

(М. Хайддегер) і формується “поле потенцій, виборів та шансів” (П. Штомпка) [6, 223].

– Створення мовного колективу. Основою для створення такого колективу є пошук соціологічної мови, яка є адекватною завданням аналізу сучасного соціокультурного простору, де культурна неоднорідність та полікультурність невинно нарощується. Пошуки соціологічної мови реалізують методи соціолінгвістики, яка вивчає проблеми соціальної диференціації мови, тобто характер взаємозв'язків між мовними та соціальними структурами [4]. Особливу увагу соціолінгвістика приділяє питанню взаємозв'язку мови та культури.

– Політична культура як є рушієм механізму державотворення та гарантом відтворення демократичних цінностей. Латигіна Н. підкреслює значення політичної культури у демократичному суспільстві: “народ, що має високу політичну і правову культуру свідомо бере участь у житті суспільства та держави” [10, с. 655].

Тож, можна зробити висновок, що значення приведених культурних факторів ціннісно-рефлексивної ідентифікації полягає у збереженні принципів антропологічного підходу у дослідженні ціннісного поля сучасного суспільства в Україні. Визначені у статті фактори є основою творчими для ціннісного поля суспільства та забезпечують можливість регулювання державотворчих та соціально-культурних процесів в Україні.

Культура у широкому розумінні – все те ціннісне, що коли-небудь було створене людиною. Слід пам'ятати, що саме цінності творять культуру і, зважаючи на те, що кожне покоління має свою мову, свою культуру, а отже і свої цінності, головним завданням для демократичного суспільства України є забезпечення діалогу культур.

Використана література:

1. Castells M. End of millenium. – Malden MA: Blackwell. 2000. – 448 p.
2. Барлім О. О. Аксіологічний підхід як шлях до усвідомлення ціннісних аспектів громадянської освіти і виховання молоді : збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України, за ред. С. Д. Максименка. – Київ, 2010, – 491 с.
3. Воронкова В. Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади [Текст]: навчальний посібник / В. Г. Воронкової; під ред. д. ф. н., проф. – К.: ВД “Професіонал”, 2006. – 576 с.
4. Жоль К. К. Соціологія: навч. посібник. – К.: Либідь, 2005. – 440 с.
5. Запорожец А. В. Профилактика компьютерной зависимости подростков средствами досуговой деятельности / А. В. Запорожец // Психологическое здоровье подрастающего поколения. – Астрахань, 2009. – С. 150-152.
6. Золотова Г. Д. Соціокультурний розвиток як засіб профілактики адитивної поведінки: Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка. – № 5 (240). – Ч. І. – Луганськ: Вісник, 2012. – 244 с.
7. Історія української Конституції / Українська правнича фундація [Анатолій Гнатович Слюсаренко (упоряд.), Микола Володимирович Томенко (упоряд.)]. – К.: Право, 1997. – 464 с.
8. Подольська Є. А. Кредитно-модульний курс культурології: навчальний посібник / Є. А. Подольська, В. Д. Лихвар, Д. Є. Погорілий. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 368 с.
9. Сорока Ю. Г. Свої, чужі, різні: соціокультурна перспектива сприйняття Іншого: монографія / Юлія Сорока. – Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2012. – 332 с.
10. Цінності та ідеали демократії / Н. А. Латигіна // Гілея: науковий вісник: зб. наук. пр. / Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова, УАН. – К.: ВІР УАН, 2011. – Вип. 50 (№ 8). – С. 654-661.
11. Ціннісний конструкт міжкультурної комунікації / Ю. Ж. Шайгородський // Український соціум. – 2002. – № 1. – С. 41-48.

Аннотація

В даній статті аналізується феномен ціннісно-рефлексивної ідентифікації особистості в соціально-культурному вимірюванні. Виділено аспект соціокультурного впливу на становлення ціннісно-рефлексивної ідентифікації особистості. Определены основне культурне фактори формування даного опроцесса и их значимость для антропологического подхода в изучении ценностного поля современно гообщества в Украине.

Annotation

This article analysed the phenomenon of valued-reflection persona lidentification at the social- cultural measuring. There is selected an aspect of social-cultural influences on becoming of valued-reflection personal identification and defended the maincultural l factors informing of this processand the irmeaning fulness for anthropological approachattheresearcho fthe valued field of modern societyin Ukraine.

УДК 18.008

Юхимук Ю. В.

ГЛАМУР: СИМУЛЯТИВНИЙ ФЕНОМЕН СУЧАСНОСТІ

Сучасна культурна ситуація позначена тенденцією до симулятивної підміни класичних цінностей буття, зокрема, краси. Новітня форма симуляції краси – гламур – органічно вписалась у контекст симуляції загальнокультурної, де відбулась різновидова підміна позитиву руйнівним негативом: органічних продуктів харчування – генетично модифікованими, живої комунікації – сидінням у чаті, особистісної харизми – штучно сконструйованим іміджем, мистецтва – “артпрактиками”, краси –

гламурною “красивістю”. Ностальгічно мімікуючи під красу як необхідний, проте так часто легковажно ігнорований атрибут людського буття, гламур за короткий період укоренився у різних культурних сферах.

