

УДК 7.067:316.728

ХУДОЖНЬО-ЕСТЕТИЧНИЙ ВИМІР ГЛАМУРУ

Безугла Руслана Іванівна – кандидат мистецтвознавства, доцент,
завідувач кафедри графічного дизайну, Національна
академія керівних кадрів культури і мистецтв, м. Київ
orcid.org/0000-0003-1190-3646
doi.org/10.35619/ucpmk.vi28.87
r.bezuhla@gmail.com

Стаття присвячена дослідженню гламуру, який виявляє свою специфіку крізь призму теорії симулякрів культури постмодернізму. Розглянуто категорії «художність» і «естетичний ідеал» в контексті сучасної естетики постмодернізму, а також процеси естетизації повсякденного життя людини, які набувають сьогодні загальний і вельми неоднозначний характер. Мистецтво розглядається як динамічна система, яка зазнає впливу зовнішнього середовища: digital-технологій і суспільства споживання. Обґрунтовується ідея про те, що сучасні гламурні «твори» наділені певною ауратичністю, що частково пояснює їх значну популярність в сучасному суспільстві.

Ключові слова: гламур, візуальне мистецтво, художність, твір мистецтва, естетичний ідеал, образ, аура, повсякденність.

Постановка проблеми. Сучасні мистецтвознавці стверджують, що на межі XX–XXI століть змінилося не тільки уявлення про межі художності, змінився і сам феномен художності. Відбулися радикальні зміни в уявленнях про художників, художню творчість, твори мистецтва тощо, відповідно змінився й естетичний ідеал та естетичне бачення світу. Художній простір став простором соціальним, а естетичний ідеал – маркером особистісних цінностей і можливостей самопрезентації людини в суспільстві, при цьому відношення естетичного ідеалу до декларованих «ззовні» культурних цінностей є досить умовним. Відбулася зміна естетичних уявлень суспільства про прекрасне і розмивання моральних норм поведінки індивіда в соціумі. Digital-технології дозволили авторам (навіть якщо вони перебувають в різних країнах) спільно створювати твори в режимі реального часу. Всі ці нові форми існування мистецтва в сучасності змінюють і простір художньої культури.

Огляд останніх публікацій. В сучасній гуманітарній науці існує значна кількість досліджень присвячених проблемі дослідження «критеріїв» художності. В межах нашої статті ми зупинимось тільки на деяких напрямках та підходах. В. Бичков і Н. Маньковська вважають, що радикальні зміни, які відбулися в сучасній естетичній парадигмі, вимагають докорінного перегляду підходів, які склалися в естетичній науці в її класичному розумінні, оскільки традиційні естетичні категорії «художній образ», «художнє» все частіше замінюються поняттями «концепт», «симуляр», «об'єкт» тощо [4;10]. Домінуючими стають цінності постмодернізму – терпимість до маргінальності і бунтарства, космополітизму, індивідуалізму тощо. 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 і означають відхід від розуміння мистецтва, як вираження певних загальнозначущих і ціннісних смислів. На думку О. Кривцуна, позиція сучасного художника, визначається, з одного боку, втратою відчуття високої місії творця, «покликання» художника, з іншого – завищеною зарозумілістю [9]. Головним досягненням постмодерністської культури став плюралізм художніх «думок» та підходів, точніше, їх паралельності по відношенню один до одного. Для розкриття сутності та специфіки сучасного гламуру в контексті трансформаційних процесів, в тому числі і комодифікації та теорії симулякрів важливими стали роботи Дж. Агамбена, В. Беньяміна, Ж. Бодрійяра, Ж. Дельоза, В. Дьяконова, І. Нікітіної.

Мета статті: розглянути гламур та гламурний образ у співвідношенні з критеріями художності та крізь призму теорії симулякрів культури постмодернізму.

