

■ УДК 17.022.1:784.011.26.071.2 (477): 316.723

**С. Б. Манько**, старший викладач, кандидат мистецтвознавства, Харківська державна академія культури, м. Харків

### **СТВОРЕННЯ СТИЛЮ-ІМІДЖУ АРТИСТА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКИХ ЕСТРАДНИХ ВИКОНАВЦІВ)**

Розглянуто роль артистів у музичній культурі України, котрі сформували свій неповторний стиль-імідж стосовно інтересів масового глядача. Вивчається, які аспекти впливають на його формування для кращого функціонування процесу «запит-відповідь» між масовою аудиторією та виконавцем. Проаналізовано, як випрацювувати стиль-імідж артистам-початківцям у період навчання. На прикладі найяскравіших українських естрадних виконавців доводиться, що правильно обраний стиль-імідж позитивно впливає на популярність виконавців, яка в такому разі є довготривалою, і навпаки, що штучний стиль-імідж є не щирим і спричиняє швидкоминучу славу. Підкреслено, що акцентація артистів на цікавому для аудиторії стилі-іміджі має посідати важливе місце у творчому житті.

**Ключові слова:** стиль-імідж, естрадні артисти, естрада України, музична культура України, шоу-бізнес.

**С. Б. Манько**, старший преподаватель, кандидат искусствоведения, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

### **СОЗДАНИЕ СТИЛЯ-ИМИДЖА АРТИСТА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ (НА ПРИМЕРЕ УКРАИНСКИХ ЭСТРАДНЫХ ИСПОЛНИТЕЛЕЙ)**

Рассматривается, какую роль в музыкальной культуре Украины играют артисты, которые сформировали свой неповторимый стиль-имидж относительно интересов массового зрителя. Изучается, какие аспекты влияют на его формирование для лучшего функционирования процесса «запрос-ответ» между массовой аудиторией и исполнителем. Проанализировано, как вырабатывать стиль-имидж начинающим артистам на этапе обучения. На примере самых ярких украинских эстрадных исполнителей доказывается, что правильно выбранный стиль-имидж позитивно влияет на популярность исполнителей, которая в этом случае будет достаточно длительной и наоборот, что искусственный стиль-имидж не искренен и приводит к быстропроходящей славе. Подчеркивается, что акцентация артистов на интересном для аудитории стиле-имидже должна занимать важное место в творческой жизни исполнителей.

**Ключевые слова:** стиль-имидж, эстрадные артисты, эстрада Украины, музыкальная культура Украины, шоу-бизнес.

**S. B. Manko**, Candidate of Art Criticism, senior lecturer, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

### **CREATING SINGER'S IMAGE STYLE IN THE CONTEXT OF MODERN MASS CULTURE (THE CASE OF UKRAINIAN POP SINGERS)**

The paper considers the role of the singers, who have shaped their unique image style for the mass public, in the music culture of Ukraine. It studies the aspects influencing the image shaping process to identify better the request-response procedure between the mass audience and the singer. It analyzes the way to work out the image style for beginning singers at the stage of their studies, since those, who do not merely copy other singers, but also create their own image and have their vision of work, move on to a higher level of mastery and, finally, quickly find a good job and become popular at least locally. Drawing on the example of the brightest Ukrainian popular singers it is proven that properly selected image style positively influences singers' popularity, which in this respect is rather long-lasting and vice versa, that the artificial image style is not generous and leads to short-lived fame only. It is emphasized that singers' focus on the image style which is interesting for the audience must be vital in their highlights of the artistic career.

