищення авторитету для удосконалення клієнтської мережі, управління й організації праці, публічні особи тощо [9, с. 366]. Значна суспільна потреба та запит на імідж, як важливу складову успіху, спонукала до появи такого явища як іміджбїлдинг – вміння створювати, фактично, «будувати» образ людини, подібно до зведення власного будинку чи справи [10, с. 124–125]. Імідж, який нині помітно впливає на світоглядні й ціннісні орієнтації людини, неодноразово розглядався і в практичному, і в теоретичному аспекті: в зарубіжній літературі існує більше ста визначень, кожне з яких доповнює інше, відображаючи певні аспекти цього складного явища [10, с. 123].

Серед дослідників імідж та його формування вивчали М. Д. Хатусва, яка приділила увагу методам оволодіння майстерністю в даній ділянці сучасними спеціалістами [11, с. 192–193]; Л. С. Приходько – щодо проектування успішності за допомогою іміджблдингу [10, с. 122–125]; О. П. Іваненко – щодо іміджології як нової вузівської дисципліни компонента вищої професійно-педагогічної освіти [4, с. 159–161] та Панасюка А. Ю. – іміджології як науки з теоретичним обґрунтуванням [9, с. 24–27], Карнишева А. Д. – щодо іміджології як аспекту політичної діяльності [5, с. 456], габітарному іміджу присвятили дослідження Шутова Т. В., яка розглянула історичні аспекти професійної підготовки фахівців в області перукарського мистецтва, дизайну іміджу й стилю [13, с. 199–207] та Михайлов Д. М. – в аспекті корпоративної культури установ соціальної сфери [8, с. 82]. Зачіску як об'єкт імідж-дизайну вивчали Кулешкова О. Н. у роботі «Основи дизайну зачіски» (2002) [6, с. 192] та Лубяньська С. П. «Дизайн зачіски» (2010) [7, с. 216]. Водночас, залишається недостатньо висвітленими питання професійної практики майстрів іміджмейкерів, які спеціалізуються на перукарському мистецтві, їх ролі в процесі створення іміджу, пошуків стилістичних напрямів тощо. Вивчення особливостей стилю іміджу 2016–2017 рр., створеного дизайнерами-практиками для зарубіжних та вітчизняних колекцій одягу, показів і фестивалів перукарського мистецтва в Україні, дозволяє визначити провідні сучасні тренди та тенденції.

Дизайн у сфері моди допомагає людині в створенні сучасного зовнішнього образу [7, с. 12], який дає розуміння творчості дизайнера зачіски як об'єктивно необхідної діяльності та актуальної потреби суспільно активної людини [7, с. 20]. Робота дизайнера зачіски не лише пов'язана з модою, вона є показником моди. Створення «позитивного» іміджу, який є прерогативою іміджмейкера, має на меті досягнути необхідного сприйняття іміджу клієнта громадською спільнотою. Він модифікує риси клієнта в площину позитиву, створює привабливий образ за допомогою правильного підбору стилю, манери поведінки, реакцій в різних ситуаціях, щоб домогтися симпатії ділової аудиторії, громадських спостерігачів, електорату. Іміджмейкер опрацьовує сценарії зустрічей та публічних виступів, тексти статей і офіційних документів, залучає, крім багатьох інших, знання з психології та піару [3, с. 337]. Водночас професійний іміджмейкер працює як дизайнер іміджу над безпосереднім створенням «фізичного образу», який ґрунтується на тенденціях моди, але передбачає художнє і технологічне «обґрунтування». У цій ділянці робота імідж-дизайнера об'єднує роботу художника, модельєра, технолога, перукаря й візажиста [13, с. 21]. Розробка габітарного іміджу, що означає певну оцінку особистості іншими в перші секунди сприйняття, передбачає, наприклад, врахування таких параметрів,

