

© Семко Я.С.

аспірантка кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності  
ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

(м. Одеса, Україна)

[yana.semko.92@mail.ru](mailto:yana.semko.92@mail.ru)

ORCID 0000-0002-0704-567X

## ТИПОЛОГІЧНА СИСТЕМАТИКА СУБ'ЄКТІВ ГЛАМУРУ

**Анотація.** В статті досліджується сутність гламуру, що став для сучасного масового суспільства обумовленою реальністю. Гламур, надаючи «особливий окрас» сучасному капіталізму, поділяє суспільство на нові групи. Логіка гламуру базується на ідеї особистого успіху та спотворює сенси суспільного та особистого буття людини. Сучасна масова людина перебуває у просторі тотальної симуляції. Метою дослідження є спроба типології системних суб'єктів гламуру у сучасному українському суспільстві. Оскільки будь-яка класифікаційна система працює в парадигмі свого часу, то множинність основ таксонів суб'єктів гламуру була проаналізована в контексті об'єктивних трансформацій сучасного соціуму. Темпоральний розрив природи і культури, імперативно заданий викликом техногенної цивілізації, став онтологічною причиною в тенезі антропологічної складової амбівалентності *homo glamuricus*.

**Ключові слова:** гламур, онтологія, реальність, типологія, модель суспільство споживання, бренд.

Актуальність та постановка проблеми у загальному вигляді, її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями.

В тих дослідницьких програмах гламуру, де здійснювалася спроба побудувати типологічну систематику суб'єктів гламуру, були досягнуті значні успіхи. В цих програмах автори, посиливши когнітивний фон категорій подібності та відмінності, за допомогою фреймових структур відсортували концепти гламуру в образах селебріті та *jet-set*. Обидва образи об'єднуються форматом багатства, приголомшуючого шиком та соціальної обраності.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується дана стаття. Ще з часів Голівуду відомо, що гламурний світ селебріті – це світ знаменитих і успішних діячів культури, бізнесу, політики, спорту, моди і навіть науки. Потрібно віддати належне, що це «люди справи», правда свій напружений і нелегкий труд люблять обгортати в яскраві блискітки гламуру. У той час як *jet-set* – просто пусті тусовщики, для яких гламурне життя – єдиний спосіб буття і самовираження. При цьому багато дослідників гламуру відзначають, що конкретна типажність *homo glamuricus* сформована і визначена конкретними соціально-культурними умовами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких представлено вирішення даної проблеми, і на які спирається автор.

Дослідницькі зусилля у вивченні специфіки гламуру перевершили всі гносеологічні очікування. Відзначаючи витонченість і вишуканість, а також чіткий розподіл на страти

європейського гламуру, автори особливо підкреслюють несмак, епатажність, установку на зоряний статус представників «нашого» гламуру [3-5, 7, 8].

При цьому, використовуючи методологічний арсенал, накопичений досвідом гуманітарних наук, авторам вдалося упорядкувати уявлення про гламур як когнітивно-образну форму знання [10, 13]. За допомогою цього знання можна чітко і ясно описувати відмінності та особливості, розбіжності властивостей і ознак, примарну мінливість типажів гламуру. Ефективність цього знання проявляється через когнітивний потенціал фрейму, за допомогою якого можна продовжувати процедуру аналізу *homo glamuricus*, додаючи когніції типу селебріті та *jet-set*. При цьому додаються і починають «працювати» нові операційні одиниці в процесі концептуалізації знання про гламур. Так, продовжуючи лінію концептуалізації в класифікаційній систематичі гламуру, Л. І. Ростовцева пропонує чуттєво-наочно доповнити нові образи гламуру за допомогою так званого «гештальт-образу» [12]. З його допомогою чуттєво емпіричне розмаїття типажів гламуру актуалізується за допомогою тих властивостей особистості, які визначаються її діяльністю, а не соціумом або його трансформаціями. Здатність гештальту структурно упорядкувати механізми спрощеної ідентифікації виводить нас на розуміння того, яким чином комунітатор – суб'єкт гламуру, співвідносить себе з конкретними образ-діяльностями в форматі необхідного запиту суспільства. Потім, обраний гламурний типаж

верифікується конкретною персоналією з урахуванням її реальних можливостей і вибору стилістики та епатажного сценарію.

Мета статті – здійснити спробу типології системних суб'єктів гламуру у сучасному українському суспільстві.

Виклад основного матеріалу. У багатобарвній панорамі суб'єктивності гламуру окреслимо контур конкретного типу homo *glamuricus*, акцентуючи увагу на виокремленні загального та індивідуального. Як емпіричний приклад зупинимося на аналізі українського гламуру, як явища досить (в порівнянні з європейським) молодого і неоднозначного. Як зазначалося раніше, починаючи з 1990-х рр. в українському суспільстві міцно закріпився типаж олігархічного гламуру, який пред'явив світу дуже цікавих, але суперечливих персонажів. Ці люди бізнесу, здавалося, встигали все: вести життя гувльсі-селебріті, організовувати і продовжувати власну справу, час від часу епатувати публіку своїми вчинками та висловлюваннями. Відзначимо, що типаж олігархічного гламуру найбільш динамічний і схильний до «капризів» соціальної стратифікації та мобільності: адже багато тих, хто в 90-і бо 2000-ні роки був «на коні», зараз перебуває в «місцях не таких віддалених», або практично зник зі сцени суспільного життя.