У сучасному житті краса позірно втрачає власну позитивно-духовну статусність. Однак наполегливі спроби безапеляційно ствердити її неактуальність є, скоріше, намаганням видати бажане за дійсне. Духовне ядро людини й у ХХІ столітті так само інтенсивно й гармонійно резонує при контакті з позитивом прекрасного як і віки тому, а його відсутність чи стале домінування його антиподів руйнує і гармонійну цілісність особистості, і гармонію всесвіту, призводячи до появи низки деструктивних проблем особистісного та глобального порядку.

Може видатися, що гламур є осучасненим варіантом історично змінюваного ідеалу краси. Однак аналіз виявляє явно симулятивний характер пропонованої та майже здійсненої підміни – адже обидва явища, попри зовнішнє уподібнення принципово різняться за своєю внутрішньою сутністю. Гламур – візуальна привабливість зовнішньої форми, звільненої від неодмінного для краси духовного змісту, перетвореної на гіпертрофовану, позбавлену міри матеріально-тілесну “красивість”. “Гламуризація” творить підкреслено привабливу візуальну картинку, здатну легко привернути увагу акцентованою яскравістю й перебільшеною бездоганністю окремих елементів, забезпечуючи глядачеві легко засвоювану чуттєву насолоду. Гламур - при всій своїй позірній невинності, начебто нешкідливості, навіть зворушливості та милій кумедності – активно спрямований проти краси як засобу духовного розвитку особистості, жорстко й наполегливо використовуючи найефективніші в сучасному культурному просторі канали популяризації й насадження власної ідеології: ЗМІ (“глянцеві журнали”, ТБ, інтернет), рекламу, поп-культуру естраду. Не просто активне, а агресивне нав’язування образів та самої ідеї гламуру як важливого принципу творення як власного особистісного, так і загального образу світу через відкриті інформаційні канали формує стійке враження особливої соціальної статусності подібних форм, які починають сприйматися як ознака модної та вкрай бажаної “шикарності” життєвих проявів, неодмінний атрибут соціальної успішності, бажану мету особистісного буття. Гламурні ідеали беруть у полон з самого дитинства, виявляючись у бажанні ляльці Barbie, у популярних мультперсонажах, з юного віку заохочуючи до участі у модних дефіле та шоу з неодмінними гламурними атрибутами (одяг, макіяж, манери). На цій базі вибудовується ціннісна система маленької людини – спотворена від самого початку, заснована на синтетичному сурогаті, що принципово занижує духовну планку людського буття.

У класичну добу краса стало залишалась головною ідейною тезою як мистецтва, так і всього культуротворення. Ідеали краси незмінно формувались як органічний наслідок цілісного світоглядного комплексу, співдії усієї системи чинників культуротворення. Гламурний же ідеал постає як штучне утворення, сформоване іміджмейкерами, нав’язливо розрекламоване та розтиражоване ЗМІ, представлене у “розкрученому” бренді чергової “ікони стилю” і, нарешті, некритично сприйняте суспільством як неодмінний для наслідування еталон.

Дійсна краса надає можливість пережити катарсис, максимально задовольняє родову естетичну потребу людини і, одночасно, стимулює її. Краса діє у площині утилітарної незацікавленості; це – феномен, що одухотворює людську сутність, підносячи її над буденністю, прагматизмом, фізіологічністю. Гламур же, як органічне породження “глем-капіталізму” (Д. Іванов) та форма прагматично стимульованої ним тотальної “естетизації” (а, по суті, – лише штучного зовнішнього “окрасивлення”) життя, підміняє цінності гуманістичні псевдоцінностями симулятивними, жорстко спрямовуючи увагу та інтерес у сферу споживання, примушуючи вступати в економічні відносини, купувати речі, послуги, здатні створити бажаний образ, максимально наближений до рекламного гламурного ідеалу, який підміняє собою дійсну вартісну мету життя, а особиста невідповідність якому починає розцінюватись як очевидна життєва поразка.