як фізична статура, одяг, зачіска, парфуми та ін., а також акцентує увагу на мету габітарного іміджу – формування необхідного образу відповідно до концепції автора [13, с. 201]. Звідси прискіплива (детальна) увага до костюма (використання певного тону, кольору), макіяжу, зачіски (вимог, які стосуються всіх співробітників), аксесуарів (наприклад, значків з емблемою установи, шарфів, браслетів) [8, с. 40]. Існує декілька «рівнів» габітарного іміджу, що дозволяють оптимізувати зовнішній вигляд людини та, які формують перше враження, важливе в отриманні певної інформації – це мистецтво візажу, дизайн одягу, головних уборів, взуття та аксесуарів, перукарське мистецтво та дизайн зачіски [13, с. 201]. Узагальнено, габітарний імідж – це зовнішні характеристики образу об'єкту, які оцінюються візуально.

Один із провідних елементів габітарного іміджу – це зачіска, яка історично, поряд із костюмом відображала естетичні ідеали свого часу, виступала як атрибут класової й станової приналежності [12, с. 5], унаочнювала відповідні своєму часу технології. У наш час процес її створення аналогічний творчому процесу дизайну в будь-якій іншій сфері. Розробка зачіски передбачає з'ясування її функціонального призначення, пошук форми, образне розкриття змісту зачіски, що окреслює весь процес як конкретне художнє завдання [7, с. 14–15]. Основа дизайну – всебічне урахування суспільних та індивідуальних потреб, що є основним змістом перед-проектного аналізу при створенні моделі іміджу [7, с. 20].

За конструктивними ознаками сучасні зачіски поділяють на кілька видів. Це *популярні (побутові)* зачіски для масового споживача [7, с. 15]; *перспективні* зачіски, які передбачають їх можливе застосування в майбутньому в ролі популярних, однак демонструються на конкурсах, шоу, презентаціях як ідеальне втілення без спрощення основної ідеї [7, с. 18]; *арт-зачіска (фантазійна)*, яка тяжіє до виразної характерності, художнього образу й потребує технічності у виконанні [7, с. 19]. Художні риси та особливий, мистецького спрямування декор таких зачісок обумовлюють їхній характер виставкових взірців [7, с. 14]. Такі виставки, зазвичай, демонструють на конкурсах фахового мистецтва. Конкурсні зачіски можуть перебільшувати (гіперболізувати) нові деталі та елементи, в той час, як «старі», зазвичай, «вписуються» у нову форму [7, с. 187–188]. Перспективні арт-зачіски найбільш повно відображають тенденції моди, сприяючи більш швидкій популяризації нових моделей [7, с. 187]. Призначення перспективних арт-моделей в тому, щоб показати подальший напрямок розвитку моди, на впровадження якої потрібно не менше року [6, с. 188].

Мода, яка змінюється щосезону, зазвичай, проявляється в кількох провідних тенденціях-трендах. Поняття «тренду», похідне від англійського trend, що означає основну тенденцію змін часового простору [8], у моді передбачає актуальний короткотерміновий періодично повторюваний стилістичний напрям, що характеризує її розвиток у цілому. Так, основні тенденції сезону весна-літо 2016 року проявилися в стилістичних формах *urban sports*, *free creation*, *future wave* [1]. Як уже зазначалося, враховуючи швидкоплинність та сезонну мінливість тенденцій, найбільш коректну та своєчасну інформацію щодо їх зміни, поки що, можливо отримати лише з електронних ресурсів, в зв'язку з цим, основою при посиланні на трендові напрямки було обрано професійний ресурс від *Schwarzkopf Professional*, оскільки з 1997 р. кожен сезон (весна-літо, осінь-зима) командою світових професіоналів у сфері моди представляються колекції побудовані таким чином, щоб вказати основні акценти світових beauty-трендів, що супроводжуються назвою та детальним описом [1].

Стилістиці *urban sports*, що дослівно перекладається як «міський вид спорту», відповідають різноманітні спортивні костюми. У 2016 р. вони отримали форму «повітряних» у інтенсивно-насиченій кольоровій гамі [1]. У колекції Chanel (*Шанель*) Карла Лагерфельда декоративним рішенням спортивних костюмів було використання абстрактних яскравих принтів (Рис. 1).



