



Konceptualus snobizmas

Tegul nepyksta kalbininkai, bet lietuvių kalbos siūlomos žodžio *glamour* reikšmės „kerai“, „spindesys“, „burtai“ arba „prabanga“ neapibūdina šio reiškimo taip tiksliai, kaip norėtusi, todėl vadinsime jį taip, kaip vadina visas pasaulis. Žvilgtelėkime į jį žinomo mados analitiko, įvaizdžio dizainerio Konstantino Bogomolovo akimis.

„Rusija. 2000-ieji. *Glamour* tampa ultramadingas. Jis sujungia ir prabangą, ir dykaduoniavimą, ir madingus klubus, ir plastinę mediciną, ir prabangius automobilius, ir drabužius su būtiniais logotipais. Visur tik ir girdisi: *glamūrinis* vakarėlis, *glamūrinis* klubas, *glamūrinis* gyvenimo būdas, *glamūrinės* žvaigždės. Šis reiškinys Rusijoje rado tokią palankią dirvą, kad šiuo metu Maskva laikoma *glamour* sostine.

Dažnai galima išgirsti: „Kaip *glamūriškai* ji šiandien atrodo!“ O ji vilki sportinį kostiumą. Tik tiek, kad jame išsiuvinėta „Gucci“, ant kepurės puikuojasi „Chanel“, o ant likusių aksesuarų – „Versace“. Provokuojantis ir egzaltuotas socialinio statuso (dažnai išgalvoto ar įsivaizduojamo) demonstravimas – tai ir yra *glamour*. Žinomi prekės ženklai į šį reiškinį reagavo iškeldami logotipus į matomas vietas. Pirmieji logotipų maniją pradėjo „Dolce&Gabbana“. Ir būtent Rusijos rinkai skirtose prekėse.

Glamour pagrindas – tai konceptualus snobizmas: demonstratyvi prabanga, demonstratyvus nerūpestingumas, ypatingos manieros ir elgesys.

Skirtingi *glamour* veidai

Pastaruoju metu rusų žiniasklaidoje dažniausiai aprašomos dvi ryškios rusų *glamour* atstovės – vakarėlių žvaigždė Ksenija Sobčiak ir rusų stiliaus guru ilgesingoji Renata Litvinova. Jos labai skirtingos, bet tuo pat metu abi puikiai atitinka *glamour* įvaizdį.

Glamūriškumas, puošnumas šiandien egzistuoja skirtinguose stiliuose. Yra klasikinis *glamour*. Pavyzdžiui, Valentino kolekcijos – jausmingos, puošnios, dekoratyvios, prabangios ir kartu konservatyviai klasikinės. Disko *glamour* – žvilgantis, spindintis, seksualus, erotiškias klubinis stilius. Yra net R'n'B *glamour* sąvoka – tai hiphopo žvaigždės, apsikarsčiusios papuošalais su brangakmeniais, auksiniais dantimis, briliantais. Kalbant apie gyvenimo būdą ryškiausiomis *glamour* atstovėmis galima pavadinti Paris Hilton arba tą pačią Kseniją Sobčiak. Jos atitinka naują terminą „celebrities“ („įžymybės“) – vakarinio gyvenimo, vakarėlių žvaigždės. *Celebrities* – tai žmonės, kurie nieko ypatingo nepasiekė nei kūryboje, nei pramogų versle, nei moksle, jie tiesiog žinomi dėl savo gyvenimo būdo, apie juos rašo žurnalai, geltonoji spauda, apie juos kalbama televizijoje.

Populiarinant *glamour* sąvoką itin prisidėjo žiniasklaida. Taip buvo su žodžiu „metroseksualas“, dabar – su žodžiu „glamour“. Staiga paaikėjo, kad geresnio ir tinkamesnio žodžio auksinio jaunimo nerūpestingam gyvenimui aprašyti nėra.

Kaip *glamour* naikina pats save

Glamour pretenduoja būti neatskiriamu aukštuomenės atributu – jis skirtas turtingiems, garsiems žmonėms, tiems, kas gali sau leisti tai, kas yra geriausia ir kas nepasiekama paprastam mirtingajam. Kas gi lieka kitiems? Jei prabanga nepasiekama, tinka ir jos imitacija – klastotės. Toks *glamour* prieinamas visiems, svajojantiems nors kiek prisitrinti prie auksinio jaunimo. Verslas iš karto reaguoja didžiuliu klastočių skaičiumi. Monstras pradėjo naikinti pats save.

Vidurinieji sluoksniai taip aktyviai pradėjo eksploatuoti *glamour* kaip simbolį ir manifestą, kad aukštuomenė (norėčiau pabrėžti – ne intelektualai, o atitinkanti pagal statusą ir pajamų dydį) pradėjo intensyviai ieškoti būdų išsiskirti. Tapo madinga niekinti naujausias tendencijas, neskoningai rengtis, įsivyravo kičas, aplaidumas. Komercinė mada iš karto atsako disproporcijomis, disonansu, pabrėžtinai prastu skoniu.

Mes ir *glamour*

Man pasisekė, aš labai daug keliauju po buvusios Sovietų Sąjungos šalis. Džiaugiuosi matydamas, kad pas mus (Baltijos šalyse – aut. past.) mada netapo tokia globali, internacionali ir triuškinama, kokia ji siekia tapti kitur. Žmonės transformuoja madą pagal savo tradicijas ir poreikius. Baltijos šalyse *glamour* netapo toks reikšmingas kaip Maskvoje arba Ukrainoje.

