

# ЖИЗНЬ В ШОКОЛАДЕ: краткий курс современного гламура

В двухтысячные годы вдруг произошло явление: в моду вошел гламур. Мы подбираем гламурный наряд, собираемся на гламурную вечеринку, слушаем по радио песенку Ферджи «Glamorous» и читаем журнал «Glamour». Так что же за наваждение такое нас охватило?

За разъяснением мы обратились к известному латвийскому имидж-дизайнеру и аналитику моды Константину



**Константин Богомолов**  
имидж-дизайнер и аналитик моды,  
руководитель Bogomolov' Image School  
Рига, Латвия ([www.bogomolov.lv](http://www.bogomolov.lv))

## Вначале было слово

Одни считают воплощением гламура Марлен Дитрих, а другие – Пэрис Хилтон. Почему так трудно дать определение – что такое гламур? Да потому что слово это эволюционировало, неоднократно меняло свой смысл и сейчас обозначает совсем не то, что 100 лет назад. Само слово «glamour» – очень старое. В английском словаре его можно найти и в девятнадцатом веке, оно переводится как волшебство или очарование. Второе значение – очень нарядно.

В Голливуде 30-х у этого термина появляется более узкий смысл: гламурно – это подчеркнуто декоративно, чувственно, женственно и демонстративно роскошно – не так как в жизни. Постепенно словосочетание «голливудский гламур» превратилось в термин моды и стало обозначать конкретный ретро-стиль – стиль звезд 30-х годов: осветленные и уложенные волнами волосы, изысканные тонкие брови, накладные ресницы и, конечно, роскошные вечерние наряды, меха и драгоценности.

Позже слово «гламур» становится синонимом вечернего женского стиля в любых его вариантах – от коктейля до бала. Гламурно – значит, нарядно. Сделать гламурную прическу и макияж, надеть гламурный наряд – значит, одеться на выход, по-вечернему.

А с 70-х годов термин «гламур» (или в сокращенном варианте «глэм») начинают активно использовать для обозначения любой визуальной декоративности: гламурное – это все яркое, сексуальное и блестящее, независимо от конкретного стиля. Поначалу фэшн-аналитики сопротивлялись этому новому смыслу и пытались народ учить: нельзя называть джинсы гламурными, таковыми могут быть лишь вечерние платья и красная помада. Но со временем и им пришлось смириться с тем, что смысл слова



поменялся. Появляются и быстро становятся привычными словосочетания «диско-гламур», «глэм-рок», «г'п'б гламур» и даже «спортивный гламур».

От этой путаницы в понятиях происходят все заблуждения. Сегодня сказать просто «гламур» уже невозможно. Нужно уточнить, что именно имеешь в виду, – ретро-гламур в довоенном стиле, классический вечерний гламур, яркий прикид для дискотеки или пафосный снобизм высшего общества.

## Концептуальный снобизм

Да, сегодня это старое слово приобрело очередной новый смысл. Говоря о гламуре, мы чаще всего имеем в виду стиль жизни: праздность, роскошь, дорогие автомобили, успехи пластической хирургии, одежда престижных брендов, светские тусовки, ночные клубы, в которые не попасть. В XXI веке гламур стал синонимом статуса и пафоса, олицетворением определенного материального и социального уровня – уровня брендов и логотипов, мест, которые ты посещаешь, ресторанов, казино... Загляните в любой глянцевоый журнал – там все про это.

Приметы современного гламура – это ухоженность и безупречность в каждую минуту своей жизни, это успешность и беззаботность, чувственность и очаровательное легкомыслие, отсутствие проблем и плохого настроения, отсутствие





забот и тягот, связанных с бытом, работой или творчеством, повседневная роскошь, трендовость и пафосность. Гламур позитивен и беспечен, хотя в нем есть место и агрессии. Но это агрессия снобизма – «если ты не соответствуешь, то ты не из нашего круга».

Самыми яркими представителями современного гламура становятся так называемые celebrities – Пэрис Хилтон, Виктория Бэкхем, Линдсей Лохан – то есть, звезды только тусовки. Они становятся знаменитыми не благодаря своим достижениям в карьере или творчестве, а именно благодаря образу жизни и внешнему виду. Celebrities каждый день меняют наряды, порхают по курортам, книжек не читают и все свободное время тратят на шопинг. В общем-то ничего не достигнув, – ни в песнях, ни в фильмах, ни в книгах – они заняли передовые позиции на красных ковровых дорожках и в светских хрониках.

С имиджа celebrity начала свою карьеру и Ксения Собчак, скандально знаменитая звезда московских тусовок. И хотя ее по-прежнему именуют «иконкой российского гламура», на мой взгляд, она уже давно не соответствует этому понятию – слишком много работает, слишком ядовито и вульгарно выражается, слишком умна и слишком часто иронизирует по поводу этого самого «российского гламура».

Огромную роль в пропаганде этого явления сыграли средства массовой информации. Ведь именно журналисты сделали старое слово «гламур» таким культовым: подбирая слова к описанию праздной жизни золотой молодежи, они почувствовали, что лучшего термина, чем гламур, не найти. Да, именно СМИ делают слова знаковыми, громкими. Но слово не вечно. Может пройти 20 лет и слово просто выйдет из моды или в очередной раз изменит свой смысл.

### Из грязи – в князи

Гламур изначально предполагает социальное неравенство, разделение на «грязи» и «князи», на сливки и на зрителей. В нем заложен концептуальный снобизм: показная роскошь, показная праздность, показное пренебрежение ко всему «земному». Он претендует на некую данность для высшего общества: гламур – это только для богатых, для звезд, для тех, кому доступно все самое лучшее, – эксклюзивные бренды, VIP-карты и VIP-зоны.

А что же остается средним и низшим слоям? Да, им недоступен эксклюзив, но зато доступно подражание эксклюзиву! И в двухтысячные годы возникает явление «массового гламура» – high class в дешевой версии. В этом выразилась претензия обывателя на недоступный уровень, его желание приблизиться к золотой мечте хотя бы своим имиджем по принципу «а чем я хуже?»

Главными статус-символами причастности народных масс к гламуру становятся логотипы престижных брендов – Dolce & Gabbana, Gucci, Ferre, Cavalli, Versace, Louis Vuitton, Chanel, Fendi... Не имея доступа к оригинальному, дорогому продукту, они вынуждены пользоваться имитациями. Спрос рождает предложение: рынок моментально отреагировал огромным количеством контрафактной продукции с заветными буквами DG, GFF, CC и LV. Поэтому броский логотип на одежде и аксессуарах сегодня чаще всего свидетельствует именно о подделке. Монстр начал пожирать самого себя.

### Гламур вопреки

Гламур как претензия на «нечто» стал настолько жадно подхватываться средними и низшими слоями, что представители высшего общества начали искать варианты для отличия. И возникает новое явление – «антигламур». Но, появившись как противостояние сдержанности против роскоши, философия антигламура была очень быстро взята на вооружение фэшн-индустрией. В моде быть старомодным! В моде презирать модные тенденции, одеваться убого, невзрачно или вызывающе безвкусно. И антигламур превращается в очередную коммерческую тенденцию гламурной моды.

Но истинный антигламур – это не внешнее проявление, не манера одеваться – это внутренне состояние личности, которой для гармоничного существования не нужна поддержка «костылей» в виде брендов и трендов. Антигламур – это самодостаточность, собственный вкус и чувство свободы. А гламур, пафос и снобизм во все времена были спасением для людей неуверенных, закомплексованных и слабых. 