Наступний типаж homo *glamuricus* – це «елітарно-світська левиця», образ якої найбільш концентровано втілюється в персонах Камалії, Ірини Білик, Таїсії Повалій та Аліни Гросу. Почавши свій шлях у світ гламуру з образу «блондинки в шоколаді» (який явно був списаний з Періс Хілтон), світська левиця стала свого роду іконою, лакмусовим маркером експансії гламуру, спритно переміщаючись від одного бег-граунду до іншого. При цьому багато сил і часу витрачається на процес відповідності тому модному вигляду, який диктується конкретною ситуацією. То вона нищить публіку вирізом свого декольте, то навчає молодь правилам потрібної поведінки, то в образі інтелектуалки в окулярах бере інтерв'ю у знаменитостей.

Дослідницький інтерес представляє тип так званого «народного гламуру», оскільки його поява пов'язана з історико-культурним корінням вічного мріяння громадян про інше життя, де все буде красиво, добре і правильно. А вже рецепти гламуру представляють надію реалізувати ці мрії, увійти в світ багатих і знаменитих, зберігши при цьому свою гордість і індивідуальність. Наочним прикладом «простої дівчини з народу» стала випускниця середньої школи міста Павлограда Дніпропетровської області 17-річна Анастасія Фоменко, яка прославилася в Інтернеті після того, як виклала фотографії з церемонії вручення

атестатів на своїй сторінці в одній із соціальних мереж. На фото випускниця позує фотографу в прозорій чорній мереживній сукні. Туалет доповнювали чорні панчохи і червоні туфлі на танкетці. Пікантності знімкам додає той факт, що батьки дівчини явно не заперечували проти її вбрання. Навпаки, батько і мати сфотографувалися із дочкою на пам'ять. «Настя постійно переглядала глянцеві журнали, а коли побачила сукню від Dolce & Gabbana, захотіла подібний наряд на випускний. Вона дівчинка творча і її вбрання – це, швидше за все, творчий порив», – зазначає її мати Олена Фоменко. Проживаючи з мамою-вчителькою та батьком-пожежником у малогабаритній квартирі, закупаючи продукти в універсамах економ-класу, вона з усіма ділиться своїми мріями щодо кар'єри моделі та нових суконь, обов'язково зі стразами.

16-річний школяр з Дніпропетровська Антон Кістол прославився в Інтернеті завдяки тому, що створив групу «Козацький цитатник» для публікації «українізованих» кадрів з фільмів, ігор та серіалів. За півтора місяця аудиторія публіки перевалила за 11 тисяч юзерів.

Тип народного гламуру цікавий досліднику тим, що він наочно демонструє дію соціального ліфта, за допомогою якого і за сприяння рецептів гламуру кожен може реалізувати свої мрії.

Наочним прикладом вільного пересування кордонів, де відбувається вільне заміщення однієї властивості іншою є тип homo *glamuricus*, який позиціонує відомий стиліст Андре Тан та шоумен Андрій Данилко. Вони розсувають «гендерні кордони», запровадивши образ жіночності в чоловічу сутність, супроводжуючи цей процес постійної фразою: «Зірка в шоці!»

В український контекст органічно вписується гламурний образ «щасливої дівчинки», молодої представниці прекрасної статі, вихованої, як правило, в сім'ї середнього статку. Цей тип гламуру яскраво демонструють «одеська барбі» Валерія Лук'янова та її молода наступниця Аліна Ковалевська, які не приховують, що ніколи не працювали і працювати не збираються.

Не можна обійти стороною гламурний типаж «секс-бомби», що потрапила на український ґрунт із заморських країн. В якості прикладу відзначимо Дарію Астаф'єву та секс-бомбу української поліції Людмилу Мілевич, які постійно публікують нові фото та хваляться своїм ідеальним тілом. У даний типаж органічно вписується славнозвісна Ірина Іванова, власниця найбільших силіконових грудей в Україні, яку шанувальники люблять за її «внутрішній світ».

Завершуємо типологію homo *glamuricus* образом «поганої дівчини/хлопця,

хуліганки/хулігана», вічно епатажний персонаж, що перетворює скандал на знак своєї відмінності. Тут треба згадати Наташу Влащенко та Гаріка Корогодського, які всіх завжди не люблять і вічно перебувають в стані скандального невдоволення.

Підкреслимо, що в гносеологічному сценарії концептуалізації знання завжди повністю або частково присутня процедура класифікації, що дозволяє досліджувати об'єкти (явища) розводити по таксонам подібності та відмінності. У нашому випадку, успішність таксономії буде залежати від вибору всіх істотних ознак, за якими типажі *homo glumicus* стають максимально схожими один з одним. Обернувши виокремлені типажі в «обгортку соціо-культурного контексту», можна сміливо вибудувати ідеальну модель *homo glumicus* з його рецепціями, які співвіднесені як з уявною, так і з дійсною реальністю. При цьому, звичайно, не забуваємо про відносну умовність будь-якої ідеальної моделі.