**Key words:** image style, popular singers, Ukrainian popular music, music culture of Ukraine, show business.

**Постановка проблеми.** У сучасній музичній культурі України важливу роль відіграють самобутні, яскраві естрадні артисти, котрі привертають до себе увагу масової аудиторії. Важливим є те, що вони формують свій неповторний стиль-імідж та репертуар стосовно інтересів масового глядача. Тому вивчення аспектів, які впливають на формування стилю-іміджу сучасних виконавців для кращого функціонування процесу «запит-відповідь» між ними та масовою аудиторією, є актуальним питанням сьогодення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Оглянувши та проаналізувавши друковані праці у сфері іміджології, варто підкреслити, що означену тематику ґрунтовно вивчали такі дослідники: В. М. Шепель [15], Г. Г. Почепцов [9,10], А. Ю. Панасюк [7], Н. Тітова [13], Т. В. Федорів [14], С. В. Горін [3], В. Г. Горчакова [4,5], О. Неустус, О. Кастерпалу [6] та ін. К. Богомолів розглядав імідж у контексті модних течій [1]. О. М. Самсонова присвятила дисертацію вивченню іміджу творчої інтелігенції [12]. Російські дослідники Н. С. Садовнікова [11] та Е. В. Петренко вивчали категорію сценічного іміджу естрадних співаків. Остання підкреслила протиріччя між необхідністю навчання основам артистичного іміджу на практиці й браком теоретично-методичного забезпечення [8]. Але при тому, що загалом тематику створення іміджу науковці широко вивчали, важливо

підкреслити — формування власного стилю-іміджу у творчості українських артистів естради вітчизняні дослідники недостатньо глибоко висвітлили. Адже лише в одній статті харківського викладача й виконавця А. О. Верещаки у 2014 р. стисло подані складові формування іміджу українських естрадних артистів та фрагментарно розглянуто їх специфіку на різних етапах [2]. Публікація цього автора є цікавою, але вона не повністю розкриває означену проблематику. Тому конче необхідно детальніше проаналізувати творчість найяскравіших артистів України для кращого розуміння комплексу компонентів їх стилю-іміджу, що зумовлює найбільший успіх серед масової аудиторії.

**Мета статті** — дослідити сферу вокального естрадного мистецтва в культурі України, проаналізувати проблематику створення стилю-іміджу у творчості як співаків-початківців, так і в кар'єрі відомих вітчизняних артистів, що є важливим для формування популярної музики України загалом. Для цього необхідно дослідити, яким чином створення стилю-іміджу українськими виконавцями впливає на їх популярність серед масової аудиторії, та простежити, які саме типи стилю-іміджу найбільше привертають увагу сучасного українського глядача.

Багато авторів стверджують, що імідж створюється для того, щоб привернути увагу до об'єкта. Е. В. Петренко наголошує, що місія артиста — бути «провідником до прийнятих у суспільстві цінностей та ідеалів», а для її виконання, на думку дослідниці, необхідною умовою є формування сценічного іміджу [8, с.109]. У процесі творчого життя артиста його імідж має постійно трансформуватися стосовно певних умов (віку, соціальних поглядів особистості, подій, що відбуваються, тощо), адже втримати увагу своєї аудиторії нелегко протягом тривалого періоду. Має змінюватися репертуар, потрібно постійно брати участь у телевізійних шоу (навіть кулінарних, політичних чи розважальних). Коли артист веде активний спосіб життя й часто потрапляє на екрани, він стає модним, але бувають і періоди, коли популярність спадає, її можна посилити новими заходами (яскравим альбомом чи плітками про нового чоловіка, як це неодноразово робила Ірина Білик). Імідж — це не лише зачіска та костюм, а й манера виконання, манера поводитися (і не лише на сцені).

Так, А. О. Верещака та Н. С. Садовнікова пишуть про існування не лише сценічного, а й позасценічного іміджу. Безперечно, позасценічний імідж виконавця також має важливе значення для популярності артиста. Адже аудиторія глядачів завжди цікавиться біографією творчого кумира, співпереживає йому або радіє за нього. Часто, окрім правдивих фактів з життя, поширюються й вигадані курйозні історії,

що просто не можуть не привернути увагу широкої аудиторії. Зауважимо, що й для невідомих артистів на таких телевізійних проєктах, як «Голос країни», «Україна має талант», важливо мати не лише голос і харизму, а й певну цікаву історію (яка не обов'язково має бути правдивою, але надто захопливою, що дозволить артистові-початківцеві потрапити в ефір програми та максимально зацікавити глядачів).

