

пект його дослідження, здійснюючи порівняльний аналіз краси та гламуру – духовно вартісного оригіналу та симулятивної його модифікації.

Усвідомлення абсолютної цінності краси є безсумнівним протягом усього періоду функціонування класичної естетичної парадигми. Новітня доба, натомість, робить спроби піддати сумніву об'єктивність визначеної аксіологічної тріади, посилаючись на кардинальні зміни у модерному культурно–духовному контексті, одна з яких і виявляється у намаганні витіснити красу на периферію ціннісної шкали буття, декларуючи її «застарілість» та пропонуючи на її місце інші естетичні характеристики, що визначають якісно новий характер нинішньої культурно–мистецької ситуації (іронічне, шокує, збуджує, креативне тощо).

Як відомо, кожна культурно–історична доба продукує своє уявлення щодо бажаної досконалості форми всесвіту та людини як центрального його елементу. Ідеал краси певної доби стає цілком логічним духовним підсумком світоглядних чинників, сформованих, виявлених та активно функціонуючих саме у даний історичний проміжок культурної історії. Культурну динаміку, таким чином, можна уявляти як вияв та об'єктивацію на різних культуротворчих рівнях послідовно змінюваних ідеалів естетичної досконалості, які, в підсумку, і визначають формально–чуттєву – насамперед, візуальну – специфіку культурного середовища відповідного періоду. Разом з тим, відома відмінність різночасових ідеалів прекрасної досконалості, представлених, передусім, мистецтвом різних стилів та напрямків, не заперечує незмінності існування неперушеного спільного знаменника усіх цих, досить, наголосимо, різнорядних за кінцевим результатом, явищ – об'єктивності самого феномену краси. Зазначимо при цьому, що, вживаючи у даному контексті термін «краса», ми трактуємо його цілковитим синонімом «прекрасного» як однієї з основних діалектичних категорій естетики. У класичному естетичному контексті обумовлена нами тотожність краса–прекрасне визнається вищим ступенем досконалості форми, що максимально адекватно репрезентує деяку духовно ціннісну ідею людського буття. Важливість присутності краси у людському житті визначається тим незаперечним фактом, що саме краса функціонує як один з найбільш потужних факторів гармонізації і конкретної особистості зокрема, і буття в цілому. Цілком не випадковим є, зокрема, факт визнання краси природного світу беззаперечним християнським доказом існування Бога. Картина світу, що формується у свідомості людини від її народження, у значній мірі залежить від активності та результативності естетичного споглядання, а, відтак, далеко не в останню чергу якісно позитивно чи негативно визначена саме естетичними характеристиками явищ безпосереднього оточення. Відповідний рівень естетичного позитиву – як, однак, і негативу – напряму впливає на якісну визначеність кінцевого результату. Краса ж як безумовний естетично–ціннісний позитив виявляється неодмінним фактором творення гармонійно–привабливої, духовно комфортної картини світу, дружнього та відкритого для позитивної самореалізації особистості.

Новітня ситуація радикальних соціокультурних трансформацій призвела до позірної втрати красою своєї духовної позитивно–фундаментальної статусності. Однак у дійсності нівелювання присутності краси у її класичному трактуванні у модерному культурному контексті зумовлене відомими соціально–політичними та економічними чинниками суспільного трансформування від початку ХХ ст. Сама ж наполегливо здійснювана спроба задекларувати – більше того, наполегливо та безапеляційно ствердити неактуальність краси для сучасної людини індустріального, постіндустріального та, нарешті, інформаційного суспільства є, скоріше, спробою видати бажане за дійсне. Реальність свідчить, що духовне ядро людини й у ХХІ столітті так само інтенсивно й гармонійно резонує при контакті з позитивом прекрасного як і століття тому, а відсутність цього позитиву, чи, тим паче, перебування у ситуації сталого домінування модних нині його антиподів (жахливого, шокуючого, потворного, бруталного тощо) руйнує гармонійну цілісність особистості, нищить відчуття загальної гармонії всесвіту, призводячи до появи цілої низки вкрай деструктивних проблем особистісного та глобального порядку.

