

УДК 7.072.2:7.03

БЕЗУГЛА Р. І.

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

DOI:10.30857/2617-0272.2019.2.4.

**ГЛАМУР В КОНТЕКСТІ КЛАСИЧНИХ ЕСТЕТИЧНИХ КАТЕГОРІЙ  
ТА ПАРАКАТЕГОРІЙ НЕКЛАСИЧНОЇ ЕСТЕТИКИ**

**Мета.** Мета статті – виявити сутнісну специфіку гламуру як амбівалентного художньо-мистецького явища у співвідношенні із класичними естетичними категоріями й паракатегоріями (як тимчасовими робочими симулякрами категорій) некласичної естетики.

**Методика.** Теоретико-методологічною базою дослідження стали такі загальнонаукові підходи, як системний, що дав можливість дослідити гламур як амбівалентний багатоаспектний художньо-мистецький феномен; аксіологічний підхід дав змогу з'ясувати роль і значення цінностей гламуру в культурних і мистецьких трансформаційних процесах; структурно-функціональний підхід дозволив проаналізувати стилістичні закономірності й принципи формування гламурного ідеалу, що поєднує різні види мистецтва та розглянути мистецтво сучасної епохи в його цілісності й гармонії.

**Результати.** Результати дослідження мають теоретичну значимість, що полягає у розширенні предметного поля мистецтвознавства, зокрема гламур розглянуто як одну з паракатегорій некласичної естетики, як певний тимчасовий симулякр категорії, який з часом можливо включити в категоріальний апарат нової гуманітарної науки XXI століття.

**Наукова новизна.** В статті гламур розглядається як амбівалентний художньо-мистецький феномен, що спрямований на уніфікацію естетичного ідеалу та трансформацій цінностей. Визначено місце гламуру серед класичних естетичних категорій та цінностей постмодернізму, виявлено співвідношення гламуру з художньою й естетичною сутністю мистецтва.

**Практична значущість.** Отримані результати зумовлюють більш глибоке осмислення гламуру як художньо-мистецького явища, в тому числі й подальше дослідження сутнісної специфіки гламуру з різноаспектних позицій та співвідношення категорій «краса» та «гламурність».

**Ключові слова:** гламур, категорії, кітч, кемп, постмодернізм, симулякр.

**Вступ.** Глобалізаційно-глокалізаційні процеси стали одним із чинників серйозних трансформацій в сучасному мистецтві для якого характерними є наявність численних і навіть суперечливих напрямів, стилів, форм, концепцій, підходів тощо. Серед новітніх тенденцій, які визначають його розвиток, є дигіталізація (перехід на цифровий спосіб зв'язку, запису та передачі інформації (текстової, графічної, звукової тощо) за допомогою цифрових пристроїв), віртуалізація, комерціалізація, стирання кордонів між елітарним і масовим мистецтвом, втрата цілісності, полістилізм, звільнення від будь-яких норм регламентації, що призводить до відходу від класичного розуміння художності.

«Гламурність» постає як нова характеристика й новий атрибут естетичного в галузі візуального мистецтва та візуальних образів. Наявність гламурних практик у різних соціокультурних і мистецьких сферах стала однією з особливостей сучасного соціуму. Гламур безпосередньо пов'язаний із візуальним мистецтвом, зі створенням і споживанням видовищ та ілюзії (обов'язковою вимогою стає матеріальна складова), а також із сучасною індустрією культури та розваг. Цей феномен наявний у медійному, віртуальному й індивідуальному просторі людини, а спектр використання поняття «гламур» досить широкий: від повсякденності до наукового дискурсу.

Водночас, незважаючи на надзвичайне поширення гламуру (як поняття «гламур», так і самого явища) у суспільстві, залишається досить велика кількість відкритих питань і, передусім, теоретико-методологічного характеру.

Мистецтвознавче вивчення гламуру, його художніх цінностей дозволить вирішити проблему визначення сутнісної специфіки гламуру як однієї із сучасних форм естетизації буття.

В останні десятиліття в науковій літературі помітно зростає інтерес до дослідження гламуру як явища. Науковці наголошують на складності, ефемерності та багатогранності цього феномена. Гламур як явище сучасної художньої культури є досить динамічним, мінливим, нестійким і дещо агресивним, тому кожен дослідник цього феномена розуміє й тлумачить його відповідно до певних методологічних установок і принципів, обумовлених поставленими завданнями чи розв'язуваними теоретичними проблемами. Крім того, виявляються недостатніми, оскільки втрачають когнітивний потенціал, методи опису й аналізу різних візуально-комунікаційних ситуацій, сучасного візуального континууму і, зокрема, гламуру.

