

DOI: 10.31866/2410-1311.37.2021.236003
УДК 391:17.036.1:[001.2:159.955.4

ГЛАМУР І МОДА: КУЛЬТУРОЛОГІЧНА РЕФЛЕКСІЯ

Хлистун Олена Сергіївна

Доктор культурології, доцент,
ORCID: 0000-0002-1764-6559, e-mail: with_joy@ukr.net,
Київський національний університет культури і мистецтва,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Хлистун, О.С. (2021). Гламур і мода: культурологічна рефлексія. *Питання культурології*, (37), 93-102. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236003>.

Анотація

Мета статті — систематизувати та проаналізувати напрацювання щодо гламуру, зокрема його зв'язку з модою, фешн-індустрією, з акцентуацією на дисертаціях українських дослідників. Дослідження гламуру можна визначити актуальною практичною проблемою, яку повинне вирішувати суспільство, адже його проникнення в повсякденне життя порушує низку питань, які торкаються традиційного уявлення про красу, тілесність, естетику, мораль тощо. Методологія дослідження ґрунтується на загальнонаукових та спеціальних методах наукового пізнання. Принципи неупередженості, об'єктивності та достовірності уможливили всебічний аналіз об'єкта дослідження. Контент-аналіз дав змогу виявити та проаналізувати, а системний метод — систематизувати наявні напрацювання. Методи аналізу та синтезу дали змогу деталізувати основні напрями досліджень моди і гламуру. Наукова новизна. Проаналізовано основні напрями досліджень моди, гламуру та співвідношення цих понять у дисертаційних роботах українських науковців. Висновки. Можна зробити попередні висновки, що у сучасному суспільстві гламур стає своєрідною ідеологією, осучасненим результатом естетизації людиною свого відношення до себе, до інших людей та навколишнього світу. Найчастіше гламур пов'язують з модою, стилем, фешн-індустрією. На пострадянському просторі, зокрема в Україні, зростає наукове зацікавлення питаннями гламуру, моди, фешн-індустрії, проте дисертаційних досліджень вкрай мало. Так, можна зазначити мистецтвознавчі дослідження Р. Безуглої та В. Будяк, філософське — Я. Семко. Побічно гламуру торкаються у своїх дисертаційних роботах філософ В. Крилова та культуролог В. Яромчук. Водночас взаємозв'язок моди й гламуру й досі лишається недостатньо вивченим. Це потребує звернення уваги на окремі публікації, в яких проаналізовані різні аспекти гламуру, моди та фешн-індустрії.

Ключові слова: гламур; мода; фешн-індустрія; українські дослідники; дисертаційні роботи

Вступ

Нині захоплення гламуром, яке виходить далеко за межі кінематографа, фешн-індустрії, шоу-бізнесу, все активніше проникаючи в повсякденність, потребує зростання значущості традиційних соціальних констант, підтримки універсальних цінностей та традицій культури, насамперед меморативних, з орієнтацією уваги на «ерозії її традиційних основ легітимності» (Айзенштадт, 2004). Як зазначає українська дослідниця Я. Семко (2019): «Гламурні технології починають все частіше використовуватися в діяльності соціально-активних суб'єктів (що є характерним для країн пострадянського простору, зокрема для сучасної України). Гламур використовується як дієвий та витончений інструмент нав'язування певних соціальних стереотипів поведінки й спрямованості індивідуальної активності» (с. 1).

Відтак дослідження гламуру можна визначити актуальною практичною проблемою, яку повинне вирішувати суспільство, адже його проникнення в повсякденне життя порушує низку питань, що торкаються традиційного уявлення про красу, тілесність, естетику, мораль тощо. З іншого боку, захоплення гламуром — це і показник зростання благополуччя в суспільстві, вивільнення творчого потенціалу людини, переорієнтація на інші духовно-інтелектуальні й соціокультурні пріоритети, які неминучі в умовах динамічних суспільних трансформацій.