У сучасній – відчутно кризовій – соціокультурній ситуації початку третього тисячоліття проблема аналізу сутності краси як важливого духовного чинника буття набуває додаткової актуальності. Загальна «гламурізація» життя, виявлена з кінця ХХ ст. як одна з тенденцій культуротворення, поступово органічно перетворилась на його магістральну лінію. «Віртуалізація» культурного контексту сучасного життя стала поживним ґрунтом для проростання концепції гламуру, який, ностальгічно мімікруючи під красу як необхідний, однак часто так легковажно ігнорований атрибут людського буття, за короткий період укоренився у різних його сферах. Удавання з себе, симуляція важливої духовної цінності людського існування цілком органічно вписалась у сформований контекст симуляції загальнокультурної, контекст, у якому відбулась підступна різновидова та різнорівнева – від фізіологічної до духовної – підміна життєдайного позитиву руйнівним негативом: якісні органічні продукти харчування замінені на генетично модифіковані та штучно синтезовані, безпосередньо–жива людська комунікація – на сидіння у чагі та віртуальну у ньому спілкування, природна щира харизма особистості – на сформовані соціальними та політехнологіями імідж, краса – на гламурну «красивість».

На перший погляд може видатися, що гламур є сучасно–новітнім варіантом історично змінюваного ідеалу краси. Однак при детальнішому аналізі виявляється очевидно симулятивний характер пропонованої та майже здійсненої підміни, адже обидва явища – попри зовнішнє уподібнення – принципово різняться за своєю внутрішньою сутністю. Гламур являє со-

УДК 18.008

Юлія Юхимик, д–р філософських наук, доцент, професор кафедри дизайну та реклами, Національний педагогічний університет ім. М.П. Драгоманова, Україна, м. Київ

Гламур: симулятивна сутність феномену

Аналізується явище гламуру – одного з провідних принципів естетичного формотворення сучасного культурного простору – у його намаганні підмінити класичний принцип краси на різних рівнях людської життєдіяльності. Аналіз доводить симулятивний характер гламуру, його прагнення нівелювати базові духовні цінності людського буття, однією з яких є краса.

Ключові слова: гламур, краса, симуляція, креативність, духовність, катарсис.

Юлия Юхимик. Гламур: симулятивная сущность феномена

Анализируется явление гламура – одного из главных принципов эстетического формотворчества современного культурного пространства – в его стремлении подменить классический принцип красоты на различных уровнях человеческой жизнедеятельности. Анализ доказывает симулятивный характер гламура, его желание нивелировать базовые духовные ценности человеческого бытия, одной из которых является красота.

Ключевые слова: гламур, красота, симуляция, креативность, духовность, катарсис.

Juliya Yukhymyk. Glamour: simulative nature of the phenomenon

The article analyses the glamour phenomenon – one of the main principles of esthetic formation of modern cultural area in its aspiration to change a classical principle of beauty at various levels of human activity. The analysis proves simulative character of glamour, its tendency to level basic intellectual and spiritual values of the human life one of which is the beauty.

Keywords: glamour, beauty, simulation, creativity, spirituality, catharsis.

Краса – одна з трьох фундаментальних цінностей людського буття, які, разом з істиною і добром, творять базис шкали духовних вартостей, визначаючи дійсну якість усіх видів культурної діяльності людини. Дослідження специфіки людської духовності в цілому та особливостей функціонування окремих її елементів як засадничих принципів людського буття виявляється вкрай актуальною у сучасній ситуації кризи духовності – людства в цілому та вітчизняного суспільства зокрема. Однією з модернокультурних варіацій краси виявляється гламур. Визначаючи вагомий внесок у дослідження гламуру як сучасного культурного феномену ряду науковців – філософів, естетиків, культурологів О.Белякової, В.Вольфа, В.Зверської, Д.Іванова, Ю.Ідліса, Т.Кузнєцової, Б.Ловицького, Г.Почепцова, О.Русакової, Р.Шульги та ряду інших, оберемо власний ас-