**Аналіз попередніх досліджень.** Аналіз різних підходів до розуміння й тлумачення гламуру в різних дискурсах (повсякденному, публіцистичному та науковому) дозволяє виділити, хоч і досить узагальнено, п'ять основних напрямів досліджень: гламур як феномен культури (С. Гандл, Д. Руднева) [16;18]; гламур як естетичний або квазіестетичний феномен (Є. Нікольський, К. Точилов, О. Школьна, Ю. Юхимик та ін.) [8;11;15;16]; гламур як феномен мистецтва (Дж. Браун) [17]; гламур як чинник розвитку нової економіки (Д. Іванов, Л. Ростовцева, Ю. Цимерман) [5;9;12]; гламур як феномен (категорія) повсякденності (Ю. Вєтошкіна, Т. Дашкова) [2;3]. Здійснивши всі належні дослідження закордонних і вітчизняних

публікацій, ми можемо остаточно висновувати, що питання визначення місця гламуру серед класичних естетичних категорій та цінностей постмодернізму залишається відкритим, та вимагає додаткових мистецтвознавчих досліджень.

**Постановка завдання.** Мета статті – проаналізувати гламур, як художньо-мистецьке явище у співвідношенні з класичними естетичними категоріями (прекрасне, потворне, піднесене, низьке тощо) та паракатегоріями некласичної естетики та з'ясувати наявність (або відсутність) системи понять та естетичних категорій, до яких можливо віднести гламур.

Оцінка художньо-естетичних якостей гламуру в контексті естетичних категорій є досить складною. Насамперед тому, що в сучасній естетиці та мистецтвознавстві виникла досить серйозна методологічна проблема певної невідповідності системи основних естетичних категорій («прекрасне-потворне», «піднесене-низьке», «трагічне-комічне», «витончене-грубе») та сутності сучасного мистецтва. Особливу складність являє оцінка мистецтва ХХ – ХХІ ст. ст. внаслідок різкого прискорення його розвитку та збільшення плюралістичності (одночасного існування значної кількості художніх течій, напрямів, стилів тощо). В нашому дослідженні ми обмежимо проблематику тим, що основним в ньому буде осмислення й формулювання критеріїв оцінки, в межах яких і буде здійснена ескізна (тобто попередня) оцінка гламуру як художньо-мистецького явища.

**Результати дослідження.** В останні десятиліття ХХ століття в системі аксіологічних домінант сучасного мистецтва посилюється вплив такого художньо-мистецького феномена як гламур, який, увібравши в себе певні «трансцендентальні передумови смислоутворення, спирається на певний естетичний канон і містить певні сценарії соціальної поведінки» [13, с. 131]. Гламур – це втілення «нереальності», яка

зачаровує своєю красою, блиском, молодістю, здоров'ям тощо, своєрідна естетична деформація традиційних художніх цінностей, яка з особливою очевидністю виявляє себе в сучасній масовій культурі та мистецтві. Ми тлумачимо гламур як амбівалентний художньо-мистецький феномен, що спрямований на уніфікацію естетичного ідеалу та трансформацію цінностей й містить певні сценарії поведінки.

Під вплив гламуру найбільше підпала сфера візуального мистецтва: кінематограф, фотомистецтво, живопис, архітектура, мода, а «глянцевість» постає як нова характеристика й новий атрибут естетичного в галузі візуального мистецтва та візуальних образів. Це дало можливість порушити питання щодо співвідношення гламуру з класичними естетичними категоріями – «прекрасне-потворне», «піднесене-нище», «трагічне-комічне» в яких закріплений досвід чуттєвого освоєння світу, історичний досвід естетичної діяльності, в тому числі й закономірність існування естетичного й, відповідно художньо-мистецького явища.

Однією з найбільш важливих категорій вважається категорія «прекрасне», за допомогою якої характеризують явища дійсності, традиційні естетичні цінності, твори мистецтва, повноту творчих, пізнавальних здібностей людини. Прекрасне – найвища естетична цінність, основна позитивна форма освоєння буття, що завжди пов'язана з естетичним ідеалом. Ця категорія є полісемантичною оскільки активно розроблялася протягом всієї історії естетики. В імпліцитній естетиці терміни «прекрасне» й «краса» використовували майже як синоніми, що мають незначні відмінності: «прекрасне» – як більш широка оціночна категорія, «краса» – для позначення «досконалості Універсуму і його окремих складових, тобто (термін – прим. авт.) носив праонтологічний характер» [1, с.