Рисунок 1. Весна-літо 2016. Тиждень моди: Париж. Chanel

Іміджеві акценти цього стилю – невимушені прості зачіски та візаж, зокрема стайлінг у вигляді вузлів й хвостів, а також підкреслення прямого «шовковистого» волосся [1].

Аналогічні ідеї були запропоновані спеціалістами перукарського мистецтва на вітчизняних фестивалях – «VIII Всеукраїнському фестивалю молодих дизайнерів зачіски та стилю» (квітень 2016 р.) на базі факультету індустрії моди Київського університету культури (далі КУК). Представлені як видовищні, моделі зачісок характеризувалися чіткістю ліній та силуетних форм, а також гіперболізованістю та виразністю елементів. Тенденція *urban sports* представлена в дизайнерському взірці, мала, наприклад, насичену кольорову гаму в принтах одязі, візажі й зачісці – пофарбованому волоссі, зібраному в хвости, відповідно оформлених та оздоблених (Рис. 2).



Рисунок 2. Весна-літо 2016. Стилістика urban sports

Стиль *free creation*, що в перекладі означає «вільне створення», характеризує багат шарове вбрання, переважно, із тканин світлого тону в розмаїтті гами нейтрально-пастельних відтінків. Стайлінг даного стилю – текстуровані та графічні форми. Їх втілили короткі зачіски, стилізовані за формою під популярні впродовж другої половини ХХ ст. молодіжні стрижки «Гаврош» та «Гарсон» [1]. Їхня графічна силуетна форма походить від чоловічих, хлопчачих зачісок, що утілюються у варіантах жіночих зачісок для різних вікових категорій у вигляді короткого на скронях та потилиці волосся та подовжених пасм на лобно-тім'яній частині («гарсон»), у нижньо-потиличній зоні («гаврош»), актуалізованих «рваним» ефектом.

У колекції Шанель, яка продемонструвала багат шаровий одяг, зокрема, спідниці світлих ніжних відтінків, трендами зачісок виявилися моделі середньої довжини волосся у вигляді текстурованих укладок романтичного стилю на основі «гаврош» і «гарсон», та довге ідеально рівне волосся (Рис. 3).



Рисунок 3. Весна-літо 2016. Тиждень моди: Париж. Chanel

В Україні близьку за стилем пропозицію у вигляді романтичного, багат шарового вбрання та текстурованою зачіскою, де світлі пастельні відтінки перенесені також і на кольорову гамму зачіски, надає взірець з «VIII Всеукраїнського фестивалю молодих дизайнерів зачіски та стилю» (квітень 2016 р.) (Рис. 4).



Рисунок 4. Весна-літо 2016. Стилістика free creation

Також на цьому фестивалі, в номінації Music star, із довгого волосся було стилізовано зачіску, яка імітує завиту щипцями стрижку «гарсон» у пастельній кольоровій гамі (Рис. 5).

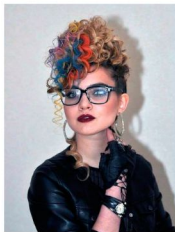


Рисунок 5. Весна-літо 2016. Стилістика free creation

Стилістика *future wave* або «майбутньої хвилі» характеризується одягом з фактурою білого металу та металево-сріблястих відтінків. Стайлінг до них пропонується у вигляді об'ємних локонів та хвиль, що досягається «повітряними» укладками з текстурою середнього діаметру, створеною сучасними інструментами та доповненою начісом, стилізованим під 90-ті. В іншому варіанті – це накручене від середини волосся щипцями великого діаметру, що створює розкішну хвилеподібну текстуру, яка також привносить елемент ретро-стилю [1]. Тенденції до багатошаровості та світлих відтінків (*free creation*), металевих та сріблястих відтінків (*future wave*) продемонструвала колекція Валентино (*Valentino*). В окремих елементах, силуетах, орнаментах, аксесуарах була виразно позначена антична тема. Водночас у дизайні колекції одягу було використано різноманітні сіткита елементи, притаманні темі «джунглі». Їх доповнив зелений колір – умовний знак рослинного світу – трави, дерев, літа (Рис. 6).



