

## **"Гламур" и "глянец" в средствах массовой информации и жизни - как атрибуты современного мира в пророчествах антиутопии Олдоса Хаксли "О, дивный новый мир" Aldous Leonard Huxley " Brave New World" 1932**

...Навели хрестоматийный глянец ..  
В.Маяковский. "Юбилейное" 1924

.. В тех салонных лужицах скоро вода закиснет и  
И подернется пленкой тошнотворной гламурной ряски.  
М.Чечетко "Половодье" 1993

*Осипьян Н.Д., Сатымова К.М., ЗКИТУ, г.Уральск*

Эпоха Постмодернизма, в которую мы все существуем, так или иначе, продолжает задавать направления общественного развития по пути тотального потребления. Уникальная модель мироздания, определенная Творцом, и утвержденная ранее, как единственная перспектива мира, исчезает, выветривается из сознания, ища себе разнообразные замены. Подобные суррогаты формируют "магию" повсеместного варварства, нивелирующего как христианские, так и общегуманитарные идеалы, служением и поклонением идее социального пользования, потребления. В арсенал "потребляемого" втягивается и человеческая жизнь, вся без остатка. На создание атрибутики привлечения к "удовольствиям" направлены целые индустрии. Понятия "успешности" навязываются средствами массовой информации и через социальные сети. Процесс чтения, зачастую, сводится к "просматриванию" ленты новостей в социальных сетях или пролистыванию глянцевого журналов, что особенно разительно заметно на территориях постсоветского пространства, во что превращается бывшая самая "читающая" часть населения планеты.

Прочно входит в сознание понятие, так называемого, "гламура". Толкование понятия в словаре следующее Гламур (от англ. *glamour*, буквально - шарм, очарование обаяние) - эстетический феномен, основанный на принципах гедонизма и связанный с культурой массового потребления, модой и шоу-бизнесом. Для мировоззрения гламура характерны акцент на роскошь и внешний блеск.

Глянцевый журнал, как жанр публицистического стиля, прочно основался в нынешнем медийном пространстве. В современном определении – это иллюстрированное периодическое печатное издание, высокого полиграфического уровня, включающее самую разную тематику. Журналы эти в большинстве своем периодические, т.е. выходящие с частотой раз в неделю или раз в месяц. Именно в таких ярких, с плотной блестящей обложкой, безупречных по качеству, глянцевого журнала прописываются, так называемые «гламурные» жизненные стандарты, особая философия. Иллюстрация в глянцевом журнале играет особую роль визуального кода, создающего систему символических ценностей: эстетических, новоморальных, социальных, гендерных и других.

Большое внимание уделяется значению оформлению обложки: тут все работает на привлечение потенциального пользователя и картинка, и придуманный образ, и часто эпатажная подпись. Непременным элементом гламурного журнала является реклама, это не просто значимая часть дохода, она и является основным смысловым наполнением подобного чтива. Внутренняя логика повествования часто устроена по принципу некоего конвейера: - Предложение - Желание обладания - Воплощение.

Современный "гламур"- это некий флер, мантра, необходимая не для того, чтобы "быть", а лишь для того, чтобы "казаться", производить впечатление, убеждать самого себя. Гламур - это одновременно и маска и игрушка - посмотри, как близко, все что притягательно в этом мире "сильных" - все буквально в твоих руках: красивые дома, дорогие автомобили,

роскошный отдых с достойными партнерами, блестящие зрительные образы, символизирующие успех, переверни страницу, ты с нами?!

Это явление массовой культуры, успешно функционирующее и приносящее хороший доход владельцам, определяет правила поведения, нацеливает на беспечное и легкое существование, и создает иллюзорное представление о жизни как вечном празднике, способно превратить и собственную жизнь своего читателя в иллюзию.