140]. В імпліцитній естетиці «прекрасне / краса» виступає в якості предмета і основної категорії цієї науки. На межі XIX-XX ст. починається процес девальвації категорії «прекрасне» як в теорії, так і в художній практиці. Романтики в своїй творчості прагнули показати зворотній бік прекрасного, приділяючи увагу казково-фантастичному, дивному, хаотичному, потворному. Зрозуміло, що в сприйнятті кожного, краса набуває індивідуальний смисл, те що є красивим для однієї людини, для іншої – потворне.

Потворне – категорія яка є протилежною прекрасному, має складний характер і визначається тільки у співвідношенні з іншими категоріями. В імпліцитній естетиці категорію потворного розглядали в двох аспектах: потворне в дійсності та потворне в мистецтві, а в еспліцитній естетиці тривалий період не приділяли уваги цій категорії. Фундаментальними роботами присвяченими категорії «потворне» стали дослідження І. Розенкранца «Естетика потворного» (1853) [14] та У. Еко «Історія потворності» (2007) [6]. У. Еко наголошує, що досліджувати історію потворного значно складніше, ніж історію прекрасного, адже «про нього (потворне – прим. авт.) ніколи не розмірковували детально, про нього згадували побіжно, в дужках» [6, с.8] і, відповідно, тільки твори мистецтва дають можливість з'ясувати, критерії потворності, які були характерними для певної епохи, що обмежує географічні ареали межами західної цивілізації. На думку Еко, відсутність теоретичних текстів, де б трактували естетичну складову творів мистецтва (в різних культурах, в тому числі й архаїчних) та їх сприйняття, не дозволяє зрозуміти які відчуття викликали ці твори – естетичну насолоду, сакральний жах чи веселий сміх. Філософ вважає, що «краса й потворність визначаються відносно "специфічної" моделі, а специфіку її можна розповсюдити

не тільки на людей, але й на все сутнє» [6, с.15] та відмічає, що «опозиція потворне/прекрасне» більше не є релевантною в естетичному відношенні: відтепер потворне і прекрасне – два рівноправних варіанти зображувальності, сприймаються вони нейтрально» [6, с.426].

Враховуючи вищезазначене, віднести гламур до категорії «прекрасне-потворне» неможливо, оскільки основна ознака гламуру – візуальна демонстративність, а мета – створення відповідного образу, маски, «оболонки», відповідної тілесності тощо, в гламурній красі відсутній внутрішній зміст та духовність. Незважаючи на те, що гламур пропонує еталони краси, які не дуже сильно відрізняються від історичних, але мова йде тільки про зовнішні стандарти, про відповідність правильній формі та проголошеним канонам, внутрішній зміст або відсутній, або глибоко прихований. Під впливом сучасних соціокультурних трансформацій в художній культурі відбулася позірна втрата красою своєї духовної позитивно-фундаментальної статусності.

Гламур як приваблива зовнішня форма, що здатна привернути увагу акцентованою яскравістю й перебільшеною бездоганністю окремих елементів і навіть, забезпечити глядачеві бажану й легко засвоювану чуттєву насолоду в той же час, за рахунок звільнення від духовного змісту (який є притаманний справжній красі), перетворюється на гіпертрофовану, позбавлену почуття міри матеріально-тілесну «красивість». Можна стверджувати, що візуальна демонстративність гламуру спрямована проти власне краси як засобу духовного розвитку особистості та активно використовує у цьому протистоянні не тільки різноманітні засоби масової комунікації але й найбільш ефективні види та засоби мистецтва (моду, модні «глянцеві журнали», фото та відеомистецтво, дизайн, рекламу, естраду та поп-мистецтво,

телебачення, інтернет тощо). Гламурний ідеал краси повністю штучний, він – візуальне «творіння» мистців, дизайнерів, стилістів, fashion-фотографів, кіномитців, імеджмейкерів тощо, яке нав'язливо рекламується та тиражується засобами масових комунікацій як естетичний еталон, на який потрібно рівнятися та наслідувати.

Гламур можна охарактеризувати не як красу, а як красивість. В цьому контексті ми погоджуємося з В. Бичковим, який стверджує, що «краса відрізняється від красивості своєю глибиною, що орієнтована на вираження онтологічних основ буття сутністю; красивість же спирається тільки на систему відносно поверхових формальних характеристик об'єкта, які детерміновані віяннями моди, що швидко змінюються. Тут фактично не може йти мова про будь-яке сутнісне вираження. Сьогодні красивість – це гламур в усіх його упаковках та модифікаціях» [1, с. 155]. Отже гламур – це симулякр краси, штучна краса, красива зовнішня форма. Гламур можна охарактеризувати як певний естетичний феномен, що претендує на статус прекрасного, інколи вдаючись до засобів потворного і провокації, має гедоністичні мотиви та пов'язаний з консюмеризмом. Можна стверджувати, що гламур виступає як певна серединна естетична категорія, яка знаходиться між потворним та прекрасним, чим і пояснюється відповідне амбівалентне сприйняття цього явища.

