

ВІДГУК
офіційного опонента на кваліфікаційну роботу
Семко Яни Сергіївни
«Гламур як соціально-філософський феномен
українського суспільства»,
подану на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук
зі спеціальності
09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії

Актуальність даного дослідження зумовлена низкою теоретико-методологічних та суспільно-практичних чинників. Поширення процесів глобалізації та взаємодії і взаємопроникнення різних культур, підвищення ролі інформаційних технологій у повсякденній практиці людини – всі ці фактори призвели до суттєвих змін у способах набуття культурних ідентичностей. На противагу традиційному культурному сенсовизначенню з'являються множинні ідентичності, які конструюються віртуально-символічним культурним полем і дають індивіду можливість багатогранної репрезентації в соціокультурному просторі. Тому, питання актуальності даного кваліфікаційного дослідження є безперечним, адже воно розкриває ті зрушення, які переживає людство на сучасному етапі свого соціального розвитку, оскільки вони зачіпають життя кожної людини, змінюють соціальну структуру суспільства.

Можна стверджувати, що новизну дисертаційного дослідження склало наступне.

По-перше, генезис і еволюція сучасного гламуру беруть свої початки в ідеології гедонізму як одного із своєрідних типів духовно-естетичного

освоєння дійсності. Разом з тим, як слушно зауважує Я. С. Семко, історично означені явища гламуру, в яких акумульовано певні культурні коди, беруть свої початки вже з появою класового розподілу в суспільстві та проявляються шляхом візуальної репрезентації образу людини, головним чином через зовнішність та одяг. Про появу гламуру стає можливо говорити після зародження іншого, пов'язаного з ним культурного феномену – моди, що як важлива складова міської культури постає в період пізнього Середньовіччя у Західній Європі. Будучи з початку динамічною та мінливою системою, мода, насамперед, обумовлювалася певним рівнем матеріального достатку серед заможних верств містян, які могли собі дозволити не лише утилітарне відношення до одягу, але й вважати його засобом індивідуального самовираження і презентації в суспільстві, що раніше, на відміну від романського періоду, було, з огляду на бідність населення, майже неможливим.

По-друге, експлікація гламуру масової культури відбувається в уніфікованих моделях поведінки, стереотипах, установках, способах комунікації та формуванні нових культурних ідентичностей. Головним комунікативним полем гламуру є візуальна комунікація (що загалом є основною характеристикою масової культури), яка представлена екранною культурою та численними глянцевиими виданнями.

По-третє, як цілком слушно пише авторка, гламур є особливим світосприйняттям, зосередженим на численних речах, зовнішньому блиску, розкоші, що задає певний настрій споживацького суспільства. До головних відмінних рис гламурності, сформованих масовою культурою, належить симулятивність, комерційність, візуальність, типізація. Гламурність репрезентується в масовій культурі через індустрію моди, краси, здоров'я, іміджу. Я. С. Семко трактує природу гламуру як символічну і симулятивну, а саме явище розглядає як особливу форму поведінки з переважаючими зовнішніми репрезентаціями. Внутрішні мотивації апологетів цього стилю є похідними від зовнішнього ефекту «помітності», «шику». Якщо на початку

свого існування етимологія слова «гламур» означала певну чарівність, магічність, привабливість, то сьогодні при вживанні цього терміну увага його змісту акцентується на зовнішній привабливості і блиску, шикові, трендовості, надмірності та брендовості споживання.

