

**Володимир ЗАБОРА,**

*orcid.org/0000-0001-6273-5430*

старший викладач кафедри режисури шоу, естради та свят  
Київського національного університету культури та мистецтва  
(Київ, Україна) [zabora.volodymyr@gmail.com](mailto:zabora.volodymyr@gmail.com)

## ЕСТЕТИЧНА АГЕНТНІСТЬ В КОНСТРУЮВАННІ ОСОБИСТОГО ІМІДЖУ: РОЛЬ ІНДИВІДУАЛЬНИХ УПОДОБАНЬ В ІНТЕГРАЦІЇ СТИЛЮ, ЗАЧІСКИ ТА ЕЛЕМЕНТІВ МАКІЯЖУ

**Мета цієї роботи** – описати процеси прийняття рішень, які агенти здійснюють для формування своєї естетичної ідентичності. **Методологія дослідження** сформована на методі теоретичного моделювання. Огляд дослідницьких робіт, що охоплюють низку дисциплін, включно з психологією моди, соціологією стилю та естетикою, становить основу теоретичної бази персонального іміджу. Незважаючи на важливість особистої естетики в цих дисциплінах, цілісне розуміння інтеграції стилю, зачіски та макіяжу, обумовлене індивідуальними вподобаннями, залишається нерозкритим. Синтез забезпечує необхідний контекст і висвітлює особливості процесу творення стилю особистості. **Наукова новизна** полягає в перегляді концепції особистої естетики, підкреслюючи невід’ємну роль індивідуальних уподобань у створенні автентичного та репрезентативного особистого іміджу. Виявлено важливість естетичного впливу на ідентичність агента та його роль у суспільстві. **Висновки.** Завдяки вивченню різних теоретичних основ, це дослідження висвітлило динамічну взаємодію між внутрішніми та зовнішніми мотивами, що керують естетичним вибором. Було доведено, що оволодіння техніками макіяжу, самостійність у прийнятті естетичних рішень та участь в онлайн-спільнотах краси значною мірою задовольняють внутрішні психологічні потреби та сприяють формуванню особистого стилю. Конгруентний образ «Я» – це динамічний конструкт, який постійно формується та змінюється під впливом соціокультурних чинників, особистих переконань, когнітивних процесів та метафоричних асоціацій. Дослідження показало, що кульмінація особистого стилю є результатом безперервного діалогу між людиною і середовищем, де кожен впливає і перебуває під впливом іншого. Крім того, важливо, щоб чітке розуміння особистих уподобань і ретельний аналіз стану шкіри та волосся стали основою для вибору та використання відповідних засобів. Ретельна інтеграція цих чинників та їхня адаптація до індивідуальних уподобань створює дійсно унікальну естетичну ідентичність для кожної людини.

**Ключові слова:** індивідуалізація іміджу, зачіска, елементи макіяжу, самопрезентація, вибір у дизайні.

**Volodymyr ZABORA,**

*orcid.org/0000-0001-6273-5430*

Senior Lecturer at the Department of Show, Variety and Event Directing  
Kyiv National University of Culture and Arts  
(Kyiv, Ukraine) [zabora.volodymyr@gmail.com](mailto:zabora.volodymyr@gmail.com)

## AESTHETIC AGENCY IN THE CONSTRUCTION OF PERSONAL IMAGE: THE ROLE OF INDIVIDUAL PREFERENCES IN THE INTEGRATION OF STYLE, HAIRSTYLE, AND MAKEUP ELEMENTS