Отже, будь-яке нове явище, до яких, без сумніву, належить гламур, потребує підґрунтя у вигляді напрацьованого століттями соціокультурного досвіду, попередньо заданих непорушних постулатів, в основі яких зазвичай перебувають не матеріальні цінності. Тому дедалі частіше до дослідження гламуру звертаються представники гуманітарного знання — культурологи, соціологи, мистецтвознавці та ін. Гламур проникає у всі сфери суспільного життя. Найбільш тісно його пов'язують з модою. Саме спроба систематизації досліджень у цьому ракурсі й визначає предмет нашої наукової розвідки.

Мета статті

Мета статті — систематизувати та проаналізувати напрацювання щодо гламуру, зокрема його зв'язку з модою, фешн-індустрією, з акцентуацією на працях українських дослідників. Методологія дослідження ґрунтується на загальнонаукових та спеціальних методах наукового пізнання. Принципи неупередженості, об'єктивності та достовірності уможливили всебічний аналіз об'єкта дослідження. Контент-аналіз дав змогу виявити та проаналізувати, а системний метод — систематизувати існуючі напрацювання. Методи аналізу та синтезу дали змогу деталізувати основні напрями досліджень моди і гламуру. Наукова новизна. Проаналізовано основні напрями досліджень моди, гламуру та співвідношення цих понять у дисертаційних роботах українських науковців.

Виклад матеріалу дослідження

Гламур (англ. *Glamour*) — шарм, чарівність. Сяйво, блиск, краса, виразність, шик, розкіш — це ще не повний перелік синонімів чи означень, які відповідають цьому поняттю.

Особливо популярним гламур став наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. Однак перші кроки на шляху гламурної естетизації життя були зроблені ще зірками кіно в 30–50-х роках ХХ ст. Мода на вишуканий, розкішний та дещо відвертий одяг, яка демонструвалася з екранів такими відомими кінодівами, як М. Дітріх, Р. Хейворт, Г. Келлі, Б. Бардо, Е. Тейлор та ін., не тільки викликала захоплення у втомленого двома світовими війнами суспільства, а й стимулювала у населення прагнення слідувати канонам такого зіркового життя. Життя кінодіви на екрані мало свою реальність: «ця реальність пропонувала людині найбільш потужну — заманливу і привабливу форму гламуру, а голлівудська зірка стала самою гламурною фігурою, яку коли-небудь бачив світ» (Уайт & Гриффитс, 2008, с. 73).

Так гламур став символом достатку, а також супутником періодів глобальних соціокультурних трансформацій. «Потенційна можливість експансії зберігається в людських очікуваннях щастя і чарівництва, у формах соціальних міфологем, в будь-якій події, інформаційному факті, що за допомогою механізмів гламурної експансії перетворюються на знаки і симулякри» (Семко, 2019, с. 11).

У сучасному суспільстві консюмеризму, ідеалів гедонізму, масовізації культури, коли людина прагне все нових вражень та емоцій, які часто стають альтернативою звичного стилю життя, гламур стає своєрідною ідеологією, осучасненим результатом естетизації людиною свого відношення до себе, до інших людей та навколишнього світу.

Захоплення гламуром привертає до нього увагу науковців. Останнім часом на пострадянському просторі зростає кількість дисертаційних робіт, присвячених гламуру. Зупинимось на них більш ґрунтовно.

Гламуру присвячена низка дисертацій російських авторів, зокрема К. Точилова (2011) «Гламур як естетичний феномен: генеза та історичні модифікації», Д. Рудневої (Руднева, 2010) «Гламур і його презентації в культурі постіндустріального суспільства на межі ХХ–ХХІ ст.», Ю. Ветошкіної (Ветошкіна, 2011) «Гламур в контексті повсякденності: за матеріалами сучасної жіночої прози».

Так, філософ К. Точілов (2011) визначає естетичну специфіку феномена «гламур» за допомогою аналізу його онтологічної природи і генетичної спадковості; доводить, що гламур як естетичний феномен, ідеологія та естетичний симулякр отримав остаточне оформлення у традиціях сучасної масової культури, що базується на цінностях індустріальної цивілізації і урбанізованого середовища та знаходить прояв у різноманітних культурно-естетичних практиках постіндустріального суспільства — суспільства масового споживання (с. 10–11).