По-четверте, найбільшим ретранслятором гламуру, як і всієї масової культури, є мас-медіа, медійний простір, що трансліює схвалювані моделі поведінки, споживання, ціннісні установки. Відтак чільною оціночною категорією стає не онтологічна або екзистенціальна змістовність твору, а його медійна популярність, частота потрапляння в рейтинги і значні обсяги продажів. Указуючи на не менш важливий економічний чинник у поширенні гламуру, Я. С. Семко зазначає фактор домінування споживання над виробництвом. Відтак товари та послуги такого нового споживацького світу отримують нову якість – демонструвати градації розкоші. Так з'являється гламур як особлива характеристика товарів та послуг. Статусно-престижне марнотратство гламурного споживання завжди демонстративне і для зовнішнього спостереження є видовищем. Сутністю ж такого споживання стає перетвореною на споживання формою прекрасного, коли вона, будучи зовнішньою і внутрішньою характеристикою предмета, сприймається не в безкорисливому естетичному милуванні, а в споживацькому жаданні, викликаючи тим самим нездоланий потяг до придбання речі. Таким чином, на перший план виходять такі властивості товарів і послуг, що не пов'язані з безпосереднім функціональним призначенням, а, навпаки, можуть забезпечити демонстративне споживання, яке визначається високим рівнем вартості таких товарів, а також певною стильністю, модністю та гламурністю.

На наш погляд, демонстративне споживання виявляє парадоксальну природу гламуру. В певному сенсі гламур може бути співвіднесений з потлачем. Це може викликати здивування: адже потлач є демонстративно-ритуальне знищення корисних і навіть необхідних речей, він цілком протилежний споживацькому жаданню. Ми знаходимо точку дотику у

ознаці демонстративності. Потlach як демонстративне знищення є те, що, так би мовити, виставляється напоказ, демонструється. Якщо гламур є певний шик, то найбільшим шиком буде відмова від надмірного споживання, взагалі презирство до споживання. Взірцем такого парадоксального гламуру можна вважати Діогена, який викидає чашку, побачивши, як хлопчик п'є з долоні, або коли він замість, наприклад, мішка золота прохає Олександра не затуляти йому сонячне світло.

Характеризуючи гламур на українських теренах як явище провінційне, авторка наголошує на його подекуди повній абсурдності і тотальній кічовості, де він постає певною самопародією на кшталт феномену Верки Сердючки. На перший погляд може здаватися, що, будучи генетично елітарним явищем, гламур не може існувати в форматі масової культури – відтак йому загрожує неминуче перетворення на кітч. Проте цей варіант «гламурного кітчу» зберігає й репрезентує в собі сутнісні ознаки гламуру, змушуючи публіку зачаровуватись, вражатись та бути вкрай спантеличеною побаченим. У цьому контексті доречно буде згадати численні коментарі користувачів на одному з найпопулярніших інтернет-таблоїдів «Української правди», де гламурну тусовку називають чимось штучним, хоча й цікавим, як кунсткамера.

На відміну від західноєвропейських країн, в Україні соціальна диференціація позначена певною некерованістю та деформованістю, коли мало і середньозабезпечені групи населення мають потреби до статусного споживання аби хоча би зовнішньо наблизитися до рівня добре забезпечених споживачів. У зв'язку з цим, Я. С. Семко у системі градацій і соціальних стратифікацій поділяє гламур на гламур для дуже багатих, для просто багатих, для забезпечених, для тих, хто зводить кінці з кінцями і для бідних.

Щодо поширення явища гламуру в його кічевих проявах на пострадянських теренах загалом, то тут авторка слушно наголошує на акумулюванні та втіленні ним певної мрії-самопрезентації новоявленої еліти, для якої еталони гламуру є універсальним культом розкоші, задоволення,

моди, екзотичного способу життя. Разом з тим, практика наслідування гламуру такою елітою засвідчує про присмак у ньому певної ностальгії за якоюсь аристократичною величчю, поєднаною з причетністю до цінностей західного світу – що в цілому сигналізує про симбіоз світогляду посттравматичної свідомості. Яскраві приклади такого гламуру не так давно сколихнули культурний медійний простір через доступ до споглядання оздоблення інтер'єрів та предметів розкоші в маєтках очільників колишньої української влади.

Однак вищевідзначені позитивні елементи кваліфікаційного дослідження не означають, що в роботі немає певних недоліків. Інколи ці недоліки виявляються, так би мовити, зворотною стороною достоїнств роботи. Оцінюючи дане дослідження як актуальне, логічно правильно побудоване, ретельно виконане з урахуванням вимог, необхідно вказати на наступне.

