

ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ

Литвинцев Александр Олегович

студент

Розанов Филипп Иванович

канд. филос. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Братский государственный университет»

г. Братск, Иркутская область

ГЛАМУР КАК ФОРМА АМЕРИКАНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация: авторы статьи рассматривают процессы американизации России через призму развития такого феномена западной культуры, как гламур.

Ключевые слова: гламур, модерн, мода, культура, американизация.

В настоящее время в России сохраняется, даже, можно сказать, увеличивается тенденция к перениманию культуры и образа жизни американцев. Появляется все больше и больше субкультур. Стиль жизни, нормы поведения, мода – все это заимствуется у Америки. Распространяется влияние красивой жизни. Телевидение кишит передачами о том, как живут Американские звезды кино, эстрады и телевидения. На каждом канале крутят видеоклипы, в которых нам навязывается американский идеал красоты. Таким образом в России начинает распространяться такое явление как гламур.

Гламур (англ. *glamour*, собственно «шарм», «очарование», «обаяние») – собирательное обозначение роскошного стиля жизни, всего, что обычно изображается на обложках дорогих модных журналов; близости к общепринятым стандартам роскоши, шика, внешнего блеска. В качестве синонима слова гламур применительно к модным журналам часто используется жаргонный термин глянец [1, с. 97].

Сначала гламуrom пропитались светские люди. А так как телевидение каждый день рассказывает об этом, то соответственно это проявляется в повседневной жизни. Образ глупой девочки-блондинки в розовой одежде и с маленькой собачкой проникает в массы. Что касается образа гламурного мужчины, то это должен быть модно одетый парень, который следит за собой. Появляется своеобразный гламурный сленг. По своей сути это уменьшительно-ласкательные словечки (напр., приколенько, гламурненько и т.д.)

Если говорить об идеологии этого направления, то она довольно проста. Здесь обходится без высоких идей борьбы за мир, свержения государственной тирании, устранения национальных или других меньшинств. Гламурный человек должен выглядеть красиво, а красиво расшифровывается как шикарно. Одежда, обувь, аксессуары – все это должно быть непременно фирменным, причем таким, которое находится на гребне модной волны. Внешний вид представителя гламура предписывает дамам высокие каблуки, вечерние платья и обязательно сверкающий блестящий макияж. В гардеробе должны наличествовать меха, а в сумочке – мобильный телефон, покрытый кристаллами Swarovski или Tiffany. Образ мужчины – узкие, практически женоподобные брюки, обтягивающие рубашки или майки. Если для мужчин пиджак еще может быть допустим, то для женщины – нет. В гардеробе мужчины также могут присутствовать меха [2, с. 97].

Идеи гламура, по сути своей, позитивны. Они не несут постоянных неразрешимых этических, социальных или личных проблем. Скорее, наоборот, гламур это манифестация жизни без проблем вообще, яркого непреходящего праздника. Гламур еще иногда называют субкультурой позитива, где представители течения живут в искусственно созданном мире, в котором все хорошо, много друзей и постоянные вечеринки. Главная цель представителей этого направления – следовать идеалам, создаваемым глянцевыми журналами. Первым глянцевым, читай гламурным, журналом на просторах отчизны стал «Cosmopolitan», за ним последовали «Vogue» и собственно «Glamour». Модные диеты, рекомендации по

стилю, заметки на тему отношений между полами, огромное количество рекламы косметики и парфюмерии, а также дизайнерских домов – вот основные сегменты, на которые условно можно поделить такие журналы [3, с.14].

Неотъемлемыми предметами гламура являются яхты, виллы, вечеринки, модные курорты, такие как Крушавель, презентации, показы мод, центры здоровья и красоты, дорогой алкоголь, еда и сигареты [6] гламур породил соответствующее направление в кино, литературе и изобразительном искусстве, в частности, в фотографии. Что касается последнего, то под термином «гламурная фотография» скрывается изображение девушек в вечерних нарядах, реже – в неглиже, где нет ни одного изъяна (все недостатки, появившиеся на исходнике, ретушируются). Из представителей литературного течения, посвященного гламуру, стоит упомянуть Оксану Робски, Наталья Маркович, Анна Ларина и другие. Лицом отечественного гламура стала Ксения Собчак, равно как лицом зарубежного – Пэрис Хилтон [3, с.10].

Гламур просочился во все сферы жизни. Если в 90-е годы из глянцевого журналов брали только моду, прически, макияж, то теперь из них черпается все: манера одеваться, жить, разговаривать. Телевидение нам транслирует передачи о зарубежных звездах кино и телевидения, о том, как кто живет и сколько денег тратит. Жить дорого становится чуть ли не главной жизненной целью.

Появившись в России еще в 90-х годах клубная культура в настоящее время продолжает развиваться и распространяться по России. Появляются группы молодых людей, так называемых клубберов. Это молодежь, которая фактически «живет» в клубах. Гламур и клубная индустрия как бы сосуществуют. Чтобы попасть в клуб, нужно выглядеть дорого одетым, иначе туда не пустят. В дорогих ночных клубах появляются наиболее уважаемые и известные люди города. Соответственно, круг лиц, посещающих периодически одно и то же заведение, четко зафиксирован. Опять же, подобный клубный образ жизни пришел к нам из Америки.

Можно говорить даже о распространении гламура в повседневной жизни. Во всех городах имеются кафе и рестораны, поддерживающие определенные культурные и идеологические стандарты гламура. Чтобы найти столовую с традиционной русской пищей в городе – это нужно еще поискать. Города застраиваются высокими многоэтажными зданиями с подземными парковками, и дорогими магазинами. В городах появляются огромные торговые центры по американской модели. На телевидении появилось множество отечественных сериалов по американскому подобию. Заимствуются ток-шоу. На каждом канале транслируют гламурную рекламу.

Американская культура внедрилась во все сферы культуры и повседневной жизни людей: это культура питания, это телевидение, это мода и прочие стороны жизни. Русские люди следуют тому стилю и образу жизни, что диктует Америка. Наступила тотальная американизация.

Однако, не смотря на достаточно сильное неприятие идеологии гламура многими русскими людьми, следует отметить, что культурная американизация является частью процесса модернизации. Американизация – это не форма культурного империализма, а олицетворение обещания современности о безболезненной самореализации для всех, в отличие от требований, предъявляемых более традиционными концепциями эмансипации. Глобализация, которую часто принимают за триумф культурной стандартизации, в реальности создает препятствия этой самой стандартизации. Ни одна отдельная национальная культура уже не является движущей силой. Глобализация приводится в действие неумным индивидуализмом, черпающим силы в растущем запасе символов массовой культуры. Так что мы не подвергаемся американизации. Мы «американизируем» самих себя.

Список литературы

1. Рожанский Ф.И. Сленг хиппи: Словарь. – СПб.: Париж. Издательство Европейского Дома, 2012.
2. Пелевин В.О. Generation «П» – М.: Эксмо, 2008.
3. Флак У. Похитители культуры? Над миром витает призрак «американизации» // День. – 2012. – №46. – С. 4–21.
4. Американизация русской культуры. Режим доступа: <http://www.bestreferat.ru/referat-285175.html>.