Феномени, явища, події, все те що орієнтує людину на високі почуття, вчинки, підносить її над повсякденністю в художній культурі отримали назву «піднесеного». Естетична категорія «піднесене» входить в «число головних й найменш піддається дискурсивному опису категорій естетики, характеризує комплекс неутилітарних співвідношень суб'єкта і об'єкта, як правило умоглядного характеру, в результаті яких суб'єкт відчуває складне почуття захоплення, радості, благоговіння й

одночасно страху, жаху, священного трепету перед об'єктом, що перевершує всі можливості його сприйняття і розуміння» [1, с. 158]. Гламур та його цінності досить складно співвідносити з дефініцією «піднесене». Адже гламур – це спроба приховати власну сутність, створити штучний образ, який дозволить презентувати себе оточенню як успішну, цілісну людину. Явище гламуру безпосередньо пов'язане з володінням матеріальними «об'єктами», певними повсякденними практиками, консюмеризмом, модою, стилями життя тощо. В той же час, ми не можемо охарактеризувати гламур й виходячи з категорії «низьке», оскільки в гламурі існують не тільки «пусті» привабливі візуальні форми, але й певні позитивні установки, такі як прагнення реалізувати себе в соціумі, піднятися по соціальному щабелю, досягти успіху тощо. Отже, гламур не співвідноситься із категорією «піднесене-низьке», оскільки в гламурі не міститься прагнення до вищих цінностей, духовне і моральне в ньому приховане. Одночасно світовідчуття гламуру – позитивне, в ньому відсутні хвороби, праця, трагедії, старість, смерть тощо. Можна стверджувати, що гламур також не співвідноситься із класичною категорією «трагічне-комічне», оскільки він онтологічно знаходиться поза межами трагічного й комічного у зв'язку із його аксіологічними установками.

Одним з прикладів переосмислення змістового наповнення класичних категорій (не в бік доповнення, а внутрішньої зміни) може слугувати нове інтерпретаційне значення категорії піднесеного, яке тлумачиться як таке, що не «піднімає людину до вищого, а виникає внаслідок невдалої спроби розуму збагнути нескінченне, певної апорії чи розколини» [4, с. 306-307].

В контексті нашого дослідження значний інтерес становлять наукові

розробки української дослідниці О. Мухи, яка розглядає класичні естетичні категорії з позицій постмодерністського світовідчуття. Муха наголошує, що новітнє розуміння піднесеного «фактично витісняє категорію нищого, позбавляючи її реального предметного наповнення» [7], адже чітка вертикальна ієрархія, що була притаманна категорії «піднесене-низьке» стає умовною, оскільки замінюється (в змістовому наповненні) на «піднесене-людське». На її думку, в контексті «високих» та «низьких» мистецтв, а також гарного чи поганого смаку, з'являється новоутворений аналог категорії – «кітч-кемп». «Кемп від суто технічного прийому еволюціонує до естетичної категорії, яка передбачає цілий комплекс значень» [7, с. 59], це насамперед засіб сприйняття, життєвого стилю або роботи над об'єктом, а кітч – квазімистецька «відповідь» на потреби простої людини без «високих» вимог [7, с. 59], він відноситься до самого естетичного об'єкту або його виконання.

Поняття «кемп» є новим в українському мистецтвознавчому дискурсі, хоча для французької, британської та американської традиції це вже усталений термін і використовується як мистецтвознавча, естетична та культурологічна категорія. С. Зонтаг відмічає, що кемп є максимально постмодерністським «продуктом», це «естетизація», «вивищення поганого смаку», своєрідний «кітч» у лапках [21], своєрідний симулякр чуттєвості, що має усвідомлений ігровий характер. «Кемп – це сприйняття кітчу людиною, яка знає: те, що вона бачить, – кітч. В цьому сенсі кемп – прояв аристократичного і взагалі снобістського смаку: "наскільки денді XIX століття був сурогатом аристократа в галузі культури, настільки кемп є сучасним дендизмом. Кемп – це вирішення проблеми: як бути денді в століття масової культури"» [6, с.411].

Гламурна красавість досить легко, гіпертрофуючи значення зовнішніх

складових та максимально акцентуючи на них увагу, виходить за межі естетичної якості, потрапляючи в протилежну категорію ерзац-гламуру (кітча). Результатом цієї перебільшеної уваги до зовнішньої форми стає, наприклад, гламуризація зла й потворності (кінофільми, відеокліпи, комікси), популяризація і, навіть демонізація гламурних персонажів (кітчеві потворні образи на естрадній сцені, у різноманітних телешоу та повсякденному житті). Прагнення максимально відповідати модним еталонам, збільшена увага до власної тілесної форми, використання значної кількості гламурних засобів та прийомів (яскравість та блиск аксесуарів, перебільшений макіяж, використання пластичної хірургії, екстравагантні зачіски та одяг, надмірна кількість модних елементів тощо) призводять до протилежного ефекту – «краса» перетворюється на потворність, вона стає кумедною, смішною, ляльково-карикатурною.