1. Якщо ми погодимось, що філософія є пізнання всезагального, фундаментального, первісного (першооснов), або мислення про всезагальне і т. д., то ми повинні показати, в чому всезагальність гламуру, що є фундаментальною першоосновою гламуру. Дисертантка підкреслює статусний характер престижного споживання як ознаки гламуру (напр., с. 143). Отже, треба заглибитись у сутність статусності. Статусність з необхідністю виведе нас на поняття ієрархічності, а остання зрештою є формою нерівності. В чому метафізичний смисл ієрархічності та нерівності, смисл, який виводить нас за межі суто соціальної онтології? Ієрархічність самого світового цілого; нерівність як фундаментальне співвідношення будь-яких суцх. Зрештою нерівність виявляється пов'язаною з різноманітністю, з різнобарвністю будь-яких суцх. Принципова несущільність буття, те, що завжди є ось це та інше, які нетотожні одне одному, - ось фундаментальна основа різноманітності, отже ієрархічності буття. Соціальна ієрархія є формою загально онтологічної ієрархії світобудови. А статус є лише юридично або семіотично зафіксованим шаблоном соціальної ієрархії. Отже.

хай живе гламур! Той, хто виступає проти соціальної ієрархії, зрештою виступає проти фундаментальних засад світобудови. Як на заході, так і на пострадянському просторі мовчазно вважається, що порядний інтелектуал повинен бути «трохи лівим» або зовсім лівим. Це хибна точка зору. Треба мати сміливість бути скоріш правим, чим лівим. Хотілося би бачити в роботі міркування в цьому напрямі.

2. Дисертантка стверджує, що передумовами появи та функціонування гламуру в сучасному суспільстві є процеси індустріалізації та глобалізації (підрозділ 1.3 – с. 52-58). Можливо, відносно сучасного гламуру це так. Але чи не занадто авторка пов'язує гламур саме з сучасним суспільством? Навіть якщо ми погодимося з такою точкою зору, вона не відмінняє зображення історії та передісторії гламуру, пошуку його витоків у доіндустріальному суспільстві, його еволюції в індустріальному суспільстві. Хотілося б більш ґрунтовного зображення цієї еволюції. Наприклад, більш докладного, ніж на с. 80 аналізу дендізму як яскравої форми гламуру у Великій Британії, а згодом і у всій Європі наприкінці ХУІІ – першій половині ХІХ століть. Такий культовий персонаж дендізму як Джордж Бремел згадується на с. 79 у зв'язку з мистецтвом зав'язування шийної хустки. Хотілося б побачити більш глибокий культурологічний аналіз постаті Джорджа Бремела як засновник та своєрідного «культурного героя» дендізму.

3. Цікавим є підрозділ 2.2 «Типологічна систематика суб'єктів гламуру». Коасифікуючи типи представників українського гламуру (здається, що ці типи характерні не тільки для українського), Я. Семко вдається до терміну «таксономія» (с. 93 та ін.). Це трохи нагадує біологічну класифікацію тварин та рослин. Можна побачити тут певну зневагу до *homo glauicus* як різновиду *homo sapiens*. Але нам подобається прихована іронія дослідниці. Певним недоліком ми вважаємо недостатню розгалуженість таксономії, що пропонується. Наприклад, виокремлюються типи «елітарно-світської левиці», «народного гламуру», «щасливої дівчинки» тощо. А чи можливі гламурні типи на кшталт «рафінованого інтелектуала», «професора-дивака»,

«богемного митця» тощо? Останній тип, безумовно, існує. До речі, Я. Семко визнає важливість естетичного виміру гламуру, причому ця естетика тяжіє до кітчю. Вказана особливість повертає нас до зазначеної вище парадоксальності гламуру. В свою чергу, ці міркування повертають до можливості гламуру для бідних, меж та допустимих форм естетизації. Ще один відомий англійський денді О. Вайльд привів жебрака до модного ательє, щоб йому зробили «красиві» розрізи на його лахмітті. Лахміття жебрака не повинно ображати витончений смак письменника-естета. Отже таксономія *homo glamuricus* – це гарно, але потрібна більш розгалужена таксономія.