Виклад основного матеріалу. В останнє десятиліття XX століття в системі аксіологічних домінант сучасного суспільства посилився вплив такого художньо-мистецького феномену як гламур, який увібравши в себе певні «трансцендентальні передумови смислоутворення, спирається на певний естетичний канон та містить певні сценарії соціальної поведінки» [12, 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. І хоча, атрибутивні характеристики гламуру існували і в

попередніх епохах, безсумнівною залишається їх принципово нова інтерпретація саме в сучасному суспільстві, що пояснюється з одного боку, підвищеним інтересом до проблем естетизації повсякденності, а з іншого – культурними стереотипами масової культури, необхідністю дотримуватися загальноприйнятих зразків, а також і процесами комодифікації.

Сутність та специфіка сучасного гламуру виявляється крізь призму теорії симулякрів (Ж.Бодрійяр). Симулякр – одне з ключових понять в постмодерній естетиці і, на думку Н. Маньковської це – «образ відсутньої дійсності, правдоподібна подоба, позбавлений оригіналу, поверховий, гіперреалістичний об'єкт, за яким не стоїть будь-яка реальність» [10]. Вважається, що симулякр в естетиці «зайняв місце», яке раніше в класичних естетичних системах належало художньому образу [11]. В цьому контексті важливо відмітити, хоча б схематично, основну відмінність між художнім образом і симулякром. Художній образ – це образне відображення того, що існує, певний фрагмент реальності, те що має в реальному світі власний оригінал, образ який більш менш адекватно «описує» певні об'єкти і виражає почуття митця. Симулякр – це образ відсутньої дійсності, подоба, яка не має в реальному світі власного оригіналу, це явище, якого насправді не існує, але яке, згідно задуму митця, повинне існувати. Симулякр орієнтований не на теперішнє або минуле, а на майбутнє, пропонує певну альтернативу дійсності і створюється з наміром навіяти аудиторії відчуття необхідності реалізації цієї альтернативи [3; 11]. Основною відмінністю симулякра є те, що він являє собою не поняття, а чуттєву (емоційно насичену) «картинку», яка «звертається» не до розуму людини, а до її почуттів. В основі «теорії» симулякрів закладений принцип створення «штучного» ефекту в поданні повсякденності, прагнення її прикрасити та ідеалізувати реальні процеси, в результаті чого реальність набуває симулятивного характеру. «Свідомість має потрапляє в сфери деконструкції і симуляції» [7].

Під вплив гламуру найбільше підпала сфера візуального мистецтва: кінематограф, фотомистецтво, живопис, архітектура, мода тощо. Сучасне візуальне мистецтво є одним з найбільш динамічних феноменів, що знаходячись під впливом трансформаційних процесів, чутливо реагує на зміни в галузі медіа та digital-технологій та постійно набуває нових форм, які можна розглядати як ланцюг послідовно виникаючих нових практик, що не замінюючи попередні стають їх гармонійним продовженням. За словами В. Дьяконова, сучасне мистецтво – це навіть не вибір стилів, це система уявлень, можливість висловитися, яку отримує кожен [8], мистецтво яке характеризується наявністю різних, інколи навіть і суперечливих, напрямів, концепцій, художніх принципів тощо. Серед новітніх тенденцій, що визначають його розвиток є технологізація, 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. «Глянцевість» виступає як нова характеристика й новий атрибут естетичного в галузі візуального мистецтва та візуальних образів. Це проявляється, в першу чергу, в підході до «стандартів» людського тіла і обличчя, в прагненні наблизити їх до «бездоганно-ідеального» стану, до якостей, які властиві штучним «матеріалам»: ідеальні форми, гладкість, блиск, яскравий колір тощо.

В гламурі закладене прагнення до візуальної досконалості. В якості еталону краси фігурують глянцева зображення, зірки телеекрану та селебрітіс. Проте, запропоновані штучно створені образи є майже недосяжними пересічному громадянину в силу різноманітних об'єктивно-суб'єктивних чинників. Розбіжність між реальністю та «ідеальною досконалістю» пропонованого канону, досить часто сприймається як фізичний «недолік» (породжує невдоволення собою) і особистий «неуспіх» тощо. Невідповідність ідеалу викликає дещо невротичне ставлення особи до власної зовнішності. Завдяки діяльності засобів масової інформації та комунікації в сучасній культурі сформувався міф, що «ідеальні» зовнішні дані – необхідна (і майже єдина) умова доступу до щасливого життя, успіху, статусу, можливостей тощо. Відбувається формування гіпногенної реальності, яка «зачаровуючи та спокушаючи, направлена на розвиток і підтримання «особливої» нелюдської тілесності, в основі прагнення до якої лежить магічне бажання влади над світом» [5].