На нашу думку, нова категорія «кітч-кемп» найбільш підходить для аналізу сучасного гламуру. Розглядаючи гламур з позицій категорії «кітч-кемп», можливо виявити певні подібності: штучність (кемп як і гламур повністю штучні, в тому числі це і «любов до ексцентрики, до речей-які-суть-то-чим-вони-не-є» [6, с.411]); наявність антитез (кітч-кемп, високий гламур - ерзац-гламур); орієнтування на провокативну (демонстративну) тематику; обидва знімають розрив між мистецтвом та життям та лавірують на межі естетичного, частково етичного, економічного та загальнокультурного, та обидва являють собою певний симулякр краси. Одночасно, незважаючи на значну кількість подібностей існують і відмінності між категоріями кітч-кемп та гламур, це і період виникнення і різні країни походження цих явищ, направленість тощо. Проте основною відмінністю є основна ознака гламуру –

візуальна демонстративність, яка не є обов'язковою для категорії кітч-кемп.

На думку сучасних дослідників гламуру Є. Нікольського та Д. Рудневої, найбільш вдалим «інструментом» для з'ясування сутнісної специфіки гламуру, стала теорія яку запропонував американський філософ І. Хассан (*Hassan*) для аналізу мистецтва постмодерну. В своїй роботі «The Question of Postmodernism: Romanticism, Modernism, Postmodernism» Хассан виділив низку ознак притаманних мистецтву постмодернізму такі, як: невизначеність, що включає в себе всі види неясностей, двозначностей, перестановок; фрагментарність та деканонізація, безособовість та поверховість, неуявне, іронія, гібридизація, карнавалізація, перфоманс, конструктивізм та іманентність [19].

Наразі постмодернізм, в теоретичному плані, сприяв розмиванню класичного поняття мистецтва. На «зміну» мистецтву прийшли арт-практики та арт-проекти, нівелювався естетичний критерій, художник втратив свою автономію як унікальний особистісний творець власного твору, традиційні для мистецтва образність й символізм замінилися на симуляцію й симулякри, змішалися «елементи» високої й масової культури, відбулися трансформації ціннісних критеріїв, панівними стали кітч та кемп.

Підкреслимо, що естетика гламуру досить симулятивна, оскільки в її основу покладена циркуляція «пустих» знаків, за допомогою яких і формується потрібне враження і які наділяють гламурний об'єкт (людину, твір мистецтва тощо) символічними цінностями престижу, успіху, розкоші тощо. У гламурі будь-які знаки піддаються десубстанціалізації, встановлюється імператив зовнішньої привабливості, яскравості та спокусливості, а сутність і специфіка сучасного гламуру виявляється крізь призму теорії симулякрів (Ж. Бодрійяр).

Епоха постмодернізму закладає певний напрям розвитку мистецтва, в тому числі й створення нових форм арт-вираження на основі вже існуючих і дає можливість працювати з будь-якими явищами поза будь-якими межами. При оцінці рівня художності важливу роль почали відігравати такі позахудожні критерії, як модність, актуальність, популярність автора, інвестиційна привабливість, комерційний успіх, які надають художній оцінці ще більш суб'єктивний характер та означають відхід від розуміння мистецтва як вираження певних загальнозначущих і ціннісних смислів.

**Висновки.** Здійснивши всі належні дослідження, можемо остаточно стверджувати, що амбівалентність гламуру пов'язана не тільки з його багатовекторністю, але й тим, що він виступає як певний тимчасовий симулякр категорії, яка знаходиться між потворним та прекрасним, чим і пояснюється відповідне неоднозначне сприйняття цього явища. Гламурна красивість досить легко, гіпертрофуючи значення зовнішніх складових та максимально акцентуючи на

них увагу, виходить за межі естетичної якості, потрапляючи в протилежну категорію ерзац-гламуру (кітча). З'ясовано, що у межах естетики та мистецтвознавства сформувалась потреба системних методологічних змін, оскільки дослідження сучасного мистецтва взагалі, та гламуру як амбівалентного художньо-мистецького феномена зокрема, складно проводити з класичним «інструментарієм» естетичних категорій, які частково втратили свою актуальність в контексті нового мистецтва. Наголошено, що незважаючи на тотальне поширення гламуру в усіх соціальних та мистецьких сферах, до сьогодні не існує загальноприйнятих критеріїв, за допомогою яких можна було б класифікувати гламур. Зазначено, що проведене дослідження не вичерпує проблему дослідження гламуру як амбівалентного художньо-мистецького явища. Принципова новизна нашого підходу полягає в розширенні поля дослідження гламуру, в поверненні нових аспектів, в формуванні доказової бази яка дозволить довести гіпотезу про вплив гламуру на культурну і художню сферу життя.