Отже, без оригінального іміджу артистові не можна набути популярності серед аудиторії. Але деякі артисти працюють над власним іміджем цілеспрямовано з групою помічників, а деякі покладають надію на власні професійні якості, а їхній імідж є незапланованим. Звісно, для більшого успіху серед глядачів, краще коли його цілеспрямовано формує команда, обов'язково зважаючи на існуючі якості артиста. Слід розуміти, яка цільова аудиторія цікавить виконавця (яке саме покоління (молоде чи старшого віку), яка соціальна верства населення), які концертні композиції нею сприймаються краще, а які гірше (потрібно аналізувати цей процес як під час концертних виступів, так і відстежувати реакцію на аудіо й відео артиста на інтернет-сторінках). Якщо в результаті цього аналізу артисту дійти правильних висновків, можна підкорегувати імідж таким чином, що глядач зацікавиться ним ще більше, оскільки коли публіка отримує те, чого вона чекає від виконавця, його популярність буде довготривалою.

Масовому глядачеві запропоновано багато телевізійних проєктів, за допомогою яких люди ознайомлюються з тим, як формується імідж артистів-початківців (це «Фабрика зірок», програма «Шанс» тощо). На цих шоу спочатку обирається пісня для виконавця, здійснюється постановка номера, створення сценічного образу, а потім глядач бачить кінцевий результат — виступ артиста на сцені. Аудиторія аналізує, яким чином виконавець поводить себе під час підготовки й виступу в кінці програми (наскільки він харизматичний, оригінальний у житті, наскільки швидко може оволодіти твором, додає щось від себе чи лише виконує настанови режисера, чи може імпровізувати). Під час глядацького голосування можна побачити результат реакції публіки. На проєкті «Х-фактор» старша вікова аудиторія масово голосувала за молодого талановитого юнака Сашка Порядинського. І ця цільова аудиторія відвідує його концерти, які нині відбуваються з аншлагами, але в залі переважно дорослі жінки, котрі люблять артиста за голос і краще сприймають не його авторські твори, а відомі пісні, у яких він демонструє красу голосу. Історія життя Сашка (на той час 15-річного хлопця із сільської багатодітної родини) припала до душі літнім людям і разом з його талантом вплинула на його перемогу в проєкті.

Сучасна масова культура в Україні стала підґрунтям для формування популярних артистів, котрі мають завдяки яскравим якостям (творчим, особистим) привертати увагу публіки. Існують кілька напрямів виконавців в Україні: одні — акцентують переважно на вокальних можливостях; другі — на артистизмові чи харизмі; треті — на хореографічній постановці; а четверті взагалі переважно ґрунтуються на скандалах і незвичній поведінці. Але найуспішніші українські естрадні артисти вдало поєднують кілька складових для досягнення найбільшого успіху, створюючи образ, що уособлює неповторний стиль-імідж «зірки».

Відзначимо особливо яскравих вітчизняних виконавців, стиль-імідж яких складається з гармонійного комплексу складових.

Джамала — співачка, котра має голос з великим діапазоном, оригінальну манеру співу, яскравий, доволі епатажний імідж як в одязі (ексцентричні спідниці, тюрбани), так і у створених нею образах, над якими вона часто працює сама. Вона експериментує із зачісками, з'являючись на екрані то з кучерявим волоссям, то з каре, то з ретро-буклями. Джамала своєрідна, самобутня, в її творчості відчувається сформована позиція, особливо в авторських творах. Варто підкреслити, що артистка ніколи не привертала уваги до особистого життя та не акцентувала на коротких спідницях чи глибоких декольте й «завоювала» прихильність своїх глядачів лише власною творчістю й артистизмом.