В цьому контексті потрібно чітко визначитися, як ми розуміємо поняття гламурної фетиш-краси. В першу чергу, воно немає жодного відношення до краси душі (спіритуалістичний підхід), до природньої грації рухів тіла або обличчя (ідеалістичний підхід), або до «унікальності» тіла, яка може проявлятися навіть в підкресленій потворності (романтичний підхід). Таким чином, під гламурною фетиш-красою ми розуміємо штучну красу, що прив'язана до загального стереотипу моделей краси (образів-кліше), до постійного штучного удосконалення, нарцисизму та демонстративності. Коли тіло (і обличчя в тому числі) несе на собі знак належності до гламуру, це «усунене тіло, що підпорядковане дисципліні, тотальній циркуляції знаків. Це, нарешті, прихований за допомогою макіяжу дикий стан тіла, це ваблення, що включені в цикл моди» [3, С. 189].

Зрозуміло, що подібна краса породжує бажання та прагнення до наслідування, вона спокушає, адже створюється ілюзія доступності для всіх, потрібно тільки докласти певних зусиль та витратити певні кошти. Фетиш-краса знаходиться в оточенні різноманітних моделей (які репрезентовані глянцевиими журналами, засобами масової інформації та комунікації, Інтернетом тощо), вона «закрита», систематизована і в певному сенсі дещо ритуалізована в якомусь ефемерному середовищі. Гламурна «краса» («сконструйоване» за допомогою спорту, дієт або пластики тіло, правильно підібраний макіяж, відповідний одяг тощо) виступає як знак. Тобто, предметом бажання стає артефакт (штучний предмет, якого не могла б створити природа без людського втручання, людських рук). Гламурна краса постійно прагне до певної штучної досконалості, а відповідність всім ідеалам цієї штучності дозволяє сподіватися на відповідний «бартер» (успіх, популярність, кар'єра, соціальна значущість тощо).

Оскільки мистецтво є відкритою системою, воно дуже чутливо реагує на різноманітні зміни, які відбуваються в соціумі. З одного боку, мистецтво існує як певна єдність видів, для яких характерні такі спільні ознаки, як образність, справжність, художність, оригінальний авторський підхід тощо. З іншого – мистецтво, як відкрита система (як ми це вже зазначали), підпадає під вплив різних соціокультурних та економічних процесів, в першу чергу це – розвиток digital-технологій, в тому числі й інформаційних (що змушує митців шукати нові засоби, прийоми та форми), та процеси комодифікації, під впливом яких твори мистецтва перетворюються на «товар» який залежить від споживання. Естетизація повсякденності набуває загального характеру, зачіпаючи, по суті, всі галузі людського буття, як процес, що тотально «охопив» сучасну культуру. Велика кількість людей прагнуть «споживати» твори мистецтва, як звичні речі (прикрашати житло, використовувати в якості аксесуарів тощо), але це можливо тільки з допомогою репродукування творів мистецтва, яке на думку багатьох позбавляє їх аури, оригінальності та естетичної унікальності. Теодор Адорно відмічав, що поняття «твір мистецтва» є певним оксюмороном, оскільки в ньому закладене діалектичне протиріччя між формою, в якій воно себе виражає змістовно і вічною незвідністю цього змісту до його речової (товарної) форми. Найяскравіше це виражено в сучасній рекламі, яка наслідуючи форму твору (що інколи призводить до різноманітних розмірковувань про рекламу як мистецтво) фактично прагне до ототожнення товару та його рекламного образу, прагне до продажу самого образу, як ще одного товару.