Glamour pagrindas – tai konceptualus snobizmas: demonstratyvi prabanga, demonstratyvus nerūpestingumas, demonstratyvus nusistovėjusių normų ignoravimas, ypatingos manieros ir elgesys. Mes jam nevergaujame. Viskas paprasta – mes galime nueiti ir ką nors nusipirkti turguje, o *celebrities* taip žemai niekada nepuls. Pas mus sveikintina užsisakyti nežinomo jauno dizainerio drabužius – ne tokius brangius, bet kūrybiškus, o *celebrities* vienas svarbiausių dalykų – drabužio kūrėjo vardas. *Glamour* uoliai garbina simbolius ir patosą, o pas mus tai sukelia ironiją. Man labai patinka, kad mes netapome *glamour* aukomis, kad duodame jam atkirtį tokiu reiškiniumi kaip *antiglamour*.

AFF: ALL OVER PRESS; EAST NEWS/ZEPPELIN NUOTR.



Antiglamour

Tikrasis *antiglamour* – tai ne išorė, o vidinė filosofija. Ne apsirengimo maniera, o aprangos nesureikšminimas, kova su prekės ženklų galybe. Dabar drabužių dizaineriai tapo labai svarbiomis personomis. Kalbant apie juos būtinai vartojami žodžiai „genialus“, „išskirtinis“, „didysis“, „unikalus“. Kodėl mes tiek daug nekalbame apie baldų ir spaudos, kraštovaizdžio ir interjero dizainerius? Kirpėjas, stilistas, drabužių dizaineris – tai reikšmingos profesijos, ir žmonės nuo jų labai priklauso, bet drabužis, kad ir koks gražus bei skoningas jis būtų, yra tik drabužis – tik plataus vartojimo produktas. *Antiglamour* būtent tai ir propaguoja, kad kiekvienas daiktas turi užimti būtent jam skirtą vietą vertybių hierarchijoje.

Nekalbėsiu apie sąmokslą, tai pernelyg nuvalkiota, bet kažkas panašaus dabar ir vyksta. Mes išgyvename monopolizmo, įsitikinimų ir požiūrių primetimo laikotarpį. Visi didieji mados namai priklauso dviem trims savininkams. Mados žurnalai – taip pat. Taigi akivaizdžiai primetamas gyvenimo būdas: nepaisys taisyklių, nenaudos tam tikrų produktų, nebūsi svarbus.

Kiekvienas šią problemą sprendžia savaip. Jei kas nors taps nelaimingas tik dėl to, kad nustos vartoti, tegul nesustoja. Jei kam nors malonu leisti pinigų – tegul leidžia. Aš sustojau. Mano laimės jausmas nepriklauso nuo dėvimo drabužio kainos. Kaip ir nuo logotipo ant mano palto pamušalo. Man svarbiau mano įvaizdžio ir mano buvimo harmonija. Tai nereiškia, kad aš neperku brangių daiktų. Anaipol. Jei man tai patinka, aš perku. Nesvarbu, ar tai brangu, ar pigu. Kaina neturi jokios reikšmės. Svarbiau vizuali harmonija. Aš propaguoju *antiglamour*, nors užsiimu mada, ją analizuoju. Man sąlygišku-

mai neegzistuoja. Tu esi laisvas, jei pasitiki savimi, turi gerą skonį ir harmonijos pojūtį. Patosas, snobizmas visada buvo savimi nepasitikinčių, silpnų ir kompleksuotų žmonių gelbėjimosi ratas. Iš tikrųjų laisvam žmogui *glamour* ramentai nereikalingi. Man labai gaila maskviečių, kurie tiek daug laiko praleidžia automobilių spūstyse tik todėl, kad pagal statusą jiems netinka metro. Taip kadaise buvo ir Niujorke, neatsitiktinai serialas „Seksas ir miestas“ tapo savotišku Maskvos gyvenimo vadovu. Parodija tapo siekiamybe. Tai nereiškia, kad tokie procesai dabar vyksta kituose didmiesčiuose. Londonas ir Paryžius – visiškai kitokie.

Glamour ateitis

Nenuostabu, kad glamūrinis gyvenimo būdas taip išplito Holivude, Niujorke. Amerika niekada neturėjo savo aristokratijos. Turėjo pasikeisti kelios kartos, kad pradėtų formuotis aristokratija. Maskva išgyvena tą patį. Galbūt ir Paryžius, ir Londonas kadaise perėjo tuos pačius etapus, kokius išgyveno Niujorkas ir dabar išgyvena Maskva. Man gali paprieštarauti, kad Maskva – tai sena sostinė, bet realiai mes matome, kad beveik prieš porą dešimtmečių ji pakilo į naują išsivystymo stadiją, kuriai būdingas analogiškas amerikietiškas pirminio kapitalo kaupimas. Naujieji pinigai skiriasi nuo senųjų tuo, kad jie labai garsiai, tiesiog réksmingai reikalauja dėmesio. Tuo tarpu senieji labiau mėgsta komfortą nei vizualinį patosą. *Glamour* – laikinas reiškinys. Po 50 ar 100 metų jis praeis, bet mes negarantuoti, kad vėliau vėl neužplūs naujoji *glamour* banga. *Glamour*, kaip ir kiekvienas gyvas reiškinys, turi teisę būti, plėstis, transformuotis, mirti ir vėl atgimti. ■

Užrašė Elžbieta Monkevič



R'n'B atlikėja Patti LaBelle

Snobizmas visada buvo savimi nepasitikinčių, silpnų ir kompleksuotų žmonių gelbėjimosi ratas. Laisvam žmogui *glamour* ramentai nereikalingi.



Paris Hilton

Ksenia Sobčiak ir Svetlana Bondarčuk



Rusų stiliaus guru Renata Litvinova.