«Сьогодні можна стверджувати, що загальна "гламуризація" сфабрикувала новий тип людини — "людини гламурної", і продовжує адаптувати її буття за допомогою штучної переоцінки і заміни гуманістичних цінностей симулятивними. Отже, гламур — це (...) стандарт життя, що має безперечне естетичне маркування» (Точілов, 2011, с. 1), — зазначає дослідник.

Ю. Ветошкіна (Ветошкіна, 2011) проводить інтерпретацію сучасного гламуру в контексті масової культури і культурної ситуації; з'ясовує, як феномен гламуру вписується в життєвий світ носіїв масової культури та передумови, які формують потребу гламуризації повсякденності; визначає основні культурні

функції гламуру, серед яких заміна дійсності уявною реальністю, конструювання симулякрів, міфологізація. Дослідниця також окреслює соціокультурну ситуацію, яка сприяє гламуру, а саме глибокий культурний розкол, розрив культурних традицій, нестійкість і сумнівність культурних статусів, огрубіння поведінкових моделей.

Окрему увагу Ю. Ветошкіна приділяє гламуру і моді та пов'язує гламурне споживання з ситуативністю, яка притаманна і модним тенденціям. Позаяк бренди і тренди є актуальними лише упродовж нетривалого періоду та зумовлені не власним вибором людини, а численними експертами й ЗМІ, які фактично формують кон'юнктуру ринку. Носіями брендів і трендів є речі, які важливі через свій імідж, який індивід може перенести на себе, стати причетним до їхньої актуальності, позначивши за допомогою них свій статус (Ветошкіна, 2011, с. 4).

Д. Руднева ґрунтовно аналізує гламур як універсальний феномен культури межі ХХ–ХХІ ст.; досліджує соціокультурні джерела і підстави гламуру; визначає чинники, які вплинули на формування універсального характеру гламуру (модернізація, глобальні процеси, інформатизація і медіасередовище). Дослідниця акцентує, що найважливішими каналами репрезентації гламуру в суспільстві споживання є культура постмодерну, а також філософія, економіка і мода. Дослідниця також визначає новий соціокультурний тип «Людина гламурна» та дає культурологічний аналіз таких її практик, як догляд за тілом, шопінг, участь у світському житті, подорожі та ін. (Руднева, 2010, с. 5–6).

Фактично вона стверджує, що сучасна «модна» людина — це людина гламурна. Як універсальні ознаки гламуру дослідниця визначає симулятивність, комерціалізацію, типізацію і візуальність. «Ці характеристики сучасного гламуру реалізуються в культурі через моду, літературу, рекламу, ЗМІ, індустрію краси та ін.» (Руднева, 2010, с. 8–9).

Останніми роками до дослідження гламуру долучилися й українські вчені. Зокрема, захищено дисертаційні роботи: філософська кандидатська дисертація Я. Семко (2019) «Гламур як соціально-філософський феномен українського суспільства» та мистецтвознавча докторська Р. Безуглої (2019) «Гламур у європейській художній культурі: історична динаміка та форми».

Я. Семко (2019) подає визначення гламуру в полі філософської рефлексії як цілісної соціокультурної знакової системи, вписаної у механізм культури та в суспільну свідомість, що у своїй сутності є певним дискурсом. Вона пропонує модель homo glamigicus; розглядає механізми експансії гламуру в сучасне суспільство, а саме перетворення позитивного в негативне, механізм руйнування, імітація та ідентифікація.

Форми взаємовпливу мови і гламуру вчена аналізує у другому підрозділі «Мода та гламур: риси співвідношення» третього розділу «Соціальні репрезентації гламуру в українському суспільстві» і зазначає, що «мода чуйно реагує на зміни, які відбуваються в культурі, і відповідає розширенням нормативних уявлень про тілесність. Нові медіа дозволили побачити плюральність модних стилів, тілесності та ідентифікації (...) Розуміння прекрасного тіла виходить за звичні межі, стає ширше. Основний принцип сучасної моди — прийняття різноманітності» (Семко, 2019, с. 9–10).