Вищезазначені питання потребують звернення до класичного тексту Вальтера Беньяміна (*Benjamin*, 1892-1940) «Твори мистецтва в епоху його технічного відтворення». Ключовою в цій роботі стала ідея автора про втрату аури твором мистецтва в епоху панування сучасних технологій копіювання. Фотографія та кінематограф (у Беньяміна) – це ті засоби, які призводять до втрати аури, нівелюючи мистецтво унікального («високе мистецтво»). Питання про те наскільки певний «предмет» (твір мистецтва, образ, артефакт, об'єкт) наділений ауру, найчастіше розпадається на два локальних питання: чи володіє «твір» здатністю до еманції, випромінюванню атмосфери, настрою, дихання понад своїм наративним змістом? чи в достатній мірі контакт з ним «тут і зараз» викликає особливе переживання справжності, значимості і неповторності цього моменту? У Беньяміна відсутнє однозначне розуміння аури, поняття в його роботах є більше метафорою, ніж чіткою дефініцією. Автор вводить і пояснює це поняття спираючись на досвід сприйняття природних об'єктів та приписує аурі діагностичну функцію. Така позиція призводить до певних протиріч. З одного боку, аура виявляється тим феноменом, який не зовсім логічно вписується в проблематику культу та ідеології. Він вважає, що аура повністю може реалізувати свою дієвість тільки в традиційному творі мистецтва та «зморщується» у випадку технічно репродукованих образів. Руйнування аури, в такому контексті, Беньямін розглядає як позитивну ознаку, яка свідчить про наявність процесу деідеологізації мистецтва. Проте, якщо враховувати можливість широкого тлумачення матеріальності, аура здатна зберігати свою дієвість і у «продуктах» мистецтва, створених за допомогою різноманітних технічних засобів (світлина, репродукції, кінообрази тощо). Якщо матеріальність тлумачити у зв'язку із «видимістю» (візуальністю), то навіть у випадку із цифровими зображеннями можна (при певних умовах) виявити ознаки ауратичності.

Невипадково в останній час, серед філософів і мистецтвознавців, часто йдеться про «повернення» аури творам мистецтва. Так, Дж. Агамбен (*Agamben*, 1942) говорить про «нову» ауру, яка повертається кожного разу, коли ми маємо справу з твором мистецтва [1]. Борис Гройс (1947) вбачає в сучасному мистецтві відродження аури в ситуації документування, адже документ також містить в собі певну ауратичність, яку використовують твори сучасного мистецтва, щоб продовжувати бути мистецтвом в традиційному сенсі [6]. Тобто, спостерігається дещо «природне» відношення до «аури», коли вона або стає метафорою «атмосфери» (Агамбен), або коли ефект

справжності документа підміняє собою справжність як культову цінність (Гройс). Аура (у Беньяміна), як відчуття справжності та унікальності – це трансценденція, яка залишається тільки у досвіді чуттєвого сприйняття. Беньямін описує ауру, як чистий ефект непоправної втрати, тому вона безпосередньо пов'язана із меланхолією виробництва і технічної відтворюваності. При подібному розумінні долається досить сильна метафорична складова цього поняття, так воно денатуралізується і стає поняттям ґносеологічним, через яке ми отримуємо можливість розуміти та інтерпретувати численні явища мистецтва, як минулого так і сучасного.

Сьогодні ми вже можемо говорити про те, що будь-який твір мистецтва неминуче бере участь в акті власного відтворення. Тобто, як тільки йде мова про «твір мистецтва», то він втрачається в якості об'єкта, він стає «творінням» (за визначенням Беньяміна). А в якості «творіння» або «шедевр» воно функціонує майже як «товарний бренд», що постійно відтворюється в якості цінності. Без цієї символічної цінності, що досягається повтором, тиражуванням, перетворенням творів в кітч, вже неможливо мислити сприйняття творів. Вони вже існують не для сприйняття, а для споживання.

На думку Беньяміна, в розпаді аури «винні» дві обставини, які безпосередньо пов'язані із постійним зростанням ролі мас в сучасному житті. В першу чергу, мова йде про пристрасне бажання «наблизити» до себе речі, що є характерним для сучасних мас. По-друге – це тенденція подолання унікальності будь-якої даності через прийняття її репродукції [2].