**The objective of the publication** is to reveal the agent's decision-making process in forming his aesthetic identity. The theoretical modeling method underpins the **research methodology**. A review of research papers from various fields, including psychology of fashion, sociology of style, and aesthetics, serves as the foundation for a theoretical framework of personal image. Despite the importance of personal aesthetics in these disciplines, a holistic understanding of the integration of style, hair, and makeup driven by individual preferences remains elusive. The synthesis provides the necessary context and illuminates the peculiarities of the process of developing a personal style. **The scientific novelty** consists in revising the idea of personal aesthetics, highlighting the crucial significance of individual preferences in the creation of an authentic and representative personal image. The relevance of the aesthetic influence on the agent's identity and social roles is shown. **Conclusions.** This study addressed the dynamic interplay of intrinsic and extrinsic incentives in directing aesthetic choices by investigating various theoretical grounds. We talked about how learning cosmetic methods, being independent in aesthetic judgments, and participating in online beauty forums may all help to meet internal psychological demands and contribute to the construction of personal style. Congruent self-image is a dynamic construct shaped and changed by social factors, personal beliefs, cognitive processing, and metaphorical relationships. According to the findings of this study, the culmination of personal style is the product of a continuous dialogue between a person

*and the world around them, in which each influences and is influenced by the other. Furthermore, the necessity of a clear understanding of individual preferences combined with a thorough study of the skin and hair condition sets the foundation for the selection of appropriate products and application procedures. Individual tastes dictate the meticulous integration of various aspects, resulting in a visual identity that is truly unique to each individual.*

**Key words:** *individualization of the image, hairstyle, make-up elements, self-presentation, choice in design.*

**Актуальність теми дослідження.** Естетична агентність як основа конструювання особистого іміджу є головною темою досліджень дизайну стилю в останні роки. Прагнення до краси і бажання проявити індивідуальність стикаються і формують основу сучасної естетики. Те, як люди сприймають себе і представляють зовнішньому світу, – це поєднання різних елементів, таких як одяг, зачіска та макіяж. Зовнішній вигляд не лише відображає особисті вподобання, але й слугує засобом самовираження, даючи змогу людям контролювати та формувати власну естетичну ідентичність. Ця складна взаємодія між індивідуальними уподобаннями та естетичним уявленням ще не має відповідної дескрипції у науковому поданні. Водночас дослідники все більше цікавляться питаннями іміджу та розумінням механізмів, що стоять за індивідуальними естетичними рішеннями.

**Мета статті** – конкретизувати процес прийняття рішень, які здійснюють люди для формування своєї естетичної ідентичності.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Індивідуальні вподобання та сприйманий стиль особистості визначає її естетичний досвід, зокрема в емотивному вимірі, та слугує основою для самопрезентації в різноманітних контекстах (Maig, 2018). Макіяж суттєво змінює сприйняття контрасту, форми та стану обличчя, що є важливою характеристикою іміджу тіла (Russell, 2009). Отже, обраний тип макіяжу змінює не лише рівень суб'єктивної оцінки привабливості, але й індивідуальні когнітивні та адаптаційні здібності агента (Adam & Galinsky, 2012). Питання індивідуальних вподобань у цьому контексті залишається невирішеним і, ймовірно, стає опосередковуючим чинником.

Також є інформація про загальні естетичні вподобання. Наприклад, можна визначити принципи косметичної естетики, такі як тяжіння чоловіків до важкої косметики для очей та схильність жінок до легкого макіяжу (Comfort et al., 2023). Доцільно зазначити, що цей вплив є суттєвішим за індивідуальні усвідомлювані уподобання осіб, але стосуються саме сприйнятого стилю та підтверджуються низкою досліджень з урахуванням певних культуральних відмінностей.

**Виклад основного матеріалу.** Формування унікальної естетичної ідентичності за допомогою

окремих елементів індивідуального стилю є процесом узгодження суспільного та особистісного. Ця інтеграція відбувається в умовах констеляції соціокультурних чинників, які поступово формують індивідуальний стиль, з часом завершуючись чітким естетичним образом «я». На формування естетичних уподобань людини, особливо щодо макіяжу та зачіски, впливає багато чинників. Індивідуальні переконання, досвід і когнітивні процеси формують інформаційні аспекти стильових рішень (Comfort et al., 2023).