Рисунок 6. Весна-літо 2016. Тиждень моди: Париж. Valentino

Українську версію стилістики *future wave* на фестивалі «New format for hairdressers & stylists» (організатор Калкатов Є. А. та факультет індустрії моди Київського університету культури) було представлено текстурованими зачісками на основі крупно та дрібно накрученого волосся з застосуванням начісу (Рис. 7).



Рисунок 7. Весна-літо 2016. Стилiстика *future wave*

Ця тенденція залишається актуальною в 2017 р. в розширенні трьох трендових варіантів – *opulent*, *beat icon*, *colorama*, які широко представлені на подіумі [2].

Тренд *opulent*, який символізує гламур та вишуканість, навіяний витонченими моделями 50-х рр. XX ст. У сучасному переосмисленні, це стильні сукні з розкішних тканин, з квітковими прикрасами, призьбрані в талії. Вони є основою даного стилю. Кольори відтінків, що походять від кольорової палітри художників Відродження, використовуються і в вбранні, і в зачісках. Вони надають висвітленому волоссю багату гаму, а стиль зачісок, сформованих з елегантних локонів та об'ємних хвиль досягає спокусливого вигляду *opulent* [2]. Така тенденція притаманна дизайнерській колекції *Dolce&Gabbana* (Дольче Габбана) на тижні моди в Мілані сезону весна-літо 2017. Сукні з легких прозорих тканин, приталені та оздоблені квітчастими елементами, доповнював стайлінг у вигляді злегка текстурованого волосся з пишним квітковим декором (Рис. 8).



Рисунок 8. Весна-літо 2017. Тиждень моди: Мілан. Dolce&Gabbana

Стиль «orient», виражений в текстурних локонах, на вітчизняному «ІХ Фестиваль молодих дизайнерів зачіски та стилю» (травень 2017 р.) продемонструвала модель, стилізована під образ 50-х у костюмі з характерним силуетом (Рис. 9).



Рисунок 9. Весна-літо 2017. Стилістика orient

Тренд *beat icon* – у дослівному перекладі «міський прохолодний», має вираз у тренді з зовнішнім виглядом «ікони стилю» 60-х рр: від Джеймса Діна до Енді Уорхола та *The Velvet Underground*. «Beat icon» носять піксі-черевики, обрізані штани, моно смуги. Стилістика «beat icon» є своєрідним прототипом сучасної андрогінності: чоловічих рис у жіночому одязі, жіночих – у чоловічому, відповідних зачісках та макіяжі. Так, зачіски тренду передбачають відтінки блонд з розмитим притемненим корінням: осучаснене висвітлювання волосся з періоду 90-х, точні та чисті лінії з натуральною текстурою, полірований блиск як знак стилю [2].

У колекції Дольче Габбана андрогінність жіночих моделей полягала в їх убранні у безформенному, неприталеному, силуетно чоловічому одязі, як-от об'ємних блузак з розширеними рукавами та об'ємних обрізаних брюках,

обшитих паетками. Образ доповнювали зачіски, представлені як об'ємні та текстуровані, або гладко зачесані та зібрані за допомогою зажиму в нижньо-потиличній зоні (Рис. 10).



Рисунок 10. Весна-літо 2017. Тиждень моди: Милан. Dolce&Gabbana

Український варіант представлено образом, в якому поєднуються широкі брюки вільного крою.

Вкрапленням андрогінності в зачісці на основі стилю 60-х рр. стала виразна букля в лобно-тім'яній зоні, висвітлене волосся з затемненням прикореневої зони з м'яким переходом до світлих кінців (Рис. 11).