Важливо відмітити, що поняття «ауратичність» в сучасній гуманітаристиці пов'язують виключно художніми образами (В. Беньямін, О. Петровська, І. Інішев та інші), що звужувало межі нашого дослідження тільки до візуальних зображень гламурних образів. Але оскільки гламурний образ – це не тільки візуальне зображення (світлина в глянцевиx журналах, реклама тощо), але і візуальна репрезентація, яка безпосередньо пов'язана із матеріальною складовою (тілесність, одяг, предмети розкоші тощо) та манерою поведінки. В цьому контексті важливим став підхід німецького філософа Гернота Бьоме (*Böhme*, 1937), який він запропонував в кінці XX – початку XXI століть. Основою цього підходу стала ідея первинності досвіду атмосферичного (ауратичного) по відношенню до досвіду речі. На його думку, не тільки твір мистецтва чи образ, але і сама фізична річ володіє своєю специфічною аурую, яка конститує первину просторовість, в межах якої і відбувається сприйняття речі. Ця атмосферична (ауратична) просторовість пов'язана з матеріальними якостями речі. Останні Бьоме тлумачить як «екстази» – властивості речі, які сприймаються чуттєво (це не те, що річ «має», а те, за допомогою чого її «сутність» іррадіює назовні). Отже, відповідно підходу Бьоме, художня діяльність – це тільки одна з форм «естетичної роботи», яка полягає у «виробництві атмосфер» (тобто, аури) [13]. Вищезазначене дозволяє виявити наявність певної ауратичності у гламурних образах. Ауратичне переживання виникає тільки тоді, коли відбулося поєднання всіх складових гламурного образу (будь-яка навіть «незначна» невідповідність може зруйнувати «гламурну» ауру). Аура в своїй неповторній якості – завжди неочікувана, умови її народження незрозумілі, і всі ці характеристики дозволяють мислити зону ауратичного як зону граничного, прикордонного, проблематичного, загадкового.

Висновки. Отже, гламурна аура – це відчуття енергетичної сили, «залученість» сприймаючої особи до розуміння смислів візуального образу (зображення). Гламурна аура виникає тільки при наявності та в сукупності всіх трьох складових гламурного образу («фізичної», психологічної та естетичної досконалості). І тільки тоді можна говорити про ефемерність гламуру, його «вислизуючу, загадково-хвилюючу і часто ілюзорну привабливість, яка розбурхує уяву і розпалює смак до незвичайного, несподіваного, барвистого або екзотичного...» та «дивно-спокусливу атмосферу романтичного чарівництва, що зачаровує, незбагненою, нездоланно-магнетичною чарівністю; індивідуальну чарівність у поєднанні з незвичайною фізичною та сексуальною привабливістю» [14]. Такий підхід дозволяє найбільш ґрунтовно пояснити сутність гламурної аури, як «простору», де реалізується і одночасно репрезентується взаємопроникнення матеріального і духовного, індивідуального та соціального. Можна констатувати, що сучасний гламур – це привабливий, зрежисований та сконструйований образ медіа реальності, який набуває ауратичності образу разом із сприйняттям.

Список використаної літератури

1. Агамбен Дж. Искусство, без-деятельность, политика. Социологическое обозрение. 2007. Т. 6. № 1. С. 41–46.
2. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Учение о подобии. Медиаэстетические произведения. М.: РГТУ, 2012. С. 190–234.
3. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака [Пер. с франц. Д. Кралечкина]. М.: Академический Проект, 2007. 336 с. (Серия «Философские технологии»).

4. Бычков В. В. Эстетика. М., 2002. С. 171–172.
5. Газарова Е. Гламурная телесность. URL: <http://www.psynavigator.ru/articles.php?code=361> (дата звернення: 11.01.2019).
6. Гройс Б. Комментарии к искусству. Художественный журнал, 2003. 344 с.
7. Делез Ж. Логика смысла. М., 1998. С. 276.
8. Дьяконов В. Поверхность и содержание: современному искусству не хватает наглядности. Новый мир искусства. 2005. №7 (42). С. 30.
9. Кривцун О. А. Художник на сцене воображаемого. Человек. 2005. №4. С. 34.
10. Маньковская Н. Б. «Париж со змеями» (Введение в эстетику постмодернизма). М., 1995. С. 99.
11. Никитина И. П. Философия искусства. М.: Издательство «Омега-Л», 2010. 559 с.
12. 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.
13. Böhme G. Aisthesis. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre. München: Wilhelm Fink Verlag. 2001. P. 6–48.
14. Webster's third new international dictionary of the English language / editor in chief Philip Babcock. – Chicago : Encyclopaedia Britannica, Inc., 1993. – 1016 p.