Повернімося до епістемологічних витоків, в методологічному просторі яких можливо виділити суттєвий зміст моделі *homo glumicus*. Як було сказано раніше, специфічні риси цієї моделі екстрапольовані конкретними типажими, контури яких детерміновані екзистенційно-онтологічними підставами соціуму. Ці підстави – суть тих трансформаційних процесів сучасного устрою світу, що призвели, як відомо, до формату техногенної цивілізації, де техносфера прагне домінувати над природою. У цьому світоустрої «...техніка виступає інструментом перетворення, а технології – способом перетворення» [11, с. 30]. За допомогою багатопланових технологій людина змогла, нарешті, задовольнити історично-екзистенціальну місію «залучення себе» в загальну діяльність конструювання. Заохочений установкою неокантіанської філософії про заданість предмету, виправдовуючи пересування кордонів свого простору парадигмами постмодернізму, який відмовився пояснювати реальне життя в контексті логоцентризму, проект гламуру став вибудовувати власну буттевість за допомогою однопорядкових алгоритмів. Сценарій першого відтворює традиційно-звичайний каркасний сюжет чарівництва, фантазій і казок, конструювання яких надає їм статус позачасової вічності, повторювального наслідування. Тут простежується «...перехід від постмодерністської інтертекстуальності до стирання кордонів між вигадкою, ілюзією та реальністю» [4, с. 184-186]. Сьогодні цей перехід підживлюється технологічними можливостями віртуалізації суспільства. Зауважимо, що переформатування реальності на віртуальність відповідає запиту сучасної людини на «інше буття», гіперреальність (що знаходиться по ту сторону боротьби за

існування), де «горіння життям» розмінюється на зручність повсякденності та чуттєві задоволення.

Стає зрозуміло, чому гламурні рецепції за допомогою мас-медіа окупуєть казково вигаданими образами і персонажами внутрішній світ людини. Та й сама людина легко будирує власні інтенції до міфологем, казок і чарівних чудес. Цей світ чарівництва, блиску і краси перервав сліпоту і глухоту, зове і закликає ... І справа не тільки в тому, що людина, стомлена сумувати за трансцендентальністю, артикулювала знамените «Бог помер, ми самі вбили його!» Даний трансцендентальний злам поглиблюється перерваним діалогом культури з природою, що за спостереженням Конрада Лоренца призвело до порушення системного механізму співвідносності задоволення та невдоволення в мотиваційному поведінковому антропогенезі. На його думку дія цього механізму змушувала наших предків «боротися і шукати, знайти і не здаватися». Але як тільки сучасній людині вдалося виявити ситуативні способи посилити задоволення, вона стала його стрімко нарощувати, уникаючи при цьому можливості невдоволення [9, с. 31-40]. В результаті стався збій природного механізму, що спричинило, як вважає К. Лоренц, «теплову смерть» таких почуттів, як: радість життя і творчості, радість подолання перешкод тощо. А в техногенній цивілізації і не потрібно нічого долати, потрібно вчасно «тут і зараз» залучитися до технологічного циклу, де все залежить від нормального функціонування величезної кількості технічних пристроїв, без яких не можна обійтися. У зв'язку з цим треба згадати ідею Х. Ортегі-і-Гассета про те, що техніка швидше прагне до надмірності та розкоші, ніж до суворої необхідності виживання. В цих умовах людина починає сприймати себе як функціональний пристрій, який можна конструювати або запрограмувати. Відомо, що конструювання, на відміну від творчості, передбачає наявність алгоритму, який годиться для всіх.

Резюмуємо сказане висуненням гіпотези, згідно з якою становлення світу гламуру стало наслідком поєднання дисбалансу природного механізму з парадигмою постмодернізму, з його забуттям Просвітництва і Духа та матрицями множинності «Я» і семіотичних систем. Додамо також вплив технологічного ставлення до світу, яке імперативно пред'явила техногенна цивілізація. З'єднання зазначених моментів з можливостями комп'ютерних засобів стало підставою для створення штучного світу, ілюзорною чуттєвої квазі-реальності, що іменується світом гламуру. Особливість цього світу есплікується «екзистенційним

виштовхуванням» людини з тих пограничних станів, що призводять до переживань провини, страху, до втрат і страждань. І це зрозуміло ... Алгоритмізація життя в техногенному просторі вимагає, щоб людина завжди була в функціоналі, робочій готовності, а «... будь-які події, які вибивають з колії, повинні бути по-можливості еліміновані» [13, с. 29]. Дотримуючись запиту техногенної цивілізації, гламур, виступаючи її реагентом, видає карколомну рецептуру модальної конфігурації життя і смерті. Щоб конструювати життя потрібно просто скасувати смерть, уникнути її, перетворивши на технологічний процес утилізації останків. Тим більше саме суспільство ХХ століття активно апробує сценарій, в якому: «... комунікації між вмираючим або вже померлим і співтовариством живих зійшли нанівець після того, як зникає звичай останніх прощань і настанов». Але фінальним кроком була відмова від жалоби [1, с. 469]. І гламур, як культурний стиль життя, підкоряючись імперативу техногенності, об'єктивує алгоритми заміщення явища природи техно-артефактами, темпоральна посилюючи при цьому ротацію сьогодення. Бажання знаменитого Фауста «Зупинися мить – ти прекрасна!» здійснилося нарешті в розірваному зв'язку часів. Тому світ гламуру – це світ без всяких там пограничних станів, це блискучий світ вічної молодості і щастя. Певною мірою буття гламуру – це форма ескапізму. Зауважимо, що гламурний ескапізм відрізняється від уже відомих суспільству конструкцій ескапізму, таких як: ілюзії, чари, фантазії і казки. Ескапізм гламуру – це перетворення чарівництва, фантазій, чудес і казок на топос Задзеркалля, де ореол технологій створює ореол штучного світу. Топос Задзеркалля відмінний і від глобально-мережевого дизайну, в якому народжується нескінченна кількість ризиків. Буттєвість гламуру відкидає ризики, в силу відсутності в ньому очікування небезпеки небуття. Оскільки *homo glamuricus* не бажає долучити своє «Я» до «буття поза-себе».