Ольга Полякова — виконавиця також епатажна й ексцентрична. У творчості вона звикла використовувати гротескні образи, підкреслюючи їх яскравими костюмами та нестандартними головними уборами (шляпи, різноманітні гігантські корони, роги вівці, вуха кролика). Співачка також має голос з великим діапазоном (здобула естрадну та академічну вокальну освіту). Її образ з коронами й неординарним убранням є цілком гармонійним, адже Ольга щиро вживається в роль, її сценічні виступи викликають посмішку та заряджають позитивною енергією. Діяльність співачки добре сприймає аудиторія, що підтверджують концерти й постійна участь артистки в корпоративному русі. Головними складовими стилю-іміджу української співачки Ілларії є акцентація саме на фольклорі й мелодійному (ніби космічному) співі у верхньому регістрі, що вможливорюється її широким діапазоном. До речі, виконавиця є й автором власних композицій. Ці співачки яскраві власною творчістю, тому підкреслимо, що вони ніколи не афішували свого приватного життя. З упевненістю можна сказати, що образ Ольги Полякової не пасував би Ілларії та в її виконанні не був би органічним і навпаки. Так само

і своєрідний образ Верки Сердючки, якщо б його втілював Олександр Пономарьов, виглядав би зовсім кумедно й не щиро. Артист Дзідзьо посів свою нішу в музичній масовій культурі України, оскільки його творчість, можливо, чимось близька гурту «Тік», але сценічний образ першого колоритніший і здобуває останнім часом дуже багато прихильників. Співачка Камалія невдало обрала імідж, незважаючи на фінансову підтримку, її масовий глядач не сприймає як співачку, а лише як жінку, котра полюбляє хизуватися власним достатком. І, навпаки, цікаві творчі проекти, практично без фінансування, а лише з допомогою інтернет ресурсів стають популярними серед молоді. Прикладом є харківський гурт «П'ятниця», творчість якого рідко лунала з екранів телебачення та в радіоефірах, але їх композиції стали широко відомими серед молоді. Отже, артист має відтворювати саме ті образи, які він добре відчуває, а нав'язувати не близькі людині манери, поведінку та навіть стиль одягу не варто, адже глядач відразу відчує, що виконавець відтворює їх формально.

Багато артистів використовують псевдонім: Дзідзьо (Михайло Хома), Джамала (Сусана Джамаладінова), Тіна Кароль (Тетяна Ліберман), Наталка Могилевська (Наталка Могила), Міка Ньютон (Оксана Грицай), Іларія (Катерина Прищепа), Катя Chilly (Катя Кондратенко, «chill out» — зона відпочинку), Ані Лорак (від імені Кароліна), Альоша (Кучер Альона), Юлія Войс (Юлія Вдовенко) та багато інших. Отже, для створення іміджу важливим компонентом є й цікаве ім'я артиста, яке має бути оригінальним і легко запам'ятовуватися.

Створювати імідж артистам зазвичай допомагають стилісти, іміджмейкери, але є виконавці, котрі формують його самостійно, як Наталка Могилевська, Світлана Тарабарова, нині й Тіна Кароль сама контролює сценічний імідж і сама є продюсером.

У рок-музиці важливо зважати на стиль гри команди, їх аранжування і, звичайно, тексти, які в рок-гуртах у кожній команді мають певні особливості, оскільки музиканти їх пишуть переважно самі. Їх сценічний імідж створюється по-перше, лідерами рок-гуртів, адже вони завжди на першому плані й саме завдяки їх манері поводитися та інколи специфічному поданню матеріалу ними зацікавлюється масовий глядач («ВВ» — Олег Скрипка, «Океан Ельзи» — Святослав Вакарчук та ін.).

Політичні погляди лідерів рок-гуртів останнім часом також важливі для аудиторії, оскільки події, що відбуваються в Україні, не всі сприймають однаково. Особливо жорстко про війну й політику говорив уже загиблий Андрій Кузьменко (гурт «Скрябін»), у котрого було багато шанувальників, гурт «ВВ» не такий політизований, але

достатньо патріотичний, про що свідчить його творчість з багатьма фольклорними елементами. Лідер «Океану Ельзи» в політичних подіях також брав участь, і можна сказати, що він став посередником і ніби оратором, що говорить про переживання народу.