References

1. Agamben Dzh. Iskustvo, bez-deyatelnost, politika. Sotsiologicheskoe obozrenie. 2007. T. 6. № 1. S. 41–46.
2. Benyamin V. Proizvedenie iskustva v epokhu ego tekhnicheskoy vosproizvodimosti. Uchenie o podobii. Mediaesteticheskie proizvedeniya. M.: RGGU, 2012. S. 190–234.
3. Bodriyyar Zh. K Kritike politicheskoy ekonomii znaka [Per. s frants. D. Kralechkina]. M.: Akademicheskiiy Proekt, 2007. 336 s. (Seriya «Filosofskie tekhnologii).
4. Bychkov V. V. Estetika. M., 2002. S. 171–172.
5. Gazarova Ye. Glamurnaya telesnost. URL: <http://www.psynavigator.ru/articles.php?code=361> (data obrashcheniya: 11.01.2019).
6. Groys B. Kommentarii k iskusstvu. Khudozhestvennyy zhurnal, 2003. 344 s.
7. Delez Zh. Logika smysla. M., 1998. S. 276.
8. Dyakonov V. Poverkhnost i sodержanie: sovremennomu iskusstvu ne khvataet naglyadnosti // Novyy mir iskusstva. 2005. №7 (42). С. 30.
9. Krivtsun O. A. Khudozhnik na stsene voobrazhaemogo // Chelovek. 2005. №4. S. 34.
10. Mankovskaya N. B. «Parizh so zmeyami» (Vvedenie v estetiku postmodernizma). M., 1995. S. 99.
11. Nikitina I. P. Filosofiya iskustva. M.: Izdatelstvo «Omega-L», 2010. 559 s.
12. Shevchenko O. K. «Glamurizatsiya» politichnoy vladi yak simptom suspilnoy tsinnisnoy korozii. Naukovi zapiski Institutu politichnikh i etnonatsionalnikh doslidzhen im. I. F. Kurasa, 2011. Vip.4. S.127–137.
13. Böhme G. Aisthesis. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre. München: Wilhelm Fink Verlag. 2001. P. 6–48.
14. Webster's third new international dictionary of the English language / editor in chief Philip Babcock. – Chicago : Encyclopaedia Britannica, Inc., 1993. – 1016 p.

ХУДОЖЕСТВЕННО-ЭСТЕТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ГЛАМУРА

Безуглая Руслана Ивановна – кандидат искусствоведения, доцент,
кафедра графического дизайна,
Национальная академия культуры и искусств, г. Киев

Статья посвящена исследованию гламура, который проявляет свою специфику сквозь призму теории симулякров культуры постмодернизма. В контексте современной эстетики постмодернизма проанализированы категории «художественность» и «эстетический идеал», а также процессы эстетизации повседневной жизни человека, которые приобретают сегодня общий и весьма неоднозначный характер. Искусство рассматривается как динамическая система, которая подвергается воздействию внешней среды: digital-технологий и общества потребления. Обосновывается идея о том, что современные гламурные «произведения» обладают определенной аурачностью, что отчасти объясняет их большую популярность в современном обществе.

Ключевые слова: гламур, визуальное искусство, художественность, произведение искусства, образ, аура, повседневность.

ARTISTIC AND AESTHETIC DIMENSION OF GLAMOR

Bezugla Ruslana – Ph.D in Arts, associate professor,
the Department of Graphic Design,
National Academy of Culture and Arts Leadership, Kyiv

The article is devoted to the phenomenon of glamor, which manifests its specificity through the prism of the theory of simulacra of the culture of postmodernism. The categories of «artistic creation» and «aesthetic ideal» are analyzed in the context of modern aesthetics of postmodernism, as well as the processes of aestheticization of everyday human life, which

are becoming common and very ambiguous today. Art is considered as a dynamic system that is exposed to the external environment: digital-technologies and consumer society. It justifies the idea that modern glamorous «works» are endowed with a certain auraticity, which partly explains their great popularity in modern society.