бою насамперед візуальну привабливість зовнішньої форми, звільненої від неодмінного для істинної краси важливого духовного змісту і, тим самим, перетворену на гіпертрофовану, позбавлену почуття міри матеріально-тілесну «красивість». «Гламуризація» форми творить зовнішню підкреслено привабливу візуальну картинку, здатну природньо привертати увагу акцентованою яскравістю й перебільшеною бездоганністю окремих елементів та забезпечити глядачеві бажану й легко засвоювану чуттєву насолоду. Гламур – при всій своїй позірній невинності, начебто цілковитій нешкідливості, нерідко навіть зворушливій льяльковості та начебто милій кумедності – активно спрямований проти власне краси як засобу духовного розвитку особистості, досить жорстко та наполегливо використовує у цій боротьбі найбільш ефективні у сучасному культурному просторі канали та засоби популяризації та насадження власної ідеології: різноманітні ЗМІ (модні «глянцеві журнали», телебачення, інтернет), вуличну рекламу, попкультуру, естраду тощо. Не просто активне, а відчутно агресивне нав'язування гламурних образів та самої ідеї значущості гламуру як важливого принципу творення власного особистісного образу та загального образу світу через задані й відкриті найширшому загалу інформаційні канали формує стійке враження особливої та важливої соціальної статусності подібних форм. Вони починають сприйматися як ознака модної та вкрай бажаної «шикарності» життєвих проявів людини, як неодмінний атрибут соціальної успішності, бажану мету особистісного буття. Гламурні ідеали намагаються взяти у полон з самого дитинства, виявляючись, приміром, у бажанні льяльці типу Barbie, у численних популярних мультперсонажах, з юного віку заохочуючи до участі у модних дефіле та різноманітних розрекламованих шоу з неодмінними гламурними атрибутами у вигляді відповідного одягу, макіяжу, манери поведінки, мовлення тощо. Саме на цій базі починає вибудовуватися ціннісна система маленької людини – спотворена від самого початку, оскільки не є вкоріненою у реалії природного існування, яка не визнає та не усвідомлює важливості духовного збагачення, пропонуючи та стверджуючи, натомість, легко засвоюваний синтетичний сурогат, що принципово знижує та деформує духовну планку людського буття.

У класичну добу безумовним зразком для явищ рукотворної краси, якими людина наповнювала свій культурний простір, стало залишаєся природа; наслідування саме природи у її найбільш довершених формах та способах дії – важлива теза і мистецтва зокрема, і всього культуротворення в цілому, теза, яка, починаючи від античності, пронизує усю доновітню історію. Ідеали краси різних культурних періодів незмінно формувалися як органічний наслідок цілісного світоглядного комплексу, як результат природної співдії системи культуротворчих чинників відповідної доби. Гламурний же ідеал постає як досить штучне – насамперед, візуальне – утворення, цілеспрямовано сформоване іміджмейкерами, стилістами, дизайнерами, нав'язливо розрекламоване та розтиражоване ЗМІ, представлене у «розкрученому» брендї чергової «ікони стилю» і, нарешті, сприйняте суспільством як еталон, який необхідно досягти та наслідувати.

Краса, надаючи людині можливість пережити катарсис, максимально задовольняє її родову естетичну потребу і, одночасно, стимулює її. Краса діє у площині, позбавленій утилітарної зацікавленості; це – феномен, який одухотворює людську сутність, підносячи її над буденність, прагматизм, фізіологічність. Гламур же, стаючи органічним породженням «глем-капіталізму» (Д.Іванов) та однією з форм прагматично стимульованої ним тотальної естетизації сучасного життя, діє на підмуні цінностей гуманістичних псевдоцінностями симулятивними. Разом з тим, він підкреслено активно експлуатує естетичну потребу людини, спрямовуючи увагу та духовний інтерес у сферу споживання, примушуючи вступати в економічні відносини, купувати речі, послуги, здатні створити образ, наближений до рекламованого гламурного ідеалу. Сам же гламурний ідеал нерідко заміняє дійсну вартісну мету життя, а особиста невідповідність йому здатна розцінюватися певною частиною сучасного суспільства як очевидний життєвий неуспіх, особистісна поразка.

Вже сам спосіб існування та популяризації гламуру підкреслює сутнісну його відмінність від власне краси. Адже дійсна краса не потребує нав'язливої агітації за себе, дія її миттєва та позитивно-переконуюча, вона не вимагає додаткових чинників для ствердження важливості власного виняткового духовного статусу, напрума звертаючись до духовної сутності людини. У ситуації з гламуром сама по собі зовнішня форма, при всій її уявній привабливості, позбавлена належного внутрішнього сенсу; тому, не будучи підкріплена додатковими внутрішніми емоційними чинниками, швидко набирає, викликаючи психологічну втому. Протидіючи цьому, гламур активно використовує безпрограшні засоби посилення та пролонгування інтересу до себе, стимулювання бажання споживати та наслідувати його «еталони».

Одним із подібних шляхів активної стимуляції уваги споживачької аудиторії є залучення найширшого спектру ЗМІ до формування, представлення, популяризації так званих «ікон стилю», збереження сталого інтересу до них шляхом постійного, часом відверто нав'язливого нагадування, максимально вигідної їх фото- та відеопрезентації (як позитивно-респектабельної, так і епатажно-скандальної). Більше того, можна констатувати наявність цілком сформованих та активно діючих видів «гламурної журналістики» та «гламурної режисури», що виявляють себе у численних різноманітних жанрах «світських хронік», «світських новин», «світських репортажів», телевізійних ток-шоу, церемоній нагородження лауреатів найкращих премій тощо.