Масовому глядачеві цікаво, коли особистість співака насичена оригінальними нюансами, від зовнішнього вигляду (вбрання, зачіска, грим) до яскравої поведінки, що привертає увагу своєю нестардатністю. Масовій аудиторії подобається, коли артист поводить себе не як у повсякденному житті, адже коли про нього стають відомі якісь неординарні події, люди починають вивчати і творчість артиста.

Естрадні співаки, котрі є студентами внз, мають уже з перших курсів працювати не лише над вокальною технікою, артистизмом та пластикою, а викристалізовувати індивідуальний стиль-імідж від псевдоніму до власного сценічного образу. У цьому контексті надто важливим є виконання авторських творів у тій стилістиці, яка найближча артистові. Також потрібно працювати й над розвитком індивідуальних якостей молодих артистів, щоб вони стали цікавими особистостями, адже це теж важливо для іміджу виконавця. В Україні шоу-бізнес функціонує в складних умовах. Нині молодим артистам складно до нього долучитися. Тому створення власного вдалого іміджу виконавця є головною складовою успіху артиста.

**Висновки.** Важливо підкреслити, що артисти-початківці вже на першому етапі навчання мають починати працювати над формуванням стилю-іміджу, оскільки виконавець за період навчання має встигнути опанувати не лише вокальну, хореографічну та театральну майстерність, а й створити цікавий імідж у межах стилістики, у якій «працює», і, розраховуючи на власну цільову аудиторію та її вимоги, створити власний оригінальний базовий репертуар.

Оскільки між масовою аудиторією та виконавцями відбувається постійний процес «запит-відповідь», найзапитуванішими артистами стають ті, котрі, зважаючи на інтереси публіки, не втрачають власних творчих орієнтирів та збагачують своїх шанувальників новими творчими ідеями.

Можна стверджувати, що правильно обраний стиль-імідж у творчості вітчизняних естрадних артистів впливатиме на тривалу популярність артистів, водночас нещирий і штучно сформований стиль-імідж не сприятиме визнанню. Таким чином, важливе місце у творчому житті виконавців має посісти акцентація артистів на створенні цікавого для масової аудиторії стилю-іміджу.

Отже, роль естрадних виконавців, котрі мають власний яскравий стиль-імідж у масовій культурі України, надто важлива, оскільки

ці особистості впливають на смаки та формування життєвої позиції молоді. Так, зовнішній образ, манера поведінки, життєві погляди таких артистів, як Кузьма Скрябін, Олег Скрипка, Святослав Вакарчук, Джамала, Руслана Лижичко навіть сприяють розвиткові патріотизму серед молоді й не тільки, адже вони у своїй творчості часто, не втрачаючи близької їм стилістики виконання та власного іміджу, порушують нагальні та складні життєві теми, які висловлюються зрозумілою масовій аудиторії мовою. А такі українські яскраві виконавці, як Верка Сердючка, Руслана та Джамала вигідно й достойно представляли Україну на міжнародній арені Євробачення, продемонструвавши, що наша країна багата на яскравих артистів, сценічний імідж котрих, без сумніву, позитивно вплинув на імідж держави.

Перспективами подальших досліджень є ґрунтовне вивчення у вітчизняній музичній культурі специфіки формування «культових» гуртів та виконавців.