4. Від естетичного та псевдоестетичного аспекту гламуру переходимо до морально-етичного та філософсько-історичного аспекту. Я. Семко аналізує механізми експансії гламуру в сучасному суспільстві. На с. 110 знаходимо думку про те, що потенційна можливість експансії зберігається «в будь-якій події ... що за допомогою механізмів гламурної експансії перетворюються на знаки і симулякри». Мабуть, занадто сильне формулювання. Незважаючи на кажущоюся вездесущність симулякрів, все ж таки, не *будь-яка* подія стає симулякром. Можна заперечити, що формулювання «потенційна можливість» суттєво корелює висловлену тезу. Згоден. Але тут маємо той рідкий випадок, коли потрібна моральна оцінка. Взагалі оціночні судження неприпустимі в науковому дискурсі. В цілому ми погоджуємося з цим, безумовно, вірним положенням. Але, все ж таки, інколи, в окремих екстремальних випадках такі судження не тільки припустимі, але й необхідні (тим більше, що філософський дискурс, все ж таки, не тотожний науковому). Чи можлива експансія гламуру, наприклад, на події конфлікту на Донбасі? На жаль, не тільки можлива, але й дійсна. Але тут ключовим є оцінювальне словосполучення «на жаль». Оскільки і вчений, і філософ є також просто людиною, в окремих рідких випадках він не тільки спроможний, але і повинний висловлювати морально-етичні оцінки.

5.Перевірка на антиплагіат показала 20,9% схожості. На мій погляд, це доволі високий відсоток, можна сказати, на межі припустимого. Але, все ж таки, по сю сторону межі.

Вказані недоліки не знімають об'єктивної цінності, соціальної значущості і позитивної оцінки кваліфікаційного дослідження Семко Яни Сергіївни, яке є самостійним і показує, що здобувачці властиві професійні навички наукової аргументації і дослідницької роботи. Мова і стиль дисертації відповідає вимогам до робіт наукового характеру.

Все вищезазначене дозволяє зробити висновок, що кваліфікаційне наукове дослідження Семко Яни Сергіївни має не тільки теоретичне, але й практичне значення. Дослідження гламуру як соціально-філософського феномену сучасного суспільства, форм його вираження в українському суспільстві, вплив онтологічного фактору на формування моделі «людини гламурної» складають наукову новизну та теоретичну значимість даної кваліфікаційної праці. Список наукових джерел містить літературу останніх років, що зі свого боку вказує на її відповідність сучасним реаліям соціального буття. Матеріал кваліфікаційної роботи відображений у чисельних публікаціях, окремі ідеї неодноразово обговорювалися на наукових конференціях. Різноманітність та якісні характеристики публікацій демонструють високий професіоналізм і наукову зрілість авторки.

Висновки по розділах (1 – с. 62-67; 2 – с. 132-137; 3 – с. 188-193), а також загальні висновки кваліфікаційної роботи (с. 194-200) відповідають поставленим цілям і відображають досліджувану проблему. Література, що була використана здобувачкою в об'ємі 235 найменувань (з них 26 іноземних) відображає проблематику дисертаційного дослідження.

Автореферат відповідає змісту дисертації. Вважаю, що кваліфікаційна робота Семко Яни Сергіївни «Гламур як соціально-філософський феномен українського суспільства» відповідає чинним вимогам до кандидатських дисертацій, зокрема «Порядку присудження наукових ступенів», затверджених Постановою Кабінету Міністрів України № 567 від 24.07.2013

р. та Наказу МОН України «Про затвердження вимог до оформлення дисертації» № 40 від 12.01.2017 р., а її авторка Семко Яна Сергіївна заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата філософських наук зі спеціальності 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії.

Офіційний опонент,
доктор філософських наук, професор,
завідувач кафедри філософії
Національного університету
«Одеська юридична академія»



О. М. Сременко