Отже, дослідниця робить висновок, що сучасний тілесний канон багатоваріантний як результат трансформацій, які відбуваються в моді (Семко, 2019, с. 13).

Побічно торкаються питань гламуру і культурологи та філософи — автори дисертаційних робіт. Так, В. Яромчук (2012) у роботі «Синтез мистецтв мультимедіа в контексті сучасних практик культури» характеризує вихідні принципи актуалізації комунікативного простору медіакультури як чинників інтеграційних процесів масової культури в контексті треш-публіцистики та гламур-публіцистики.

Філософ В. Крилова (2014) у роботі «Кіно і телебачення як феномени екранної культури» аналізує феномен екранного способу життя та тенденцію до гламуризації образу сучасного екранного героя.

Мистецтвознавець В. Будяк (2018) у дисертації «Гламур в дизайні костюма кінця ХІХ – початку ХХІ століття» досліджує стилістику, типобрази та засоби втілення гламуру в дизайні світського костюма, фактично пов'язуючи його з одягом, модою. Також автор показує, як вони формувалися та функціонували в різних соціокультурних умовах, як під впливом тенденцій моди утворилися відповідні їм структури гламурного костюма та усталені характеристики стилю. Проаналізовано генезу гламуру як стилю вбрання, що сформувався під впливом відповідного соціокультурного явища, стилю життя, моди. Така акцентуація на зв'язку гламуру і моди, без сумніву, потребує окремого, більш ґрунтовного аналізу дослідження В. Будяк.

Окремої уваги потребують дисертаційні роботи, присвячені безпосередньо моді та фешн-індустрії. Увага до моди активізувалася в дисертаціях українських науковців на початку ХХІ ст., зокрема у працях теоретиків культури.

Історик культури Л. Дихнич (2002) у роботі «Феномен моди в соціокультурних процесах ХХ століття» досліджує природу, характерні особливості, функції та історичну еволюцію змістового наповнення поняття «мода». Автор визначає одяг, костюм, стиль як історичні форми буття моди, аналізує стан моди та тенденції розвитку індустрії моди в нашій країні.

У філософській роботі «Феномен моди: онтологічний статус і філософсько-антропологічні засади» Г. Куц (2003) аналізує чинники, які сприяють виникненню зразків моди та констатує, що сутність моди полягає у «розширенні» сьогочасності, а «модності» набувають зразки, які пройшли етап спрощення та викликають підвищений інтерес своєю незвичайністю (привертаючи до себе увагу). Автор підкреслює ситуативність та зв'язок моди з усім незвичним, таким, що привертає увагу, та наголошує, що такі зразки здатні поширюватись лише за умови активізації процесів культурної динаміки. Також вартує уваги зауваження, що еволюційний підхід до аналізу моди найбільш прийнятний із врахуванням її особливостей у різні культурні епохи.

На окрему увагу заслуговують мистецтвознавчі роботи у сфері теорії та історії культури, зокрема О. Шандренко (2008) «Віртуальні виміри моди ХХ ст.» та М. Мельник (2008) «Мода в контексті художніх практик ХХ ст.».

М. Мельник (2008) з позицій історико-мистецтвознавчого аналізу досліджує розвиток моди ХХ ст. як особливої сфери художньої культури, розкриває сутність понять «мода», «мистецтво», «стиль», «модний стиль» тощо. Аналізує специфіку створення та функціонування модних образів як художніх форм буття моди. Про-

дукти індустрії моди автором розглянуто як мистецькі твори, а також досліджено історичні аспекти розвитку, оцінено стан і перспективи розвитку моди в Україні.

Досліджує феномен моди ХХ ст. у контексті віртуальної реальності, реконструює його в культурному аспекті О. Шандренко (2008). Розглянуто модні інновації ХХ ст. в контексті мистецьких практик, світ моди від кутюр та прет-а-порте в аспекті віртуальної реальності. Дослідниця констатує, що віртуальні виміри моди відображають її репрезентації як певної комунікативної технології: брендингу, флеш-іміджу тощо. Відтак вона побічно порушує питання самопрезентації, трендів, бренду, які нині тісно пов'язані з явищем гламуру.