### Література

1. Бычков В.В. Эстетика. Москва: КНОРУС, 2012. 528 с.
2. Ветошкина Ю. В. Гламур в контексте повседневности (по материалам современной дамской прозы): автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. Шуя, 2011. 21 с.
3. Дашкова Т. Телесность – Идеология – Кинематограф: визуальный канон и советская повседневность. Москва : Новое литературное обозрение, 2013. 256 с. (Кинотексты).
4. Енциклопедія постмодернізму / за ред. Ч. Вінквіста та В. Тейлора; пер. з англ. В. Шовкун; наук. ред. пер. О. Шевченко. Київ: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2003. 503 с.
5. Иванов Д. В. Глэм-капитализм: общество потребления в XXI в. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2011. Т. XIV. № 5 (58). С. 9–28.
6. История уродства / под ред. У. Эко. Москва: СЛОВО/ SLOVO, 2013. 456 с.
7. Муха О.Я. Формування неklasичних категорій естетики для оцінювання сучасного мистецтва. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/21056/1/Mukha.pdf> (дата звернення 20.05.2019).
8. Никольский Е. В., Миронов К. Г. Феномен гламура: минувшее, настоящее, грядущее. Москва : Ленанд, 2018. 400 с.
9. Ростовцева Л. И. «Homo glamouricus», или «Человек гламурный» в России. *Философия хозяйства* : альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова. 2009. № 6. С. 264–281.
10. Руднева Д. А. Гламур как феномен культуры постиндустриального общества: методология исследования. *Известия Уральского государственного университета*.

Серия 2: Гуманитарные науки. 2010. № 2 (76). С. 31–40.

11. Точилов К. Ю. Гламур как эстетический феномен: генезис и исторические модификации : автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.04. Москва, 2011. 23 с.

12. Цимерман Ю. А. Демонстративное потребление в современном обществе (институциональный анализ): автореф. дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.01. Москва, 2007. 24 с.

13. Шевченко О. К. «Гламуризація» політичної влади як симптом суспільної ціннісної корозії. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса*, 2011. Вип. 4. С. 127–137.

14. Шкепу М. А. Эстетика безобразного Карла Розенкранца. Ин-т проблем соврем. искусства Нац. акад. искусств Украины. Киев: Феникс, 2010. 448 с.

15. Школьна О. Гламур як новітня квазіестетична категорія в системі критеріїв художності сучасного твору з порцеляни. *Мистецтвознавство України: зб. наук. пр. / Нац. акад. мистецтв України; Ін-т пробл. сучас. мистец.* Київ: Муз. Україна, 2010. Вип. 11. С. 186–195.

16. Юхимик Ю. В. Гламур: симулятивний феномен сучасності. *Єдність навчання і наукових досліджень – головний принцип університету : збірник наукових праць звітної наукової конференції викладачів університету за 2012 рік, 9-10 лютого 2013 року / укл. Г. І. Волинка, О. В. Уваркіна, О. П. Ємельянова.* Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2013. С. 325–327.

17. Brown J. *Glamour in six dimensions: modernism and the radiance of form.* N.Y. : Cornell University Press, 2009. 216 p.

18. Gundle S. *Glamour: A History.* Oxford: Oxford University Press. 2011. 384 p.

19. Hassan I. *The Question of Postmodernism: Romanticism, Modernism, Postmodernism.* Lewisburg, 1980. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0263276485002003010> (дата звернення: 28.05.2019).

20. Kosuth J. *Art after Philosophy. Theories and Documents of Contemporary Art.* Berkeley, Los Angeles, London, 1996. P. 841–847.

21. Sontag S. *Notes on "Camp".* London: Penguin Random House. 2018. 64 p.

## References

1. Bychkov, V.V. (2012). *Estetika* [Aesthetics]. Moskva: KNORUS [in Russian].

2. Vetoshkina, Yu. V. (2011). Glamur v kontekste povsednevnosti (po materialam sovremennoy damskoy prozy) [Glamor in the context of everyday life (according to the materials of modern lady prose)]. *Extended abstract of candidate's thesis.* Shuia [in Russian].