Але поки що людина трансцендентально заклопотано продовжує визначати міру життя і смерті. Її існування остаточно не перетворилося на штучну пам'ять. Тому світ гламуру зберігає суб'єктивну персоніфікацію, він потребує харизматичної наповнюваності та шукає своїх героїв. Виявлена нами класифікаційна багатошаровість типажів гламуру чітко позначила іміджеву складову в конструюванні його персонажів. Оскільки *homo glamuricus* неодмінно прагне бути публічною (при цьому можна не бути, а лише здаватися багатою) алгоритмічність коду в конструюванні образ-іміджів визначається строго заданими

стратегіями. Одна зі стратегій зачіпає тематику тіла, тілесності.

Правила побудови тілесності у *homo glamuricus* задані парадигмою подолання відомої класичної дихотомією суб'єкт-об'єкт, відсутність єдиного центру, репрезентація. В цьому ракурсі тіло в гламурі – це не об'єкт і не сума органів, а неусвідомлений горизонт людського досвіду. На думку відомого феноменолога М. Мерло-Понті, телос – це система можливих дій, феноменальне місце розташування, яке визначається завданням і ситуацією. В процесі вирішення цих завдань конструкція гламурного тіла зберігає якусь обтяженість амбівалентності. З одного боку, тілесність гламуру, цілком в дусі нашого часу, артикульована актуальність спокуси як маркера, який розводить жіноче і чоловіче, що сьогодні створює гендерну плутанину [7, с. 93].

В ігрових конструкціях спокуси, згідно Ж. Бодрійяру, жіноче не протистоїть чоловічому, але спокушає його. І навпаки: чоловіче не протистоїть жіночому, але спокушає його. Правила цієї гри не тільки розмивають тілесні характеристики сексуальності, але переформатують кордони будь-якої конфігурації в пропорціях тіла, порушуючи його звичну гармонію. Окремі фрагменти тіла, руйнуючи традиційність гармонії, набувають смислове навантаження, стають самостійним інструментарієм самоконструювання з метою представлення себе світу. При цьому ставки публічної презентації настільки великі, що ігнорується будь-яка можлива фізіологічна шкода своєму організму. Прикладів «творчої» роботи з фрагментами свого тіла безліч. Розглянемо найбільш яскраві з них.

Ось американка Енні Хокінс-Тернер примудрилася до 52 років виростити обидві груди довжиною 179 см, а Крістін Уілстон з Лас-Вегаса виростила довгі нігті, 3,09 м на лівій руці і 2,92 м на правій. Рекорд з пірсингу серед жінок належить британці Ешен Девідсон, в тілі якої налічується 2520 отворів. На одному обличчі їх 192. Шістдесят чотири пластичних операцій перенесла жителька Перу – транссексуалка Вульвія Селіна Сегудас Сандовал. До 9,75 см витягнула свій язик мешканка Каліфорнії Шанель Таппер.

Відомо, що маніпуляції з окремими фрагментами тіла здавна були формами модифікації тілесності. Але тільки імператив техногенної цивілізації надав цьому процесу статус масштабованого інструментарію, за допомогою якого тіло перетворюється на виріб з ментальною окантовкою, розширюючи кордони людського досвіду без урахування правил фізіологічної безпеки. В межах цього досвіду

здійснюється не тільки механічне моделювання смислової конкретики тілесної фрагментарності, за допомогою якого людина презентує себе світу. Сучасний Технос розширює смислові горизонти тілесності різноманітністю перетворених форм, що апелюють до реальності. При цьому, ресурсна різноманітність цього процесу не зводиться тільки до жонгливання тілесними фрагментами, але й додає алгоритм конструювання образів цілого, кореляції якого поступово зміщують явища і сутність, реальність і її концепт. В наслідку позначене зміщення призвело до принципової неспіввідносності предмета з реальністю в цілому. Мова, звичайно, йде про всім відоме явище симулятивної реальності, яка «вносить за дужки» навіть символіку, як «культурну мітку» сумірності різних інтерпретацій з реальними властивостями предмета. Симулякр тут – це копія вже означеного предмета, а простіше кажучи, копія копії, порожнє місце, в якому будь-яка фіксація може одночасно бути відсутньою і бути присутньою. Ескалацію симулятивних образів із задоволенням нарощує homo glamuricus. Наприклад, цілий ансамбль образів-аніме демонструють молоді японки.