■ Висновки

Можна зробити попередні висновки, що у сучасному суспільстві гламур стає своєрідною ідеологією, осучасненим результатом естетизації людиною свого відношення до себе, до інших людей та навколишнього світу. Найчастіше гламур пов'язують з модою, стилем, фешн-індустрією.

На пострадянському просторі, зокрема в Україні, зростає наукове зацікавлення питаннями гламуру, моди, фешн-індустрії, проте дисертаційних досліджень вкрай мало. Так, можна зазначити мистецтвознавчі дослідження Р. Безуглої та В. Будяк, філософське — Я. Семко. Побічно гламуру торкаються у своїх дисертаційних роботах філософ В. Крилова та культуролог В. Яромчук. Водночас взаємозв'язок моди й гламуру й досі лишається недостатньо вивченим. Це потребує звернення уваги на окремі публікації, в яких проаналізовані різні аспекти гламуру, моди та фешн-індустрії.

■ Список використаних джерел

- Айзенштадт, Ш. (2004). *Пророки. Их эпоха и социальное учение* (Т. И. Гвоздюкевич, Пер., Н. Голубев, & К. Бурмистров, Ред.). Параллели.
- Безугла, Р. І. (2019). *Гламур у європейській художній культурі: історична динаміка та форми*. [Дисертація доктора мистецтвознавства, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв].
- Будяк, В. В. (2018). *Гламур в дизайні костюма кінця ХІХ – початку ХХІ століття* [Автореферат дисертації кандидата мистецтвознавства, Харківська державна академія дизайну і мистецтв].
- Ветошкина, Ю. В. (2011). *Гламур в контексте повседневности (по материалам современной дамской прозы)* [Диссертация кандидата культурологии, Шуйский государственный педагогический университет].
- Дихнич, Л. П. (2002). *Феномен моди в соціокультурних процесах ХХ століття* [Автореферат дисертації кандидата історичних наук, Київський національний університет культури і мистецтв].
- Крилова, В. О. (2014). *Кіно і телебачення як феномени екранної культури* [Автореферат дисертації кандидата філософських наук, Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова].
- Куц, Г. М. (2003). *Феномен моди: онтологічний статус і філософсько-антропологічні засади* [Автореферат дисертації кандидата філософських наук, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна].

- Мельник, М. Т. (2008). *Мода в контексті художніх практик ХХ ст.* [Автореферат дисертації кандидата мистецтвознавства, Київський національний університет культури і мистецтв].
- Руднева, Д. А. (2010). *Гламур и его презентации в культуре постиндустриального общества на рубеже ХХ–ХХІ вв.* [Диссертация кандидата культурологии, Уральский государственный университет им. А. М. Горького].
- Семко, Я. С. (2019). *Гламур як соціально-філософський феномен українського суспільства* [Автореферат дисертації кандидата філософських наук, Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К. Д. Ушинського].
- Точилон, К. Ю. (2011). *Гламур как эстетический феномен: генезис и исторические модификации* [Диссертация кандидата философских наук, Московский государственный университет культуры и искусств].
- Уайт, Н., & Гриффитс, Й. (Ред.). (2008). *Fashion-бизнес: теория, практика, феномен* (А. Н. Поплавская, Пер., А. В. Попова, Ред.). Гревцов Паблишер.
- Шандренко, О. М. (2008). *Віртуальні виміри моди ХХ ст.* [Автореферат дисертації кандидата мистецтвознавства, Київський національний університет культури і мистецтв].
- Яромчук, В. В. (2012). *Синтез мистецтв мультимедіа в контексті сучасних практик культури* [Автореферат дисертації кандидата культурології, Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова].