Наступним чинником привертання та підтримання сталої активної глядацької уваги є підкреслена, цілеспрямована орієнтованість гламуру на домінуючу тілесність та сексуальну привабливість, що черговий раз виявляє його антиподний стосовно краси статус. Краса – феномен, винятково позитивна якість якого спонукає милуватись і захоплюватись ним на духовному рівні, без жодної утилітарно – а тим паче фізіологічно – забарвленої причини; гламур же, натомість, активно експлуатує фізіологічні потреби людської істоти, відверто грає на природних струнах її біологічних інстинктів. Цілком, відтак, закономірно найвищим виявом гламурного схвалення й захоплення бажаними якістьями людської зовнішності стає визнання специфічної тілесної привабливості – «сексуальності» об'єкта – фактично біологічної його характеристики, що має надто мало спільного з власне духовним виміром особистості. Гламурна антропоморфна форма демонструє підкреслено акцентовані елементи подібної привабливості, виявляючи їх у звабливих лініях, об'ємах та пропорціях обличчя й тіла, інтонацій мовлення, жестах, рухах, фонасах одягу та взуття, зачісках, різноманітних супутніх аксесуарах тощо. Одним із наслідків подібної очевидної тенденції стала приголомшуюча, незважаючи на відому травматичність, популярність пластичної хірургії, різноманітних імплантів, модифікуючих ін'єкцій тощо. «Гламурний ідеал» вічно молодого, сяючого, усміхненого, безпроблемного людини з глянцевоїх сторінок модних журналів вступає у протиріччя з природними біологічними законами людського життя. Рекламована гламурна красивість співвідноситься лише з молодістю – саме тому сучасний культурний контекст фактично знищує вікову естетику, примушуючи все нових жертв численних пластично-хірургічних втручань практично повністю втрачати власну тілесну індивідуальність та вікову визначеність, нерідко при цьому перетворюючись на шокуючих гламурних монстрів та карикатурних клоунів.

Ще однією важливою характеристикою гламурної форми стає «креативність». Маючи початково на меті прагнення підкреслити творчий імпульс конструювання незвичної оригінальної форми, поняття гламурної креативності стало поступово позначати, насамперед, незвичні новації формотворення у руслі власної ідеології, здатність справити на аудиторію вражаючий ефект супервизитності, а одночасно – симулювати деякий начебто прихований від «непосвячених» глибинний сенс багатьох епатуючих «знахідок», популяризуючи на цій базі широке коло модних «креативних» дизайнерів, стилістів, модельєрів, перукарів.

Варто зазначити, що саме через відсутність стійкої позитивно осмисленої духовної основи, – адже гламур цікавиться передусім зовнішньо-формальними аспектами, гіпертрофуючи та максимально акцентуючи їх, порушуючи тим самим міру здорового глузду, – гламурна красивість, часто і не бажаючи цього, легко перетікає за межі власної естетичної якості, потрапляючи на територію дії якості протилежної. Результатом подібної негативної пластичності стає, наприклад, гламуризація зла і потворності (фільми, відеокліпи, комікси тощо) та демонізація гламурних персонажів (численні гламурні потвори на естраді, у різноманітних телешоу, у повсякденному житті). Очевидна увага насамперед до власної тілесної форми, прагнення максимально посилити свій довершений за модними мірками або ж, навпаки, підкреслено епатажний чи жахаючий вигляд за рахунок відомих гламурних прийомів (перебільшений макіяж, екстравагантні зачіски та одяг, яскравість та блиск аксесуарів, надмірна кількість модних елементів – приміром, тату, пірсінгу тощо) доволі часто призводить до цілком протилежного ефекту – омріяна краса чи демонстративне зло відповідно стають не вражаюче прекрасною чи лякаюче жахливим, а однаково кумедним чи, більше того, відверто смішним. Гламурне зло не здатне налякати – як і льяльково-карикатурна зовнішність не може стати об'єктом широкого захоплення, милування, духовної насолоди.