Водночас, різні культурні умови зі своїми унікальними естетичними стандартами глибоко визначають індивідуальний естетичний досвід, хоча модеруються агентністю особистості (Slepian et al., 2015). Так, підбір кольорової гами для макіяжу залежить від асоціативних уявлень агента щодо певних кольорів, що можуть бути індуковані етнокультурною ретрансляцією. Водночас деякі люди можуть тяжіти до певного типу зачіски на основі тих зачісок, які вони раніше бачили на екрані. Це є наслідком інформаційної глобалізації, що розкриває історію життя агента, хоч внесок культурних наративів зменшується (Tran et al., 2020). Прикладом цього зв'язку між особистим досвідом і стилем є дослідження (Twigg, 2007), що представляє концепцію особистого стилю як форми «розповіді про себе», наративу, побудованого на основі індивідуальних історій і досвіду.

На додаток до цих чинників нейроестетичний підхід до особистого стилю постулює детерміністичне пояснення: подібно до уподобань щодо мистецтва чи візуальних елементів природних явищ, агент формує естетичні судження про свою власну зовнішність і зовнішність інших. Ці конструкції, хоч і здаються суб'єктивними, ґрунтуються на нейронних механізмах, що мають достатній рівень індивідуальної відмінності та доповнюються досвідом особистості. Водночас варто зазначити, що провідну роль в цьому процесі відіграє саме контекстуальність (Meng & Liang, 2022). Особистий стиль, включно з вибором макіяжу та зачіски, відображає унікальний підхід людини до свого тіла і своєї соціальної ролі в конкретних умовах. Показово, що ці уподобання можуть не збігатися з узагальненими моделями привабливості.

Згідно з теорією самодетермінації Дечі (SDT), інструментальне прийняття рішень часто є

результатом тонкого балансу між внутрішніми та зовнішніми мотивами (Ryan & Deci, 2020). Згідно з цією теорією, внутрішня мотивація подібна до вибору яскравої помади просто для задоволення, а не для зовнішнього схвалення. На противагу цьому, теорія організаційної інтеграції (OIT), яка є частиною SDT, визначає зовнішню мотивацію як поведінку, зумовлену чітким зовнішнім результатом, як правило, соціальним. Тобто особисті стильові уподобання є багатограним і складним процесом, який формується під впливом внутрішньої мотивації, зовнішнього тиску та намірів задовольнити психологічні потреби. Розуміння цієї динаміки дає змогу детальніше поглянути на особистий стиль та естетичні рішення.

Яскравий приклад цього процесу можна знайти у використанні макіяжу – центрального елемента особистої естетики. Внутрішня мотивація, спонукання, яке виникає зсередини, часто сприяє нанесенню макіяжу. Навпаки, зовнішня мотивація, особливо найменш автономна форма, відома як зовнішньо регульована поведінка, може потенційно завдати шкоди самооцінці.

Через призму нанесення макіяжу можна чітко побачити три вроджені потреби, визначені теорією самовизначення (SDT): компетентність (майстерність і контроль над результатами), автономія (самовизначення) і спорідненість (прагнення до соціальних зв'язків).

Оволодіння техніками макіяжу, такими як ідеальна підводка очей або бездоганне розтушовування тіней, може дати відчуття досягнення. Володіння цими навичками може суттєво сприяти підвищенню самооцінки людини та розвитку унікального особистого стилю. Автономність у контексті нанесення макіяжу відображається у свободі виражати свою ідентичність та настрої різними образами. Можна вибрати класичні червоні губи для сміливого впевненого вигляду або м'яку пастельну палітру тіней для повік для більш спокійного образу.