За свою не столь уж долгую, всего в несколько десятилетий, историю существования, подобные издания уже стали неперенными атрибутами цивилизации, определяющей настрой "глянцевой" позиции жизни: позитивный технологичный подход помноженный на личную целеустремленность, и - нет нерешаемых проблем.

Переживание подобной угрозы замены нравственных ценностей, традиционной библейской истины, истинами потребления и власти получило отражение в антиутопии, как литературном жанре, противоположном утопии, живописующей читателю мир идеальный.

Главные антиутопии (Е. Замятин "Мы" 1920, О. Хаксли "О, дивный новый мир" 1932

Дж. Оруэл "Скотный двор" и "1984", Р. Брэдбери "451 градус по Фаренгейту" 1953) созданы в веке XX, когда в результате декларированной смерти Бога (Ницше), над человечеством был произведен чудовищный по масштабам и размаху эксперимент, абсолютно обесценившей человеческую жизнь. Разумеется, Бог умер, значит все дозволено.

(Достоевский). Человек пишущий, является в некотором роде, рупором Небес. Не отсюда ли посылались нам антиутопические пророчества, с целью предупредить нас, остановить, только мир наш становится все больше и больше, не читающим и глухим к пророчествам.

Мы остановим свое внимание на романе "О, дивный новый мир", созданным воображением Олдоса Хаксли в 1932 году того же, рокового для человечества, прошлого столетия, за красивой обложкой которого скрывается далеко не идеальное общественное устройство.

Этот "дивный и новый", наполнен потребительскими радостями, развлечениями, изобилием во всем. Люди, производятся на свет в колбах, ведь рожать так неэстетично. Они освобождены от тягот семейной жизни, бремени взращивания и воспитания детей. Слова "мать" и "отец" становятся непристойными, а все свободное время от, наложенных обществом, кастовых рутинных обязанностей, занимают путешествия, перелеты, веселые уик-энды свободных от уколов совести, новых граждан. Нет места ни печальям, ни огорчениям, ни переживаниям - специальный препарат "сома", способен прогнать не только плохое настроение, но и получить полное забытие, поэтому и не возникает ни неврозов, ни психозов. "Сомы грамм - и нету драм" - "One cubic centimetre cures ten gloomy sentiments."

Эти "новые" люди избавлены от тревоги за жизнь близких, горя от потерь, старости, болезней, родовых мук, усталости, нищеты. Лица и тела их не подвержены старению, и у них есть все необходимое для жизни. Мир их духовно беден, все эмоции настроены на физические ощущения, это мир инфантильных существ, наивысшем счастьем которых, объявлено удовлетворение потребностей. Сама жизнь тоже не представляет ценности, один индивид в любой момент может быть заменен новым из пробирки с соответствующим лейблом.

Проявлять предпочтение к кому-то, хранить верность, так же считается неприличным: они убеждены, что "каждый принадлежит каждому" - "every belongs to every". Чувственная любовь в изобилии прописана гражданам, причем с самого раннего детства, формирующийся индивид должен обязательно принимать участие в эротических партнерских играх.

Физическая любовь не персонифицирована, механистична, сводится только к получению удовольствия, носит название "взаимопользование". Настоящей любви не существует, но все счастливы, так как каждый получает то, что ему нужно. И никому нет дела, что потребности их запрограммированы инъекцией в банку к зародышу, ведь общественный порядок строго расписан.

Люди, с самого момента появления на свет, разделены по кастам - люди "альфа", люди "бета", люди "гамма". Никакие перемены и их интеллектуальном уровне, работе, судьбе невозможны. Младенцев, выращивают в кюветах, а воспитывают с помощью ударов

электрического тока, прививая им, запрограммированные обществом привычки и навыки, далее отрабатывая с помощью гипнопедии - бесконечных повторов абсурдных правил во время сна. Когда страстями увлекаются, устои общества качаются"- "When the individual feels, the community reels". Они же, повзрослев, искренне считают, что это их счастье и их выбор.