### Список використаних джерел

1. Богомолів Константин. Анатомія іміджа. Образ season'a / Константин Богомолів // *Season of Beauty*. — СПб. — 2013. — № 1 (60) — С. 76–79.
2. Верещака А. О. Формування іміджу естрадного виконавця / А. О. Верещака // *Культура України* / Харків. держ. акад. культури ; за заг. ред. В. М. Шейка. — Вип. 46.— Харків, 2014.— С. 283–289.
3. Горин С. В. Иміджелогія і репутаціологія: сходство и отличия / С. В. Горин // *Корпоративная іміджелогія*. — 2008. — № 1. — С. 72–77.
4. Горчакова В. Г. Имідж: розыгрыш или код доступа? / В. Г. Горчакова. — Ростов н/Д : Фенікс. — 2011. — 252 с.
5. Горчакова В. Г. Иміджелогія. Теорія і практика : учебн. пособ. для студентів вузів / В. Г. Горчакова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, — 2012. — 335 с.
6. Неустус Ольга, Кастерпалу Елена. Мастерская іміджа «I.M.A.G.E.» : учебн. пособ. / Ольга Неустус, Елена Кастерпалу. — Нарвський Дом дитського творчества, 2014. — 159 с.
7. Панасюк А. Ю. Вам нужен іміджмейкер? Или о том, как создавать свой імідж / А. Ю. Панасюк. — М. : Акад. нар. хоз-ва при Правительстве РФ : Дело, 1998. — 238 с.
8. Петренко Е. В. Формирование сценіческого іміджа естрадных певцов / Е. В. Петренко // *Преподаватель XXI века*. — 2015. — Т. 1. — № 3. — С. 108–116.
9. Почепцов Г. Г. Иміджелогія / Г. Г. Почепцов. — М. : Рефл-бук, Ваклер, — 2004. — 576 с.
10. Почепцов Г. Теорія комунікації / Г. Почепцов. — М. : Рефл-бук, Ваклер, — 2001. — 656 с.



11. Садовникова Н. С. Формирование представлений об имидже эстрадного исполнителя у студентов эстрадно-джазового отделения / Н. С. Садовникова // Вопросы образования: история, теория, практика : сб. науч. ст. В 2 ч. Ч. 1. / науч. ред. М. А. Дьячкова, отв. ред. О. Н. Томюк. — Екатеринбург: [УрГПУ]. — 2016. — С. 175–181.
12. Самсонова Е. М. Имидж творческой интеллигенции: проблемы идентификации и самоидентификации : автореф. дис. ... канд. соц. наук / Е. М. Самсонова. — Хабаровск, 2005. — 20 с.
13. Титова Н. Я-концепция / Н. Титова // Шепель В. Имиджология. Как нравиться людям / В. Шепель. — М. : Народное образование, 2002. — С. 101–109.
14. Федорів Т. В. Співвідношення понять «імідж» та «репутація» у державному управлінні / Т. В. Федорів // Вісник НАДУ. — 2011. — № 2. — С. 25–29.
15. Шепель В. Имиджология: секреты личного обаяния / В. Шепель. — М. : Феникс, 2005. — 480 с.

### References

1. Bogomolov Konstantin Anatomiya imidzha. Obraz season'a / Konstantin Bogomolov // Season of Beauty. — SPb. — 2013. — № 1 (60) — S. 76–79.
2. Vereshchaka A. O. Formuvannia imidzhu estradnoho vykonavtsia / A. O. Vereshchaka // Kultura Ukrainy / Kharkiv. derzh. akad. kultury ; za zah. red. V. M. Sheika. — Vyp. 46. — Kharkiv, 2014.— S. 283–289.
3. Gorin S. V. Imidzhelogiya i reputatsiologiya: skhodstvo i otlichiya / S. V. Gorin // Korporativnaya imidzhelogiya. — 2008. — № 1. — S. 72–77.
4. Gorchakova V. G. Imidzh: rozygrysh ili kod dostupa? / V. G. Gorchakova. — Rostov n/D : Feniks. — 2011. — 252 s.
5. Gorchakova V. G. Imidzhelogiya. Teoriya i praktika: uchebn. posob. dlya studentov vuzov / V. G. Gorchakova. — M. : YuNITI-DANA, — 2012. — 335 s.
6. Neustus Olga, Kasterpalu Yelena. Masterskaya imidzha «I.M.A.G.E.»: uchebn. posob. / Olga Neustus, Yelena Kasterpalu. — Narvskiy Dom detskogo tvorchestva. 2014. — 159 s.
7. Panasyuk A. Yu. Vam nuzhen imidzhmeyker? Ili o tom, kak sozdavat svoy imidzh / A. Yu. Panasyuk. — M. : Akad. nar. khoz-va pri Pravitelstve RF : Delo, 1998. — 238 s.
8. Petrenko Ye. V. Formirovanie stsenicheskogo imidzha estradnykh pevtsov / Ye. V. Petrenko // Prepodavatel XXI vek.— 2015. — T. 1. — № 3. — S. 108–116.
9. Pocheptsov G. G. Imidzhelogiya / G. G. Pocheptsov. — M. : Refl-buk, Vakler, — 2004. — 576 s.
10. Pocheptsov G. Teoriya kommunikatsii / G. Pocheptsov. — M. : Refl-buk, Vakler, — 2001. — 656 s.
11. Sadovnikova N. S. Formirovanie predstavleniy ob imidzhe estradnogo ispolnitelya u studentov estradno-dzhazovogo otdeleniya / N. S. Sadovnikova