Створення особистої естетики за допомогою зачіски та макіяжу має передбачати використання систематичних прийомів, що ґрунтуються на індивідуальних уподобаннях. Ці уподобання можуть формуватися під впливом різних чинників, але основна увага приділяється особистому образу. До відповідних уподобань належать бажані кольори, текстури, продукти та конкретні естетичні тенденції (наприклад, вінтаж, богема, мінімалізм). Щоб краще зрозуміти ці вподобання, можна використовувати такі психологічні інструменти, як складання карти вподобань і опитувальники для визначення самооцінки (Kodžoman, 2019).

Окрім того важливим є об'єктивний етап визначення індивідуального профілю агента: детальний аналіз шкіри та волосся. Це включає розуміння типу шкіри (суха, жирна, комбінована, чутлива), відтінку шкіри (теплий, холодний, нейтральний) і типу волосся (пряме, хвилясте, кучеряве та ін.). Це повинно базуватися на дерматологічних і трихологічних критеріях обстеження, які використовуються для вибору продукту і відповідних технік нанесення. Для макіяжу це може включати правильний відтінок тональної основи, колір очей і губ, а також техніку нанесення макіяжу, яка підкреслює риси обличчя. Для волосся це передбачатиме вибір правильних продуктів (шампуні, кондиціонери, засоби для укладання) і зачісок, які найкраще підходять до типу волосся та відповідають естетиці агента. Інтеграція всіх цих елементів формує особистий стиль людини. Поєднання деталей зачіски та макіяжу, які відповідають уподобанням людини та доповнюють її риси обличчя, є основою для ітеративного вдосконалення. Наприклад, людина, яка віддає перевагу вінтажній естетиці, може вибрати класичні червоні губи та крилату підводку для макіяжу та м'які хвилі для своєї зачіски.

**Наукова новизна.** Висвітлено роль індивідуальних уподобань у формуванні конгруентного та репрезентативного особистого іміджу, що доповнює стиль особистості. У цій статті розглядається загальноприйняте розуміння і показується, що особистий стиль – це не результат вибору стандартизованих стильових рішень, а нюансоване вираження особистої ідентичності. Підкреслено важливість як внутрішніх, так і зовнішніх мотивацій у розвитку естетичного почуття людини. Опір впливу зовнішніх тенденцій необхідний для забезпечення автентичності кінцевого стилю, що, так само, забезпечує досвід особистої цілісності. Дійсно, цінність самостійності як основи для самооновлення визнається фундаментальною у виборі зачіски та макіяжу. Також підкреслюється важливість психологічних потреб, таких як компетентність, автономія та комунікація, що задовольняються у процесі творення стилю. Зокрема, оволодіння навичками макіяжу допомагає встановити незалежність в естетичних рішеннях і соціальних зв'язках, сформованих через відповідність контексту. Такий інтегрований підхід забезпечує більш повне розуміння особистого стилю, ніж традиційний фрагментарний погляд.

**Висновки.** Дослідницька стаття підкреслює критичну роль індивідуальних уподобань у побудові особистого іміджу, зосереджуючись на інтеграції стилю, зачіски та елементів макі-

яжу у процесі самопрезентації. Дослідження закладає основи суб'єктивності вибору стилю, показуючи, що естетичні вподобання залежать від культурних норм, метафоричних асоціацій та наративів особистої історії. Воно також доводить важливість розуміння індивідуальних уподобань, ретельного аналізу шкіри та волосся, а