Сам спосіб існування та популяризації гламуру підкреслює сутісну його відмінність від краси, яка не потребує нав’язливої агітації за себе, дія якої миттєва та позитивно-переконлива, напряду звернена до духовної сутності людини. Гламурна ж форма – зовнішньо приваблива, однак позбавлена належного внутрішнього сенсу, - не будучи підкріпленою додатковими емоційними чинниками, швидко набридає, викликає психологічну втому. Протидіючи цьому, гламур активно використовує безпрограшні засоби посилення та пролонгування інтересу до себе: залучення найширшого спектру ЗМІ до формування та популяризації “ікон стилю”; збереження сталого інтересу до них шляхом постійного нагадування, максимально вигідної їх фото- та відео презентації (як позитивно-респектабельної, так і епатажно-скандальної); формування й активна дія “гламурної журналістики”, що виявляє себе у численних різноманітних жанрах “світських хронік”, ток-шоу, церемоній тощо; підкреслена орієнтованість гламуру на тілесність та сексуальну привабливість, що черговий раз виявляє його антиподність стосовно краси. Краса – феномен, позитивна якість якого спонукає милуватись і захоплюватись ним без будь-якої утилітарно, а тим паче фізіологічно забарвленої думки; гламур же активно експлуатує фізіологічні потреби, відверто грає на природних струнах біологічних інстинктів. Найвищим виявом гламурного схвалення й захоплення якостями людини стає “сексуальність” - специфічна характеристика тілесної привабливості, що має надто мало спільного з духовним виміром особистості. Гламур демонструє підкреслено акцентовані елементи подібної привабливості, виявляючи їх у звабливих лініях, об’ємах та пропорціях обличчя й тіла, інтонаціях, жестах, фасонах, зачісках, аксесуарах. Наслідком подібної тенденції стала приголомшуюча популярність пластичної хірургії, імплантантів, модифікуючих ін’єкцій.

Гламурний ідеал вічно молоді, сяючої, безтурботної людини з глянцевиx сторінок журналів вступає у протиріччя з природними біологічними законами людського життя. Рекламована гламурна красивість співвідноситься лише з молодістю, тому сучасний культурний контекст знищує вікову естетику та примушує численних жертв пластично-хірургічних втручань втрачати власну тілесну індивідуальність та вікову визначеність, нерідко перетворюючи їх на шокуючо-гламурних монстрів чи карикатурних клоунів.

Важливою характеристикою гламуру є "креативність". Це поняття позначає незвичні новації формотворення у руслі власної ідеології, вражаючий ефект супервизначеності, а одночасно – симуляцію деякого, начебто прихованого від "непосвячених", глибинного сенсу епатуючих знахідок модних "креативщиків".

Позбавлена осмисленої духовної основи гламурність легко перетікає за межі власної естетичної якості, нерідко при цьому потрапляючи на територію дії якості протилежної (приміром, гламуризація зла і потворності). Увага передусім до гламурної тілесної форми часто призводить до парадоксального ефекту – омріяна краса чи демонстративне зло стають, відповідно, не вражаюче прекрасною чи лякаюче жахливим, а однаково відверто кумедними.

Різноплощинність сутності краси та гламуру підкреслює специфіка сприйняття обох явищ. Переживання краси – процес камерний, духовно інтимний, суто особистісний; головні чинники тут – механізми естетичної свідомості, дія власного естетичного смаку, якісний рівень естетичної потреби. Гламурне ж враження максимально реалізується саме у певному культурному контексті, популярною формою якого стає "гламурна тусовка", яка точно дотримується встановлених правил гри, керуючись у своїх оцінках не безпосереднією естетичною реакцією, а відповідністю – чи невідповідністю – параметрам гламурної "креативності". Головним підтвердженням гламурності стає не стільки власне естетичне відчуття, як схвальна реакція оточення, що стверджує бажаний факт приналежності до модно-престижної гламурної спільноти – "субкультури успішних та багатих" (Р. Шульга). Гламурна форма, симулюючи красу, провокує і симуляцію "справжності" естетичного почуття. Виникає сурогатний емоційний комплекс, позбавлений духовної визначеності, сформований чинниками: соціально-утилітарними (відповідність модному канону, ознакам бажаної статусності); фізіологічно-біологічними (еротично-сексуальна привабливість); естетичними (задоволення від виявлених позитивних ознак форми). Гламур функціонує як спроба без особливих зусиль задовольнити естетичну потребу якісно нижчого ґатунку; реакція на гламур не здатна дорівнятися емоційній реакції на красу за духовною інтенсивністю та катартичною якістю переживання.

Гламур перетворюється на впливовий фактор художнього творення у сучасних арт-практиках, зокрема, в "актуальному мистецтві". Проте гламуризація найчастіше перетворює потенційний художній твір на пересічне явище маскульту, виводить його з площини духовно-мистецької у видовищно-розважальну.

Безумовно, у вигляді доповнення, доречного для певних ситуацій людського життя, гламур має безумовне право на існування. Це явище присутнє у багатьох періодах культурної історії - давнього Єгипту, еллінізму, готики, маньєризму, рококо, романтизму, модернізму. Однак, коли маргінальне по суті явище починає претендувати на статус засадничого чинника культуротворення, маскуючись під істинну цінність буття, одночасно витісняючи останню із зони життєвих інтересів людини, виникає ситуація реальної загрози духовним вимірам її існування, результатом чого стає незворотня втрата особистісного сенсу, перетворення його на банальну симуляцію й удаваність самореалізованості, а самої людини – лише на симулякр особистості.

Аннотация

В статье анализируется явление гламура – одного из главных принципов эстетического формотворчества современной 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.

Annotation

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.