Різноплощинність сутності краси та гламуру конкретизується й аналізом особливостей безпосереднього сприйняття обох явищ. Переживання краси – процес надзвичайно камерний, духовно інтимний, суто особистісний, він практично не залежить від здатності та бажання оточення розділити насолоду від прекрасного. Головними чинниками у цьому процесі стають механізми власної естетичної свідомості, зокрема, дія власного естетичного смаку, якісний рівень сформованої естетичної потреби та духовної емоційності. Дійсне, щире сприйняття та переживання краси не вимагає ані жодного посередника між глядачем та об'єктом прекрасного, ані жодного схвалення оточення. Гламурне враження, навпаки, максимально реалізується саме у відповідному культурному контексті, однією з найпопулярніших форм якого стає «гламурна тусовка», яка точно дотримується встановлених правил гри та у своїх оцінках представлених на огляд форм керується не безпосередністю широкого естетичного враження, а їх відповідністю – чи невідповідністю – параметрам відзначеної гламурної «креативності». Головним підтвердженням наявності гламурності стає не стільки власне відчуття естетичної значущості чи, навпаки, недоречності, комічності чи навіть абсурдності представленого явища, як схвальна реакція оточення, що стверджує сам бажаний факт приналежності до модної та соціально престижної гламурної спільноти – цієї, як видається широкому загалу, «субкультури успішних та багатих» (Р.Шульга). Цілком, однак, очевидно, що тривалий досвід перебування у гламурному контексті, міцне засвоєння й ретельне дотримання норм його функціонування призводить до очевидного нівелювання здатності адекватного естетичного оцінювання з позиції дійсної краси та заміщення безпосередньої емоційної реакції й наступної адекватної естетичної оцінки на здатність переконати себе у цінності та важливості «гламурного креативу». Таким чином, гламурна форма, мімікруючи під красу,

провокує наступний рівень симуляції – симуляцію «справжності» естетичного почуття. У дійсності ж при цьому виникає деякий сурогатний емоційний комплекс, позбавлений суто естетичної духовно–емоційної однорідності, у формуванні якого беруть участь чинники: а) соціально–утилітарні (відповідність модній тенденції, наявність ознаки бажаної соціальної статусності), усвідомлення яких викликає відчуття задоволення; б) фізіологічно–біологічні, виявлені в ознаках еротично–сексуальної привабливості, реакція на які носить неминучий інстинктивний характер; в) власне естетичні – ймовірне задоволення від виявлених ознак формального позитиву – колористики, окремих елементів композиції, можливої пропорційної досконалості тощо.

Гламур функціонує у сучасному культурному контексті як спроба без особливих духовних зусиль задовольнити естетичну потребу – однак потребу якісно нижчого ґатунку порівняно з внутрішньою необхідністю контактувати з істинною красою. За відсутності сформованої необхідності сприймати естетично досконалу форму, насичену безумовним сенсом вищого духовного значення, смак призвичаюється задовольнятися формою з попередньо нав'язаними та в даному випадку очевидно виявленими соціально модними характеристиками – аж до цілковитого схвалення банальної гламурної красивості та кічу. Саме тому емоційна реакція на гламур не здатна дорівнятися емоційній реакції на красу за духовною інтенсивністю та катартичною якістю переживання.

Гламур активно проникає й у сферу мистецтва, перетворюючись на впливовий фактор художнього творення у різноманітних сучасних арт–практиках – зокрема, у контексті «актуального мистецтва». Однак у дійсності гламуризація найчастіше перетворює потенційний художній твір на пересічне явище масової культури, виводячи його з площини духовно–мистецької у площину видовищно–розважальну чи скандально–епатаючу.

Безумовно, у вигляді певного доповнення, доречного для певних – насамперед, розважальних – ситуацій людського життя, гламур має безумовне право на існування. Більше того, судячи із збережених артефактів, творів мистецтва, писемних свідчень, це явище як таке присутнє у багатьох періодах людської історії – приміром, у культурах Стародавнього Єгипту, доби еллінізму, пізньої готики, маньєризму, рококо, романтизму, модернізму тощо. Однак, коли маргінальне за суттю явище починає претендувати на статус засадничого чинника формування культурного простору, маскуючись під істинну цінність людського буття, одночасно витісняючи останню з зони життєвих інтересів сучасної людини, виникає ситуація реальної загрози духовним вимірам життя, результатом чого стає незворотня втрата особистісного сенсу, перетворення його лише на симуляцію осмисленого життя людини, а її самої – лише на симулякр особистості.

Аналіз процесів та феноменів сучасної культури, одним з яких є гламур, виявляють, таким чином, очевидну симулятивну її тенденцію, що полягає у намаганні нівелювати базові цінності людського існування, замінивши їх на псевдодуховний сурогат, штучно змодельовані та досить агресивно нав'язані стереотипи буття. Зовнішня привабливість послідовно здійснюваної підміни підступно маскує небезпеку її вкорінення у свідомість сучасного людства, наслідком чого стає поступова втрата позитивного духовного підґрунтя буття. З огляду на це особливо актуально видається необхідність подальшого фахового – естетичного, культурологічного, мистецтвознавчого тощо – аналізу сутності новітніх культурних трансформацій.