також вибору вибору правильних засобів і технік для створення індивідуального стилю. Ретельна інтеграція цих елементів у поєднанні з гнучкістю адаптації та розвитку з часом призводить до унікальної естетичної ідентичності, яка заохочує особисте самовираження через неінвазивну модифікацію тіла.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Adam H., Galinsky A. D. Encloded cognition. *Journal of experimental social psychology*. 2012. Vol. 48, No. 4. P. 918–925. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2012.02.008>.
2. Comfort W. E., de Andrade B. N., Wingenbach T. S., Causeur D., Boggio P. S. Implicit responses in the judgment of attractiveness in faces with differing levels of makeup. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. 2023. Vol. 17, No. 1. P. 29–42. DOI: <https://doi.org/10.1037/aca0000408>.
3. Kodzoman D. The psychology of clothing: Meaning of colors, body image and gender expression in fashion. *Textile & leather review*. 2019. Vol. 2, No. 2. P. 90–103. DOI: <https://doi.org/10.31881/TLR.2019.22>.
4. Mair C. *The psychology of fashion*. London : Routledge, 2018. 150 P. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315620664>.
5. Meng F., Liang Y. A New Interpretation of the Essence of Aesthetic Experience: From the Perspective of Cognitive Neuroaesthetics and Aesthetic Anthropology. *Journal of Aesthetic Education*. 2022. Vol. 56, No. 4. P. 97–120. DOI: <https://doi.org/10.5406/15437809.56.4.07>.
6. Russell R. A sex difference in facial contrast and its exaggeration by cosmetics. *Perception*. 2009. Vol. 38, No. 8. P. 1211–1219. DOI: <https://doi.org/10.1068/p6331>.
7. Ryan R. M., Deci E. L. Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary educational psychology*. 2020. Vol. 61. P. 101860. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101860>.
8. Slepian M. L., Ferber S. N., Gold J. M., Rutchick A. M. The cognitive consequences of formal clothing. *Social Psychological and Personality Science*. 2015. Vol. 6, No. 6. P. 661–668. DOI: <https://doi.org/10.1177/1948550615579462>.
9. Tran A., Rosales R., Copes L. Paint a better mood? Effects of makeup use on YouTube beauty influencers' self-esteem. *Sage Open*. 2020. Vol. 10, No. 2. P. 2158244020933591. DOI: <https://doi.org/10.1177/2158244020933591>.
10. Twigg J. Clothing, age and the body: a critical review. *Ageing & Society*. 2007. Vol. 27, No. 2. P. 285–305. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0144686X06005794>.

### REFERENCES

1. Adam, H., & Galinsky, A. D. (2012). Encloded cognition. *Journal of experimental social psychology*, 48(4), 918–925. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2012.02.008>.
2. Comfort, W. E., de Andrade, B. N., Wingenbach, T. S., Causeur, D., & Boggio, P. S. (2023). Implicit responses in the judgment of attractiveness in faces with differing levels of makeup. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 17(1), 29–42. <https://doi.org/10.1037/aca0000408>.
3. Kodzoman, D. (2019). The psychology of clothing: Meaning of colors, body image and gender expression in fashion. *Textile & leather review*, 2(2), 90–103. <https://doi.org/10.31881/TLR.2019.22>
4. Mair, C. (2018). *The psychology of fashion*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315620664>.
5. Meng, F., & Liang, Y. (2022). A New Interpretation of the Essence of Aesthetic Experience: From the Perspective of Cognitive Neuroaesthetics and Aesthetic Anthropology. *Journal of Aesthetic Education*, 56(4), 97–120. <https://doi.org/10.5406/15437809.56.4.07>.
6. Russell, R. (2009). A sex difference in facial contrast and its exaggeration by cosmetics. *Perception*, 38(8), 1211–1219. <https://doi.org/10.1068/p6331>.
7. Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary educational psychology*, 61, 101860. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101860>.
8. Slepian, M. L., Ferber, S. N., Gold, J. M., & Rutchick, A. M. (2015). The cognitive consequences of formal clothing. *Social Psychological and Personality Science*, 6(6), 661–668. <https://doi.org/10.1177/1948550615579462>.
9. Tran, A., Rosales, R., & Copes, L. (2020). Paint a better mood? Effects of makeup use on YouTube beauty influencers' self-esteem. *Sage Open*, 10(2), 2158244020933591. <https://doi.org/10.1177/2158244020933591>.
10. Twigg, J. (2007). Clothing, age and the body: a critical review. *Ageing & Society*, 27(2), 285–305. <https://doi.org/10.1017/S0144686X06005794>.