Key words: glamor, visual art, artistic creation, work of art, aesthetic ideal, image, aura, everyday life.

UDC 7.067:316.728

ARTISTIC AND AESTHETIC DIMENSION OF GLAMOR

Bezuga Ruslana – Ph.D in Arts, associate professor,
the Department of Graphic Design,

National Academy of Culture and Arts Leadership, Kyiv

The purpose of this work is to consider the glamor and glam image in relation with the criteria of artistry and through the prism of the theory of simulacra of the culture of postmodernism.

The research methodology is a combination of an interdisciplinary principle that made it possible to consider glamor in the context of the aesthetic ideal and as the main strategy of the culture and art of the 21st century.

Results. The main difference between the artistic image of the glamorous.

It is proved that «glossiness» appears as a new characteristic and a new attribute of the aesthetic in the field of visual art and visual images, and modern glamorous «works» are endowed with a certain auraticity, which partly explains their great popularity in modern society.

Novelty. The definition of the concept of «glamorous fetish beauty» is given. The essence of the glamor aura is revealed, as «spaces» where the interpenetration of material and spiritual, individual and social is realized and simultaneously represented. The reason for the dominance of glamorous images in the modern socio-cultural space.

Practical significance. The results of the study can be the basis for a deeper study of the problem of the influence of visual and visual images on the formation of the value bases of modern culture and art. They can be used in such areas of scientific knowledge as art history, cultural studies, theory and history of culture, sociology, history.

Key words: glamor, visual art, artistic creation, work of art, aesthetic ideal, image, aura, everyday life.

Надійшла до редакції 15.11.2018 р.

УДК 7.012-044.7

ЧАС У СТРУКТУРІ ВІЗУАЛЬНО-ГРАФІЧНОЇ СИСТЕМИ НАВЧАЛЬНОГО ПРОСТОРУ

Скляренко Наталія Владиславівна – кандидат мистецтвознавства, доцент,
Луцький національний технічний університет, м. Луцьк
doi.org/10.35619/ucpmk.vi28.88
nata_skliarenko@ukr.net

Розкрито роль параметру часу у формуванні структури візуально-графічної системи навчального простору в контексті системного підходу. Проаналізовано особливості часових характеристик концептуального, художньо-композиційного, системного структурних рівнів візуально-графічної системи. Системоутворююча роль часу полягає у підвищенні динаміки системи за рахунок зміни організації середовища, його геометризації та зміни сприйняття. За допомогою параметру часу можна проектувати динамічний навчальний простір, що відповідає природним часовим періодам із використанням графічних засобів. Такий підхід дозволить вирішувати проблеми ефективності використання, сприйняття та проектування візуально-графічної системи у взаємодії з цілісним навчальним простором та людиною в ньому.

Ключові слова: час, візуально-графічна система, навчальний простір, системний підхід, динаміка.

Постановка проблеми. Важливість часу у життєдіяльності людства є незаперечною. Інтенсивність змін у суспільстві, свідомості та способі життя людей призводить до всезагального переоцінювання часу і необхідності переосмислення його візуальних концепцій. Часові трансформації не залишають осторонь і сферу освіти. Неперервний розвиток та формування особистості учнів і студентів забезпечують навчальні заклади, що являють собою динамічний соціокультурний простір. Він потребує можливостей постійного перетворення, швидкої адаптації до оновлення людського ресурсу, усвідомленої динамічної реакції на перебіг навчального процесу. Таким вимогам відповідають засоби візуальної комунікації навчального простору. Взаємодія безлічі графічних елементів з інтер'єром, архітектурно-ландшафтним середовищем та людиною є найбільш помітною впродовж періоду існування кожного навчального закладу.

Час влітається в структуру графічної системи, визначає її характер та забезпечує цілісність сприйняття навчального простору. Сучасні дизайнери з різних причин не враховують параметр часу у проектуванні об'єктів, акцентуючи увагу лише на художньо-композиційних аспектах графічних