Reference

- Ayzenshtadt, Sh. (2004). *Proroki. Ikh epokha i sotsial'noe uchenie [The Prophets. Their Times and Social Ideas]* (Т. І. Gvozdukevich, Trans., N. Golubev, & K. Burmistrov, Eds.). Paralleli [in Russian].
- Bezuhla, R. I. (2019). *Hlamur u yevropeiskii khudozhnii kulturi: istorychna dynamika ta formy [Glamour in European art culture: historical dynamics and forms]* [Doctoral Dissertation, National Academy of Management of Culture and Arts] [in Ukrainian].
- Budiak, V. V. (2018). *Hlamur v dyzaini kostiума kintsia ХІХ – pochatku ХХІ stolittia [Glamour in costume design of the late 19th – early 21st century]* [Abstract of PhD Dissertation, Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts] [in Ukrainian].
- Dykhnych, L. P. (2002). *Fenomen mody v sotsiokulturnykh protsesakh ХХ stolittia [The phenomenon of fashion in the socio-cultural processes of the twentieth century]* [Abstract of PhD Dissertation, Kyiv National University of Culture and Arts] [in Ukrainian].
- Krylova, V. O. (2014). *Kino i telebachennia yak fenomeny ekrannoi kultury [Cinema and television as phenomena of screen culture]* [Abstract of PhD Dissertation, National Pedagogical Dragomanov University] [in Ukrainian].
- Kuts, H. M. (2003). *Fenomen mody: ontolohichnyi status i filofsko-antropolohichni zasady [The phenomenon of fashion: ontological status and philosophical and anthropological principles]* [Abstract of PhD Dissertation, V. N. Karazin Kharkiv National University] [in Ukrainian].
- Melnyk, M. T. (2008). *Moda v konteksti khudozhnikh praktyk ХХ ст. [Fashion in the context of artistic practices of the 20th century]* [Abstract of PhD Dissertation, Kyiv National University of Culture and Arts] [in Ukrainian].

- Rudneva, D. A. (2010). *Glamur i ego prezentatsii v kul'ture postindustrial'nogo obshchestva na rubezhe XX–XXI vv. [Glamour and its presentations in the culture of post-industrial society at the turn of the 20th – the 21st centuries]* [PhD Dissertation, Ural'skiy gosudarstvennyy universitet im. A. M. Gor'kogo] [in Russian].
- Semko, Ya. S. (2019). *Hlamur yak sotsialno-filosofskiy fenomen ukrainskoho suspilstva [Glamour as a socio-philosophical phenomenon of Ukrainian society]* [Abstract of PhD Dissertation; South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky] [in Ukrainian].
- Shandrenko, O. M. (2008). *Virtualni vymiry mody XX st. [Virtual dimensions of fashion of the 20th century]* [Abstract of PhD Dissertation, Kyiv National University of Culture and Arts] [in Ukrainian].
- Tochilov, K. Yu. (2011). *Glamur kak esteticheskii fenomen: genezis i istoricheskie modifikatsii [Glamour as an aesthetic phenomenon: genesis and historical modifications]* [PhD Dissertation, Moscow State University of Culture and Arts] [in Russian].
- Vetoshkina, Yu. V. (2011). *Glamur v kontekste povsednevnosti (po materialam sovremennoy damskoy prozy) [Glamour in the context of everyday life (on the materials of modern women's prose)]* [PhD Dissertation, Shuya State Pedagogical University] [in Russian].
- White, N., & Griffiths, J. (Eds.). (2008). *Fashion-biznes: teoriya, praktika, fenomen [Fashion-business: theory, practice, phenomenon]* (A. N. Poplavskaya, Trans., A. V. Popova, Ed.). Grevtsov Publisher [in Russian].
- Yaromchuk, V. V. (2012). *Syntezy mystetstv multymedii v konteksti suchasnykh praktyk kultury [Synthesis of multimedia arts in the context of modern cultural practices]* [Abstract of PhD Dissertation, National Pedagogical Dragomanov University] [in Ukrainian].