3. Dashkova, T. (2013). *Telesnost' – Ideologiya – Kinematograf: vizual'nyy kanon i sovetstkaya povsednevnost* [Teleosnost – Ideology – Cinema: visual canon and Soviet everyday life]. Moskva : Novoe literaturnoe obozrenie [in Russian].

4. Vinkvista, Ch. (Eds.). (2003). *Entsyklopediia postmodernizmu* [Encyclopedia of postmodernism]. Kyiv: Vyd-vo Solomii Pavlychko «Osnovy» [in Ukrainian].

5. Ivanov, D. V. (2011). Glem-kapitalizm: obshchestvo potrebleniya v XXI v. [Glam capitalism: a consumer society in the XXI century]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii.* XIV. 5 (58) [in Russian].

6. Eko, U. (Eds.). (2013). *Istoriya urodstva* [The history of ugliness. Moskva]: SLOVO/ SLOVO [in Russian].

7. Mukha, O. Ya. (2015). Formuvannya neklasychnykh katehorii estetyky dlia otsiniuvannya suchasnoho mystetstva [Fumigation of non-classical categories of aesthetics for the evaluation of contemporary art]. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/21056/1/Mukha.pdf> (Last accessed: 03.05.2019) [in Ukrainian].

8. Nikol'skiy, E. V., Mironov, K. G. (2018). *Fenomen glamura: minuvshee, nastoyashchee, gryadushchee* [Glamor phenomenon: past, present, future]. Moskva: Lenand [in Russian].

9. Rostovtceva, L. I. (2009). «Homo glamouricus», ili «Chelovek glamurnyy» v Rossii [«Homo glamouricus», or «Glamorous Man» in Russia]. *Filosofia khoziaistva: almanakh Tcentra obshchestvennykh nauk i ekonomicheskogo fakulteta MGU im. M. V. Lomonosova.* № 6 [in Russian].

10. Rudneva, D. A. (2010). Glamur kak fenomen kul'tury postindustrial'nogo obshchestva: metodologiya issledovaniya [Glamor as a phenomenon of culture of post-industrial society: research methodology]. *Izvestiya Ural'skogo*

gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Gumanitarnye nauki. 2 (76) [in Russian].

11. Tochilov, K. Yu. (2011). Glamur kak esteticheskiy fenomen: genesis i istoricheskie modifikatsii [Glamor as an aesthetic phenomenon: the genesis and historical modifications]. *Extended abstract of candidate`s thesis*. Moscow [in Russian].

12. Tsimerman, Yu. A. (2007). Demonstrativnoe potreblenie v sovremennom obshchestve (institutsional'nyy analiz) [Demonstrative consumption in modern society (institutional analysis)]. *Extended abstract of candidate`s thesis*. Moscow [in Russian].

13. Shevchenko, O. K. (2011). «Hlamuryzatsiia» politychnoi vlady yak symptom suspilnoi tsinnisnoi korozii [Glamurization" of political power as a symptom of social value corrosion]. *Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen im. I. F. Kurasa*. Vyp. 4 [in Ukrainian].

14. Shkepu, M. A. (2010). Estetika bezobraznogo Karla Rozenkrantsa [The aesthetics of the ugly Karl Rosencrantz]. In-t problem sovrem. iskusstva Natc. akad. iskusstv Ukrainy. Kiev: Feniks [in Russian].

15. Shkolna, O. (2010). Hlamur yak novitnia kvaziestetychna katehoriia v systemi kryteriiv khudozhnosti suchasnoho tvorcu z portseliany [Glamor as the latest quasiesthetic category in the framework of criteria for the artistry of a modern

porcelain work]. *Mystetstvoznavstvo Ukrainy: zb. nauk. pr. / Nats. akad. mystetstv Ukrainy; In-t probl. suchas. mystets*. Kyiv: Muz. Ukraina. Vyp. 11 [in Ukrainian].

16. Yukhymyk, Yu.V. (2013). Hlamur: symuliatyvnyi fenomen suchasnosti [Glamor: the simulative phenomenon of our time]. *Yednist navchannia i naukovykh doslidzhen – holovnyi pryntsyyp universytetu : zbirnyk naukovykh prats zvitno-naukovoï konferentsii vykladachiv universytetu za 2012 rik, 9-10 liutoho 2013 roku / ukl. Gh. I. Volynka, O. V. Uvarkina, O. P. Jemeljanova*. Kyjiv: Vyd-vo NPU imeni M. P. Draghomanova [in Ukrainian].

17. Brown, J. (2009). *Glamour in six dimensions: modernism and the radiance of form*. N.Y. : Cornell University Press.

18. Gundle, S. (2011). *Glamour: A History*. Oxford: Oxford University Press.

19. Hassan, I. (1980). *The Question of Postmodernism: Romanticism, Modernism, Postmodernism*. Lewisburg. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0263276485002003010> [in English].