Значний інтерес у громадськості викликає одеситка Валерія Лук'янова, яка позиціонує світу копію знаменитої гламурної ляльки Barby. Її морально підтримує мама – Ірина Пашкеєва, ще одна копія Барбі, але старше. У соціальних мережах не замовкають суперечки про конкретні технології створення образу ляльки: або це численні пластичні операції або це наслідок здорового способу життя або примітивний photoshop. У Барбі, як у будь-якої поважачої себе гламурної особи, є boy-friend – Кен. Його образ майстерно копіює відомий житель Нью-Йорка на ім'я Джастін Джедлік, якого так і називають «людина-лялька». Щоб повністю відповідати образу Кена, стати його копією, молодий чоловік до тридцяти двох років зробив більше дев'яноста пластичних операцій. Величезною популярністю у гламурних дам користується реборн – лялька-знак живої дитини. Зауважимо, що конвеєрний потік з виробництва знаків-копій добре поставлений на численних ток-шоу, типу «Один в один». На цих шоу учасники, в міру своїх здібностей, копіюють відому особистість, наприклад співака або співачку, ігноруючи їх буттєвий статус. Причому мова йде не про програванні ролі, яку проживає актор на сцені; не про пародії – ситуативну іронічну гру або доброзичливий перформанс. Йдеться про технологічне вміння механічного копіювання голосу, манери поведінки, одягу, індивідуальних відмінностей, за допомогою яких

учасник шоу позбавляється від себе, як суб'єкта, слідуючи симулятивній установці: «не той так цей». І соціум, в особі суворого журі, санкціонує або заохочує не майстерність перевтілення (воно завжди зберігає індивідуальність свого «Я»), а оцінює процедуру успішного «жсерокопіювання» потрібного образу.

Наведені приклади логічно вписуються в контекст штучного світу техносфери, культурним фрагментом якого є мозаїчний світ гламуру. Homo glamuricus своєю структурною амбівалентністю намагається чинити опір наступу Техносу. Спрямованість опору проходить по лінії не тільки самоконструювання (за допомогою численних біотехнологій) сексуальної привабливості тіла, але й пов'язана з актуалізацією презумпції буття тіла в якості природно-соціального факту. Позиціонування цього факту – це своєрідна форма протесту культури, її виклик техносфері, яка використовує культуру як спосіб захоплення природно-людського. За допомогою культурного протесту homo glamuricus пручається зникнення власної суб'єктивності в середовищі техно-фактів або в семіотичних структурах.

Не дивлячись на справедливі закиди в естетичній елітарності, глянцевої односторонності, агресивній стандартизації на адресу homo glamuricus, він сам, не чекаючи від себе такої сміливості, ігнорує імператив техносфери. Homo glamuricus поки ще бажає зберегти свою природність. З іншого боку, гламурний світ Задзеркалля крихкий: він повністю залежить від бажань людини, його реалізація об'єктивно підживлюється уявою, фантазіями та віртуальними технологіями. Homo glamuricus боїться руйнування свого світу, його екзистенційні побоювання обґрунтовані латентним історичним страхом культури перед необмеженою креативністю автономної особистості, яка ніяк не може вирішити проблему життя і смерті. Історична невирішеність цієї проблеми зводить цю людину з розуму, змушує її існувати в бінарних межах плюралістичної безмежності та одновимірного порядку, що породжує все нові і нові фобії. Ці фобії проникають в закритий, штучний світ гламуру. Як потопаючий хапається за соломинку, homo glamuricus бажає звільнитися від всіх страхів перед зовнішнім світом. Тому він з полегшенням приймає конструкт безсмертя, запропонований Техносом і його трансформацію у квазі-матеріальне безсмертя. Але, протидіючи імперативу техногенної цивілізації, homo glamuricus поступово здає свої позиції і погоджується із втратою власних природно-функціональних якостей, замінюючи їх

соціально-технічними. Homo *glamuricus* апріорно обігрує з усіх боків заданий Техносом тимчасовий вектор сьогодення в статусі «вічної молодості». Саме тому в гламурі як техногенному способі існування культури відсутній феномен дитинства. А якщо діти беруть участь у гламурних ток-шоу, то вони присутні там лише в якості копії дорослих: співають пісні дорослих, одягаються як дорослі, роблять дорослий макіяж тощо. У просторі гламуру неможливо виявити також людей зрілого, похилого віку – а якщо вони раптом і миготять, то лише як копії молодих.

Отже, homo *glamuricus* позбавлений дитинства і ніколи не старіє – він ніби застигає в одному стані, займає одне місце в просторі, його антропогенна темпоральність як екзистенція розчиняється. Цим можна пояснити те, що homo *glamuricus* не має ні долі, ні біографії. Його обличчя одновимірне, як застигла маска молодості, – молодість стає осью екзистенційною подією. У відносинах homo *glamuricus* з темпоральністю звернемо увагу на важливу деталь. Відомо, що в драматургічному сценарії гри з часом завжди присутній соціокультурний алгоритм можливих буттєвих відмінностей: «і те й інше», «і це і те», «і це і інше». Ці відмінності є підставами для різноманітності подій, взаємозв'язку часів, сплетінь доль чи біографій. Але коли техногенне суспільство під прапором ліберальних проєктів людини, редукує різноманітність смислової палітри часів до односторонньої позиції: «не те, не інше», це відразу ж знімає гальма, які забезпечують безпеку соціуму та особистості і в кінцевому підсумку призводить до знецінення людського життя. Як влучно зауважив Д. В. Гарбузов, «... якщо дійсно за людиною нічого не стоїть, ні Бог, ні історія роду, якщо вона представляє лише саму себе і у неї немає коренів у світі, то що може змусити Іншого визнати цінність її життя? Людина, за якою нічого і ніхто не стоїть, і сама нічого не варта. Якщо прибрати такого індивіда зі світу, то там нічого навіть не ворухнеться, лише звільниться порожній простір» [6, с. 186]. Таким чином, не маючи ні біографії, ні історії роду, існуючи тільки в єдиному вимірі сьогодення, homo *glamuricus* може підтвердити власну буттєву наявність єдиним способом – заповнити собою простір, артикулюючи при цьому жорстку алгоритмізацію дій. Довести своє існування можна обов'язковою присутністю в заданому місці простору. Треба тусуватися, відвідувати правильні нічні клуби, ходити в правильні магазини, жити в правильному місці.