Рисунок 11. Весна-літо 2017. Стилістика beat icon

Тренд *colorama* – різнобарвний, яскравий гранж – має тенденцію до «змішування несумісного», як виразу нонконформізму. За самовиразом та індивідуальним відчуттям тренд «colorama» – стиль аутсайдерів. Йому притаманна багатоколірність, сміливе поєднання неонових відтінків, зокрема, на волоссі у вигляді пасом посередині та на кінцях. Colorama – це індивідуальний стиль, що може бути виражений у випадкових фігурах та текстурах [2].

На показі в Парижі Шанель було представлено суворий діловий костюм з елементами нано-скафандру – металевого шолому, металевого взуття та рукавиць, в іншому випадку не менш епатажний та вражаючий ансамбль – об'ємна громіздка картка в поєднанні з легкою прозорою сукнею, що виглядають досить контрастно завдяки різниці фактур та кольору (Рис. 12).



Рисунок 12. Весна-літо 2017. Тиждень моди: Париж. Chanel

В Україні цю тенденцію як поєднання гранжу з харизматичною романтичністю моделі в контрастному поєднанні темного з яскравим мідним у стайлінгу демонструє взірць 2017 р., (Рис. 13)*.



Рисунок 13. Весна-літо 2017. Стилістика colorama

Висновки. Створення іміджу є важливим аспектом сучасного життя. Імідж формується завдяки імідж-дизайнерам, фахівцям з дизайну зачіски, габітарного іміджу, іміджбілдінгу.

Аналіз видів зачісок, їхній відбір за актуальними напрямками моди, зокрема, прогнозування перспективних напрямів арт-зачіски на основі виявлення модних європейських тенденцій сезонів весна-літо 2016 та 2017 рр., дозволяє стверджувати, що сучасні вітчизняні іміджмейкери демонструють широку обізнаність у світових трендах та тенденціях і пропонують власні варіанти їх застосування та практичного виконання.

* Автор висловлює щиру вдячність декану Факультету індустрії моди Київського університету культури – Дихнич Л. П. за допомогу в зібранні матеріалів з фестивальных показів та роботи дизайнерів – учасників фестивалів. Фотограф О. Калашник.

Список використаних джерел

1. Essentiallooks [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.schwarzkopf-professional.se/skp/se/en/home/trends/essential-looks.html>. – Title from the screen.

2. Modern ikon collection [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.schwarzkopf-professional.se/skp/se/en/home/trends/the-collection.html>. – Title from the screen.
3. Енциклопедія Сучасної України. У 15 т. Т. 11. / [редкол.: І. М. Дзюба (співголова) та ін.]. Ін-т енцикл. дослідж. НАН України. – Київ, 2011. – 710 с.
4. Иваненко О. П. Имиджелогия – новая дисциплина вузовского компонента обновленного Государственного стандарта высшего профессионально-педагогического образования / О. П. Иваненко // Вестн. учеб.-метод. объединения по профессионально-педагогическому образованию. – Екатеринбург, 2001. – Вып. 1(28). – С. 159–161.
5. Карнышев А. Д. Психология в политической деятельности : учеб. пособ. / А. Д. Карнышев, К. С. Жуков, В. Ф. Шестак. – Москва : ИМА-пресс, 2004. – 456 с.
6. Кулешкова О. Н. Основы дизайна прически : учеб. пособие. / О. Н. Кулешкова, О. Б. Читаева, Т. Н. Бутко. – Москва : Издат. центр «Академия», 2002. – 192 с.
7. Лубяньська С. П. Дизайн зачіски : навч. посіб. для професійної підготовки студ. у вищ. навч. закладах мистецького профілю. – Київ : Кондор, 2010. – 216 с.
8. Михайлов Д. М. Корпоративная культура учреждения социальной сферы: выпускная квалификационная работа / Д. М. Михайлов. – Екатеринбург, 2016. – 82 с.
9. Панасюк А. Ю. Наука «имиджелогия»: теоретическое обоснование права на существование / А. Ю. Панасюк // Имиджелогия : современное состояние и перспективы развития. – Москва : Альфа, 2003. – С. 24–27.
10. Приходько Л. С. Имиджбилдинг как проектирование успешности / Л. С. Приходько // XXI век – век дизайна : материалы I науч.-практ. конф., 21–22 сент. 2005 г., г. Екатеринбург / Рос. гос. проф.-пед ун-т. – Екатеринбург, 2005. – С. 122–125.
11. Хатуева М. Д. Имидж-дизайн как метод формирования современного специалиста / М. Д. Хатуева // Инновации в профессиональном и профессионально-педагогическом образовании : тезисы докладов 16-й Всерос. науч.-практ. конф., 23–25 нояб. 2010 г., г. Екатеринбург. – Екатеринбург, 2010. – С. 192–193.
12. Школьников С. П. Прически, головные уборы и украшения для сцены : учеб. пособ. для театр. учеб. заведений / С. П. Школьников. – Минск : Вышэйш. шк., 1975. – 223 с.
13. 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 науч.-практ. конф. – Екатеринбург, 2014. – С. 199–207.