■ GLAMOUR AND FASHION: CULTURAL REFLECTION

■ Olena Khlystun

■ *DSc in Cultural Studies, Associate Professor,
ORCID: 0000-0002-1764-6559, e-mail: with_joy@ukr.net,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine*

■ Abstract

The purpose of the article is to systematise and analyse the glamour existing practices, particularly its connection with fashion, the fashion industry, focusing on the dissertations of Ukrainian researchers. The glamour studying can be identified as an urgent practical issue that society must solve because its penetration into everyday life raises some issues concerning the traditional notion of beauty, corporeality, aesthetics, morality and more. The research methodology is based on general scientific and special methods of scientific knowledge. The principles of impartiality, objectivity and reliability allowed for a comprehensive analysis of the study object. A content analysis made it possible to identify and analyse, and the system method is to systematise existing practices. Methods of analysis and synthesis made it possible to detail the main research areas in fashion and glamour. Scientific novelty. The main research

directions of fashion, glamour and correlation of these concepts in dissertation works of the Ukrainian scientists are analysed. Conclusions. It is possible to draw preliminary conclusions that in modern society, glamour becomes a kind of ideology, a modernised result of a person's aestheticisation of his attitude to themselves, to other people and the world around them. Glamour is often associated with fashion, style, and the fashion industry. In the post-Soviet space, in particular in Ukraine, there is a growing scientific interest in the issues of glamour, fashion, and the fashion industry. At the same time, there are very few dissertation researches. Thus, we can note the art studies by R. Bezuhla and V. Budiak, philosophy research by Ya. Semko. The philosopher V. Krylova and the cultural expert V. Yaromchuk touch upon the glamour issue in their dissertations indirectly. However, the study of the relationship between fashion and glamour is still poorly studied. This requires attention to individual publications that analyse various aspects of glamour, fashion and the fashion industry.

■ **Keywords:** glamour; fashion; fashion industry; Ukrainian researchers; dissertations

■ ГЛАМУР И МОДА: КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ РЕФЛЕКСИЯ

■ Хлыстун Елена Сергеевна

■ *Доктор культурологии, доцент,*

ORCID: 0000-0002-1764-6559, e-mail: with_joy@ukr.net,

Киевский национальный университет культуры и искусства,

Киев, Украина

■ Аннотация

Цель статьи — систематизировать и проанализировать имеющиеся наработки в рамках исследования гламура, в частности его связи с модой, фэшн-индустрией, с акцентуацией на диссертациях украинских исследователей. Исследование гламура можно определить актуальной практической проблемой, которую должно решать общество, ведь его проникновение в повседневную жизнь нарушает ряд вопросов, касающихся традиционного представления о красоте, телесности, эстетике, морали и др. Методология исследования основана на общенаучных и специальных методах научного познания. Принципы беспристрастности, объективности и достоверности способствовали всестороннему анализу объекта исследования. Контент-анализ позволил выявить и проанализировать, а системный метод — систематизировать существующие наработки. Методы анализа и синтеза позволили детализировать основные направления исследований моды и гламура. Научная новизна. Проанализированы основные направления исследований моды, гламура и соотношение этих понятий в диссертационных работах украинских ученых. Выводы. Можно сделать предварительные выводы, что в современном обществе гламур становится своеобразной идеологией, осовремененным результатом эстетизации человеком своего отношения к себе, к другим людям и окружающему миру. Чаще всего гламур связывают с модой, стилем, фэшн-индустрией. На постсоветском пространстве, в частности в Украине, растет научный интерес к вопросам гламура, моды, фэшн-индустрии, но диссертационных исследований крайне мало. Так, можно

отметить искусствоведческие исследования Р. Безуглой и В. Будяк, философское — Я. Семко. Косвенно гламура касаются в своих диссертационных работах философ В. Крылова и культуролог В. Яромчук. В то же время взаимосвязь моды и гламура до сих пор остается недостаточно изучена. Это требует обращения внимания на отдельные публикации, в которых проанализированы различные аспекты гламура, моды и фэшн-индустрии.

■ **Ключевые слова:** гламур; мода; фэшн-индустрия; украинские исследователи; диссертационные работы