Додамо, що якщо своє існування homo *glamuricus* позначає за допомогою потрібного місця в просторі, то буттєву заяву він імплементує

поведінковим алгоритмом опосередкованого («кентаврового») ускладнення всього ланцюжка зі створення потрібного образу. В цій ситуації ланцюжок ланок для досягнення кінцевого результату розгортається лише за обов'язкової умови: повинен бути присутнім Глядач, який одночасно включається або просто перебуває присутнім при перцептивній імпрізації з гламурними образами. Непомітно для самого себе глядач включається в процес оцінки суб'єктивності образу, який йому демонструється. Оцінка способу і є тою першою цеглинкою, за допомогою якої вибудовується іміджева архітектоніка вже конкретного типу гламурної людини. Тому перше правило в гламурному алгоритмі – культурний шок. В якості «шоку» може виступити зовнішній вигляд, манера поведінки, мова, жести тощо. Після культурного шоку вже розгортається весь ланцюжок: культурний шок – заявка потрібного образу – його уявлення – само-піар, а далі нескінченний процес презентації.

Homo *glamuricus* презентує власний ексклюзив, він завжди і в усьому має рацію. Єдина його проблема – випадково не вискочити з потрібної соціальної групи і завжди відповідати її нормам. І, звичайно, головна проблема homo *glamuricus* – як залишитися вічно молодим, оскільки всі потреби можуть бути задоволені: «так чому ж не поставити до себе на службу ще й вічність?» [2, с. 102].

Гламурна істота – молода, худа, звивиста, як правило, двостатева. Народжена без батьків, вона мерехтить на тлі безликих, але численних «друзів», зрідка має витончене гламурне дитя віком не більше трьох років, яке невідомо хто виховує. Вона не потребує грошей, не бере і не дає в борг; джерело її багатства неясні, але, очевидно, невичерпні. Людина гламуру – завжди молода, перебуває в ситуації постійної самопрезентації [5, с. 216-222]. У представленому портреті homo *glamuricus* вдало поєднуються універсум трансформованого світопорядку і схематизм сконструйованих матриць референтів гламуру. Ця єдність імпліцитно представлена в класифікаційній схематиці загальних основ, які варіюють персональні дані гламурного суб'єкту.

Правила побудови класифікаційних підстав соціокультурних об'єктів визначені не тільки канонами науково-історичної раціональності, а й контекстом соціальної системи в цілому. У зв'язку з цим спосіб гносеологічної заданості класифікаційних моделей, конструктів і образів гламуру задається як розумовими схемами, так і об'єктивними умовами життя. Тому класифікаційний порядок ранжирування таксонів гламурності презентується нами з урахуванням

трансформацій, що відбуваються в сучасному соціумі.

В цілому дослідницька робота з класифікаційними модифікаціями гламурної людини представила об'ємний матеріал для аналітичних узагальнень сутнісно-емпіричних характеристик гламурної суб'єктивності. При цьому сам процес виокремлення необхідного таксона демонструє рефлексивний досвід фіксації відкритих (заявлених) або прихованих (сутнісних) типологій гламурного суб'єкта. Наприклад, одні дослідники, вибудовуючи класифікаційну систематику гламуру, артикулюють субстанціональність його підстав, фундаментальність яких вимірюється шкалами включення у схеми світобудови. Інші автори, за допомогою когнітивної одиниці фрейму, намагаються обґрунтувати загальну природу візуальних образів гламурності, типологізуючи їх подібності та відмінності [10, с. 260-263]. Цікавою здається спроба дослідників, які співвідносять спрощену ідентифікацію гештальт-образів персонажів гламуру з їх реальними носіями, людьми, що живуть серед нас.

Завершуючи сценарій класифікаційних сюжетів гламуру через розподіл безпосередніх характеристик homo *glamuricus* за різними таксонам організуємо «правила впізнання» конкретних особистостей гламуру за допомогою таксонів, всередині яких містяться подібності та відмінності гламурної суб'єктивності.

**Висновки.** Осмислення процесу переформатування суб'єктності гламуру можна організувати за допомогою методологічного потенціалу класифікаційної проблематики, в якій систематизуються переборки основ таксонів з розбивкою на безліч специфічних ознак. При цьому інструментом аналізу взаємозв'язку між таксонами здатний виступити категоріальний ряд: явище-сутність-процес.

У запропонованому форматі категорія «явища» фіксуватиме емпірично виявлену характологічну різність персонажів гламуру; категорія «сутність» займеться «розбиранням» критеріїв фундаментальності загальних основ таксона в онтологічному ракурсі; а процес зафіксує ступінь залежності бажаних образів гламуру від соціокультурних детермінацій.

Включення класифікаційної проблематики в контекст гламуру дозволило таксомувати емпіричні відмінності і сутнісні подібності тих акторів гламурної реальності, про які згадували дослідники гламуру. Це: метросексуал, денді, представник середнього класу, селебриті, *jet-set* тощо.