20. Kosuth, J. (1996). *Art after Philosophy. Theories and Documents of Contemporary Art*. Berkeley, Los Angeles, London.

21. Sontag, S. (2018). *Notes on "Camp"*. London: Penguin Random House.

## GLAMOR IN THE CONTEXT OF CLASSICAL AESTHETIC CATEGORIES AND PARACATEGORIES OF NONCLASSICAL AESTHETICS

BEZUGLA R.

*National Academy of Culture and Arts Leadership*

**Purpose.** The purpose of the article is to reveal the essential specificity of glamor as an ambivalent artistic phenomenon in relation to classical aesthetic categories and paracategories of non-classical aesthetics.

**Methodology.** Theoretical and methodological basis for the study were such general scientific approaches as: systemic, the use of which allowed to explore glamor as an ambivalent, multidimensional artistic phenomenon; axiological - contributed to the definition of the role and importance of glamor values in cultural and artistic

## ГЛАМУР В КОНТЕКСТЕ КЛАССИЧЕСКИХ ЭСТЕТИЧЕСКИХ КАТЕГОРИЙ И ПАРАКАТЕГОРИЙ НЕКЛАССИЧЕСКОЙ ЭСТЕТИКИ

БЕЗУГЛАЯ Р. И.

*Национальная академия руководящих кадров культуры и искусств*

**Цель.** Цель статьи – раскрыть сущностную специфику гламура как амбивалентного художественного феномена в соотношении с классическими эстетическими категориями и паракатегориями неклассической эстетики.

**Методика.** Теоретико-методологической базой исследования стали такие общенаучные подходы, как: системный, использование которого позволило исследовать гламур как амбивалентный многоаспектный художественный феномен; аксиологический – способствовал определению роли и значения ценностей гламура в культурных и художественных трансформационных процессах;

transformation processes; structural-functional approach allowed to analyze the stylistic laws and principles of the formation of a glamorous ideal in the context of modern art.

**Results.** The results of the study have a theoretical significance, which consists in expanding the subject field of art history, in particular, glamor is considered as a category of non-classical aesthetics, as a kind of temporary simulacrum of a category that may eventually be included in the categorical apparatus of the 21st century.

**Scientific novelty.** The analysis of glamor, as an ambivalent artistic and creative phenomenon, which aims to unify the aesthetic ideal and symbolic values. The place of glamor in the "ruler" of classical aesthetic categories and values of postmodernism has been determined, the correlation of glamor with the artistic and aesthetic essence of art has been revealed.

**Practical significance.** The results contribute to a deeper understanding of glamor as an artistic phenomenon, including further study of the essential specifics of glamor from different aspects and in the context of the relationship between the categories «beauty» and «glamor».

**Keywords:** *glamor, categories, kitsch, camp, postmodernism, simulacrum.*

структурно-функциональный подход позволил проанализировать стилистические закономерности и принципы формирования гламурного идеала в контексте современного искусства.

**Результаты.** Результаты исследования имеют теоретическую значимость, которая заключается в расширении предметного поля искусствоведения, в частности гламур рассмотрен как паракатегория неклассической эстетики, как некий временной симулякр категории, которая со временем может быть включена в категориальный аппарат новой гуманитарной науки XXI века.

**Научная новизна.** Проведен анализ гламура, как амбивалентного художественно-творческого феномена направленного на унификацию эстетического идеала и трансформацию ценностей. Определено место гламура в «инструментарии» классических эстетических категорий и ценностей постмодернизма, выявлено соотношение гламура с художественной и эстетической сущностью искусства.

**Практическая значимость.** Полученные результаты способствуют более глубокому осмыслению гламура как художественного явления, в том числе и дальнейшее исследование сущностной специфики гламура с разноаспектных позиций и в контексте соотношения категорий «красота» и «гламурность».

**Ключевые слова:** *гламур, категории, китч, кемп, постмодернизм, симулякр.*

ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРА:

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2019.2.4>

**Безугла Руслана Іванівна**, канд. мистецтвознавства, доцент, завідувач кафедри графічного дизайну, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, ORCID 0000-0003-1190-3646, **e-mail:** r.bezuhla@gmail.com

**Цитування за ДСТУ:** Безугла Р. І. Гламур в контексті класичних естетичних категорій та паракатегорій некласичної естетики. *Art and design*. 2019. №2. С. 42-51.

**Citation APA:** Bezugla, R. (2019) Glamor in the context of classical aesthetic categories and paracategories of nonclassical aesthetics. *Art and design*. 2. 42-51.