References

1. *Essential looks*, (2016). Available at: <<http://www.schwarzkopf-professional.se/skp/se/en/home/trends/essential-looks.html>> [Accessed 20 October 2016].
2. *Modern ikon collection*, (2017). Available at: <<http://www.schwarzkopf-professional.se/skp/se/en/home/trends/the-collection.html>> [Accessed 22 October 2016].
3. Dziuba, I. (2011). Eds., *Encyclopedia of Contemporary Ukraine* Kyiv: Institute of Encyclopedic Studies, National Academy of Sciences of Ukraine
4. Ivanenko, O. (2001). *Imagology – the new discipline of the university component of the updated State Standard of Higher Professional Pedagogical Education* [Bulletin of the Educational and Methodological Association for Pedagogical Education]. Ekaterinburg, issue 1 (28), pp. 159–161.
5. Karnyshev, A. (2004). *Psychology in Political Activity*. Moscow : IMA-press.
6. Kuleshkova, O. (2002). *The Basics of Hairstyle Design*. Moscow: Akademiia.
7. Lubianska, S. (2010). *Hairstyle Design*. Kyiv: Kondor.
8. Mihailov, D. (2016). Corporate culture of social institutions. *Rosijskij gosudavstvennyi professionalno-pedagogicheskij universitet, Institut gumanitarnogo i sotcyalno-ekonomicheskogo obrazovanija* [Russian State Vocational and Pedagogical University, Institute of Humanitarian and Socio-Economic Education], pp. 82–85.
9. Panasiuk, A. (2003). Imagology: theoretical justification of the right to exist. *Imidzhelohija: sovremennoe sostojanie i perspektivy razvitija* [Imagology: current state and prospects for development], pp. 24–27.
10. Prihod'ko, L. (2005). Image-building as building success. *XXI vek – vek dizajna* [The 21st century – the age of design]. Ekaterinburg, Russia, 21–22 September 2005. Ekaterinburg: Russian State Vocational and Pedagogical University, pp. 122–125.
11. Hatueva, M. (2010). Image design as a method of forming a modern specialist. *Innovacii v professional'nom i professional'no-pedagogicheskom obrazovanii*. [Innovations in professional and pedagogical education], pp. 192–193.
12. Shkol'nikov, S.P. (1975). *Hairstyles, headgear and decorations for the stage*. Minsk: Vysshaya shkola.
13. Shutova, T. (2014). Historical aspects of professional training of specialists in the field of hairstyling, image design and style. *XXI vek – vek dizajna : materialy I Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii* [The 21st century – the age of design: materials of the First All-Russian Scientific and Practical Conference], Ekaterinburg, Russia, 15–16 May 2014. Ekaterinburg: Russian State Vocational and Pedagogical University, pp. 199–207.