За допомогою оперативних одиниць концепту – фрейма і гештальту, вдалося співвіднести в «класифікаційній мережі» персоніфікацію реальних людей сучасної України з тими образами гламуру, які вони позиціонують.

Перспектива подальшого вивчення проблеми. Оскільки будь-яка класифікаційна система працює в парадигмі свого часу, то множинність основ таксонів суб'єктів гламуру була проаналізована в контексті об'єктивних трансформацій сучасного соціуму.

Темпоральний розрив природи і культури, імперативно заданий викликом техногенної цивілізації, став онтологічною причиною в генезі антропологічної складової амбівалентності homo *glamuricus*.

Відповідаючи на цей виклик, людина гламуру зуміла переформувати власну буттєву екзистенцію в гламурно-технологічний формат. Цей акт став першим кроком реалізації ідеї безсмертя в проекті по створенню техно-людини. А вже в якій формі вічно зберігати свою молодість: в образі машини або електронної пам'яті – для сучасної homo *glamuricus* не актуальне.

#### СПИСОК ПОСИЛАНЬ:

1. Арьес Ф. Человек перед лицом смерти. М. : Прогресс, 1992. 528 с.
2. Балла О. Сияние homo *glamuricus* и его свойства. Знание-сила. 2008. № 6. С. 97-102.
3. Борисова Т. В. Влияние рекламы на формирование эстетических составляющих товара в техногенной цивилизации (философско-экономический аспект). Высшее образование, бизнес, предпринимательство: сб. науч. трудов. Том 1. 2012. С. 45–48.
4. Борисова Т. В., Петина М. А. Междисциплинарные основания гламура. Известия Самарского научного центра РАН. Том 17. №1-2. 2015. С. 184-186.
5. Борисова Т. В., Степанова О. С. Гламур в техногенной цивилизации: опыт философской рефлексии. Учебный, воспитательный и научные процессы в вузе. Сб. статей IX Российская научно- методическая конференция. 2011. С. 216-222.
6. Гарбузов Д. В. Антропология времени. Волгоград : Изд-во ВолГУ. 2009. 360 с.
7. Ковшов Е. М. Роль гедонизма в построении модели Homo *economicus*. Вестник Самарского государственного университета. 2012. № 5 (96). С. 90–94.
8. Конева А. В. Рецепция гламура в постсоветском социальном воображении. Вестник Самарского государственного университета. 2012. №8/1(99). С. 10–18.
9. Лоренц К. Так называемое зло. М. : Культурная революция. 2008. 616 с.

10. Микешина Л. Я. Категоризация и особенности создания абстракций в гуманитарных науках. *Философия науки. Методология и история конкретных наук*. 2006. С. 257–284.
11. Миронов А. В. Наука, техника и технологии: техно-этический аспект. *Вестник Московского государственного университета. Серия 7. Философия*. 2006. №1. С. 26-41.
12. Ростовцева Л. И. «Homo glamuricus» или «Человек гламурный» в России. *Философия хозяйства*. 2009. №6. С. 264–304.
13. Черкасова М. А., Гордис А. М. Техника в контексте проблематики экзистенциальной философии. *Гуманитарные и социально-экономические науки*. 2008. №4. С. 28-31.

#### REFERENCES:

1. Ares F. *Chelovek pered litsom smerti*. M. : Progress, 1992. 528 s.
2. Balla O. *Siyanie homo glamuricus i ego svoystva*. *Znanie-sila*. 2008. № 6. S. 97–102.
3. Borisova T. V. *Vliyanie reklamyi na formirovanie esteticheskikh sostavlyayuschih tovara v tehnogennoy tsivilizatsii (filosofsko-ekonomicheskii aspekt)*. *Vyisshee obrazovanie, biznes, predprinimatelstvo: sb. nauch. trudov*. Tom 1. 2012. S. 45–48.
4. Borisova T. V., Petinova M. A. *Mezhdistsiplinarnyye osnovaniya glamura*. *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra RAN*. Tom 17. №1-2. 2015. S. 184-186.
5. Borisova T. V., Stepanova O. S. *Glamur v tehnogennoy tsivilizatsii: opyt filosofskoy refleksi. Uchebnyy, vospitatelnyy i nauchnyye protsessyi v vuze*. *Sb. statey IX Rossiyskaya nauchno- metodicheskaya konferentsiya*. 2011. S. 216-222.
6. Garbuzov D. V. *Antropologiya vremeni*. Volgograd : Izd-vo VolGU. 2009. 360 s.
7. Kovshov E. M. *Rol gedonizma v postroenii modeli Homo economicus*. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2012. № 5 (96). S. 90–94.
8. Koneva A. V. *Retseptsiya glamura v postsovetskom sotsialnom voobrazhenii*. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2012. №8/1(99). S.10–18.
9. Lorents K. *Tak nazyvaemoe zlo*. M. : Kulturnaya revolyutsiya. 2008. 616 s.
10. Mikeshina L. Ya. *Kategorizatsiya i osobennosti sozdaniya abstraktsiy v gumanitarnykh naukah*. *Filosofiya nauki. Metodologiya i istoriya konkretnykh nauk*. 2006. S. 257–284.
11. Mironov A. V. *Nauka, tehnika i tehnologii: tehno-eticheskii aspekt*. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 7. Filosofiya*. 2006. №1. S. 26-41.
12. Rostovtseva L. I. «Homo glamuricus» ili «Chelovek glamurnyy» v Rossii. *Filosofiya hozyaystva*. 2009. №6. S. 264–304.
13. Cherkasova M. A., Gordis A. M. *Tehnika v kontekste problematiki ekzistentsialnoy filosofii*. *Gumanitarnyye i sotsialno-ekonomicheskie nauki*. 2008. №4. S. 28-31.