- // Voprosy obrazovaniya : istoriya, teoriya, praktika : Sb. nauch. st. V 2-kh chastyakh / nauch. red. M. A. Dyachkova, otv. red. O. N. Tomyuk. — Yekaterinburg: [UrGPU], — 2016. — Ch. 1. — S. 175–181.
12. Samsonova Ye. M. Imidzh tvorcheskoy intelligentsii: problemy identifikatsii i samoidentifikatsii: avtoref. dis. ... kand. sots. nauk / Ye. M. Samsonova. — Khabarovsk, 2005. — 20 s.
  13. Titova N. Ya-kontseptsiya / N. Titova // Shepel V. Imidzhelogiya. Kak nraivitsya lyudyam / V. Shepel. — M. : Narodnoe obrazovanie, 2002. — S. 101–109.
  14. Fedoriv T.V. Spivvidnoshennia poniat "imidzh" ta "reputatsiia" u derzhavnomu upravlinni / T. V. Fedoriv // Visnyk NADU. — 2011. — № 2. — S. 25–29.
  15. Shepel V. Imidzhelogiya: sekrety lichnogo obayaniya / V. Shepel. — M. : Feniks, 2005. — 480 s.

■ UDC 17.022.1:784.011.26.071.2 (477): 316.723

**Manko S. B.**, Candidate of Art Criticism, senior lecturer, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

*lanarich@ukr.net*

*orcid.org/0000-0001-7143-2597*

### **CREATING SINGER'S IMAGE STYLE IN THE CONTEXT OF MODERN MASS CULTURE (THE CASE OF UKRAINIAN POP SINGERS)**

**The aim of the article** is to study the field of popular singing in the culture of Ukraine. In particular, it analyzes the issues related to creating the image style in the work of beginning singers as well as in the career of national top liners, which is important for shaping Ukrainian popular music on the whole.

**Research methodology.** This work employs the methods of comparative analysis and synthesis to consider the contemporary stage of the above issues in the music culture development. The singers' creative work is analyzed from the standpoint of their popularity with the mass audience.

**Results.** The paper considers the role of the singers, who have shaped their unique image style for the mass public, in the music culture of Ukraine. It studies the aspects influencing the image shaping process to identify better the request-response procedure between the mass audience and the singer. It analyzes the way to work out the image style for beginning singers at the stage of their studies, since those, who do not merely copy other singers, but also create their own image and have their vision of work, move on to a higher level of mastery and, finally, quickly find a good job and become popular at least locally. Drawing on the example of the brightest Ukrainian popular singers it is proven that properly selected image style positively influences singers' popularity, which in this respect is rather long-lasting and vice versa, that the

artificial image style is not generous and leads to short-lived fame only. It is emphasized that singers' focus on the image style which is interesting for the audience must be vital in their highlights of the artistic career.

**Novelty.** This article includes the analysis of the way to create the image style by Ukrainian singers that influences their popularity with the mass audience and discusses the types of the image style, which are most appealing to the modern Ukrainian recipient.

**The practical significance.** This publication may be useful for contemporary popular singers and popular singing teachers, since the development of the national modern popular music requires continuous advancement in approaches.

**Key words:** image style, popular singers, Ukrainian popular music, music culture of Ukraine, show business.

*Надійшла до редколегії 20.04.2017 р.*