

масштабы. С 2009 года появился достойнейший коллега – Pets Fashion Week Russia (PFWR) [2].

PFWR стал единственным грандиозным событием в мире моды для животных на всей территории Евразии. Это было первое масштабное мероприятие с участием ведущих представителей зоо- и fashion- индустрии. В программе – разнообразие выставочных стендов с товарами и услугами для животных, шоу-показы лучшей одежды и аксессуаров для животных от российских и зарубежных кутюрье. Среди гостей – звезды шоу-бизнеса, представители культурной сферы и деловой элиты.

Константин Андрикопулос, Bosco di Ciliegi, по этому поводу заявил следующее: «Модная одежда для животных – это очень мило, особенно, если это какой-то выход в свет, а значит – возможность показать и себя, и питомца. Мода для животных – это способ создать красивый образ, который дополнит правильно и со вкусом одетого хозяина. Очень здорово, что этому явлению теперь посвящено такое масштабное событие, как PFWR» [1]. Как PFWR стало новым крупным звеном Russia Fashion Week, так и гламурные домашние животные сегодня являются гармоничной частью имиджа гламурного человека.

Мода для животных – такое же дорогое удовольствие, как и любой другой аспект гламура. Арсений Власов, художник: «Украшение для собаки может быть настоящим ювелирным шедевром.

Часто замечаю, что сейчас ошейники для декоративных собачек обладают большей ценностью, чем те же кольца, серьжки или мобильный телефон их владелицы» [1]. Таким образом, гламурные питомцы – это мерило престижа, как и любой имиджевый признак. Они отражают успехи своих хозяев, демонстрируют их уровень общественного и финансового положения.

Мода для животных и выход с ними в свет – это, конечно, замечательно, но возникает несколько вопросов. Во-первых, являются ли они на самом деле «членами семьи». Во-вторых, как питомцы воспринимают массовые мероприятия.

Знаменитости сообщают общественности, что питомцы, с которыми они появляются на мероприятиях, являются членами семьи, что они сами о них заботятся. Но есть ли у гламурных людей время, желание и возможность заботиться о животных? Или это за них кто-то делает, а они лишь выходят с ними в свет? Из-за недостатка информации нет возможности дать однозначного ответа на эти вопросы.

Литература:

1. Для звезд началась собачья жизнь // <http://www.paparazzi.ru/blogs/posts/394131.html>.
2. Информация портала Pets Fashion Week Russia // <http://www.pfwr.ru/week/>.
3. Что значит быть гламурным // <http://hbr.moigorod.ru/news/details.asp?n=2146383508>.

Е.А. Широкова

ИДЕОЛОГИЯ ГЛАМУРА: ЗОНА ВОЗДЕЙСТВИЯ – ИНТЕРНЕТ

Широкова
Е.А.

Студентка 5 курса Гуманитарного Университета, г. Екатеринбург

Гламур – это не произвольное явление, а хорошо спланированное социальное оружие, ведь главная цель культуры гламура – потребитель. Гламур требует новых жертв, поэтому он должен работать на любом уровне интеллекта, культу-

ры, пола, образования и социальной среды [1]. А выгодно это индустрии красоты и миру высокой моды. Сегодня для части молодых людей кажется страшным обвинение в негламурности, и они пытаются любым способом это исправить.

«Газета 2000» ярко и четко дает ответ на вопрос: «Что негативного привносит гламур в нашу культуру?» «Когда вся мировая эстрада перестает быть эстрадой, а превращается в «фабрику звезд», производя однодневок для конкурсов красоты, моды и откровенности эротичности позы – это влияние гламура. Когда холодным зимним утром на улице вы встречаете девочку-подростка с

голым по гениталии животом – это влияние гламура. Когда ваш сосед в своем полуразрушенном домишке с дырявой крышей ставит пластиковые стеклопакеты – это тоже влияние гламура!».

Более того, гламур стремительно стремится поглотить и другие формы мысли и образы прошлого. Так рождаются интернет-сообщества «Гламурный марксизм» и «Гламурный фашизм» (http://community.livejournal.com/glamur_fashizm/) в живом журнале, где Че Гевара больше похож на брэнд, которые пестрят бессмысленными блестящими картинками и записями, в которых смысла нет практически вообще. Возможно, это даже еще один способ популяризации фашизма, но это отдельная тема для разговора.

Если мы посмотрим на нашу массовую культуру сегодня, включая Интернет, то увидим следующее.

Сериал «Секс в большом городе», журнал «Гламур», шоу Ксении Собчак и Сергея Зверева.

Книги Оксаны Робски. Вообще, книгоиздательства открывают нехитрый секрет успеха: в названии книги должно содержаться слово «гламур». Анна Данилова «Гламурная невинность», АннаГрайфендер «Гламурная жизнь», Денис Полесский «Гламурные подонки», Женья Гламурная «ШИКанутые девочки», Кристин Гор «Сенатский гламур», Наталья Кочелаяева «Дети гламура», – и это неполный список. Это продают, покупают и читают [3].

Интернет просто пестрит огромным количеством обсуждений, видео, аудио, сайтов, так или

иначе имеющих отношение к культуре гламура. Сообщества в живом журнале, юзеры, транслирующие гламурные ценности. Например, некая pink_birkin, которая подробно описывает все прелести своего «гламурного» образа жизни, перечисляя марки, мероприятия, косметику. Достаточно нелепо судит о самых простых вещах и не блещет интеллектом. Между тем, она собрала в своем журнале 3 622 читателя.

Культура гламура процветает в социальных сетях – местах «обитания» молодежи. Если проанализировать сеть «в контакте» с аудиторией – школьники и студенты, что особенно опасно в данном случае, то получим следующее. Всего в сети создано около 7000 групп, имеющих отношение к гламуру, среди них: «мода и гламур» – 6 933 участника, «мода, стиль и красота» – 3 673, «леди гламур – быть красивой легко» – 3 014, «гламур» – 2416 и т.д., то есть движение действительно очень популярно среди молодежи.

Таким образом, сегодня мы видим, как сформировалась идеология гламура со своими последователями, со своими эффективными каналами воздействия (в основном это интернет).

Литература:

1. <http://www.inosmi.ru/panorama/20080330/240522.html> (Газета 2000).
2. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Гламур>.
3. <http://www.bg.ru/article/6273/> («Дискурс гламура», Анастасия Частицына).
4. <http://www.bratstvo.info/index.php?go=News&in=view&id=7997> Гектор Сергеев, «ГЛАМУР - Культурная чума третьего тысячелетия». 18.06.2007 г.

А.В. Дроздова, В.П. Беляев

ИДЕОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОГО ГЛАМУРА

Дроздова
Алла Викторовна

кандидат философских
наук, доцент ГУ

Беляев
В.П.

кандидат философских
наук, доцент кафедры
философии и культурологии
УГГУ

В одном из выпусков программы «Школа злословия» поэт Л. Рубинштейн определил гламур как «официальную идеологию современно-

го общества». Каждая идеология претендует на то, что она дает верное знание о мире, предлагая свою систему ценностных координат и идей.