УДК 130.122 + 133.4 + 304.4

<https://doi.org/10.26661/2413-2284-2019-1-39-15>

© Семко Я.С.

аспирантка кафедры философии, социологии и менеджмента социокультурной деятельности  
Южно-украинский национальный педагогический университет имени К. Д. Ушинского)  
(м. Одесса, Украина)

[yana.semko.92@mail.ru](mailto:yana.semko.92@mail.ru)

ORCID 0000-0002-0704-567X

#### ТИПОЛОГИЧЕСКАЯ СИСТЕМАТИКА СУБЪЕКТОВ ГЛАМУРА

**Аннотация.** В статье исследуется сущность гламура, который стал для современного массового общества обусловленной реальностью. Гламур, придавая «особую окраску» современному капитализму, разделяет общество на новые группы. Логика гламура базируется на идее личного успеха и искажает смыслы общественного и личностного бытия человека. Современный массовый человек находится в пространстве тотальной симуляции. Целью исследования является попытка типологии системных субъектов гламура в современном украинском обществе. Поскольку любая классификационная система работает в парадигме своего времени, то множественность оснований таксонов субъектов гламура была проанализирована в контексте объективных трансформаций современного социума. Темпоральный разрыв природы и культуры, императивно заданный вызовом техногенной цивилизации, стал онтологической причиной в генезисе антропологической составляющей амбивалентности *homo glamuricus*.

**Ключевые слова:** гламур, онтология, реальность, типология, модель общество потребления, бренд.



© *Semko Yana*

Ph. D.-student, department of Philosophy, Social Studies and Sociocultural Activity Management,  
South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushynsky (Odessa, Ukraine)

[yana.semko.92@mail.ru](mailto:yana.semko.92@mail.ru)

ORCID 0000-0002-0704-567X

## TYOLOGICAL SYSTEMATICS OF GLAMOR ACTORS

**Summary.** *The article explores the essence of glamor, which has become a conditional reality for modern mass society. The aim of the study is to attempt a systemic typology of glamor actors in modern Ukrainian society.*

*Currently, glamor is already understood in the problem field of modern humanities as a phenomenon that needs to be described and studied. In modern culture, glamor has already acquired a rather clearly defined status and is considered as an independent cultural phenomenon. As part of the implementation of glamor as a strategy of human behavior, we analyze a special sociocultural type represented in modern post-industrial society – «homo glamuricus».*

*There are a number of differences between the initial stage of glamor functioning and its current state. If earlier the media activity of «glamorous persons» was provided by their professional activities, in modern society the sphere of activity of the «glamor person» moves to the area of leisure and entertainment. The boundaries between the areas of «private» and «public» are blurred even more.*

*Glamor is understood by us as a holistic lifestyle that exists in different manifestations: this is a special relationship to things, the following of fashion, a certain sphere of professional occupations, the ways of organizing leisure. Glamor is a lifestyle that positions itself as elitist. Therefore, carriers of style emphasize the exclusiveness of the glamorous quality of life, its inaccessibility for all but the elect.*

*Since any lifestyle is built according to the rules (that is, it includes the recommended behaviors, the way of dressing, the ways of organizing leisure), the presence of manuals describing the recommended practices of everyday behavior seems to be normative and explainable. At present has been published a sufficient body of literature, which covers the functioning of glamor and its representation in human behavior at the end of the 20th and the beginning of the 21st centuries.*

*The first thing on which the reader's attention is concentrated on by the analyst of glamor is the «elusiveness» of glamor, its special charm. Glamor is elusive in nature, it has an elusive magnetism that is easy to spot and recognize. Different authors, writing about the phenomenon of glamor, agree that the beginnings of glamor do not lie in the plane of external influences (plastics, cosmetics or costume images), but in the sphere of spirit. Thus, it is not natural affiliation to glamor that is emphasized by virtue of an attractive appearance or a certain financial situation, but the possibility of acquiring it through training. On these grounds, the rules of glamor are formed, which regulate the behavior of the «glamor person».*

*In the design of the glamor image a significant place is given to external attractiveness. The image of old age is outside the coordinate system defined by glamor, since it does not correspond to the external attractiveness, considered by this style as a standard. However, old age is not only wrinkles, loss of posture and the presence of chronic diseases, but it is also a huge store of life experience, which is thus isolated from this lifestyle.*

*Comparison of a man with a deity, and his body with a temple in glamor achieves its absolutization. The rules for caring for your own body are clearly defined, and their non-observance entails the loss of external charm, which is unthinkable for glamor. Experts in the field of glamor, however, realize that modern glamor is cruel to their adepts. Modern man must suffer in the name of approaching glamor, and experience the ecstasy of his glamor. Pleasure for him is not a gift from above, but a daily duty, labor service.*

**Keywords:** glamor, ontology, reality, typology, consumer society model, brand.