В этом "новом" мире нет привычных вещей - все раз употребленное, сразу же выбрасывается, не успев поблекнуть, и заменяется новыми вещами." Чем старое чинить, лучше новое купить"- "Ending is better than mending". Этот мир, словно воплощенная мечта подростков, желающих жить сытно и беззаботно, люди в этом раю инфантильны и убоги.

Когда в этот стерильный рай попадает дикарь, выросший, на одном из диких островов, то доля его незавидна. Дикарю, рожденному женщиной "славного нового мира", которая случайно затерялась в джунглях во время развлекательного путешествия с очередным партнером, воспитанному на примерах любви к матери, личной чести и достоинства, а так же на найденном древнем томике Шекспира, остается только сойти с ума.

Наверное Апокалипсис уже наступил и слуги того, кто против Бога, строят свое земное царство. Яркое, зрелищное, манящее - вполне "гламурное" - многое сулившее, лишившимся своих духовных основ, людям.

Испанская пословица гласит "Возьми, что хочешь, но за все плати". "Гламурное" мирознание утверждает иной порядок. Можно продолжать служить преисподней в надежде обрести все земные блага, отказываясь от нравственности, брать и брать у жизни все, что так жаждет оглушенное человеческое существо и избежать расплаты. Но, в том, и секрет Мироздания, оно устроено так, что платить все равно придется. Иногда самой дорогой ценой.

Прозрение относительно мира будущего, большого художника Олдоса Хаксли, сообщившего человечеству уже в 1932 году века минувшего свое предостережение, роман "О, дивный новый мир" раскрывает философскую основу происходящего сейчас в наши дни и с нами. Виртуальное далекое призрачное будущее становится реальностью. XXI век осуществляет, к сожалению, пророчества Хаксли. Оглянемся вокруг: все узнаваемо. "Гламур" - реклама, бренды, высокая мода, бесчисленные оглуляюще-безнравственные и безвкусные ток-шоу на телевидении - зрелищные и лишенные смысла развлечения. Это наша реальность, такая же как в "ощущальнях" Нового мира.

Социальные сети и игровая зависимость - снижающие интеллект до невообразимого минимума, формирующих человекообразных, готовых на все ради очередной "пилюли счастья".

Активное продвижение, пропаганда, свободных любовных отношений, сексуальное просвещение в школах, вместо утверждения необходимости доброго целомудрия, так называемые "гражданские" браки, которые на поверку являются блудным сожительством, без обязательств, вместо крепких семейных уз, порождает все новых и новых одиноких и безразличных потребителей.

Социальное разделение, не закреплено генетическим кодом, но столь же явственно как и в романе Хаксли. У современных нам Альф, кто в меньшинстве, часто больше денег и возможностей, и это не всегда связано с их личными достоинствами. Иронию вызывает тот факт, что зачастую обладатели толстого кошелька, считают себя, избранными счастливыми. Ну что ж - "Возьми, что хочешь"- сказал Господь, - "но за все заплати."

Эта извращенная "гламурная" новая реальность крадет у человека, созданного по образу и подобию Божьему, его предназначение, его суть, его настоящее счастье.

Болезненные для человеческой цивилизации уроки XX века не были усвоены. Что призвано остановить человечество, выбирающего неверные пути, может, новый вирус? В противном случае мрачные пророчества Хаксли продолжают осуществляться.

## Библиография

1. Гуревич, П.С. Философия культуры: пособие для студентов гуманитарных вузов/ П.С. Гуревич.- М., 2000.-314 с.
2. Головачева И.В. Литература и наука в творчестве Олдоса Хаксли, авт. док дис. С.П.2008
3. Замятин Е. "Мы" - О.Хаксли " О, дивный новый мир" М. Худ.литература, 1989
4. Толковый словарь русского языка под редакцией С.И.Ожегова/ М.1997
5. Сурикова, Т.И. Этические проблемы языка массовых коммуникаций: молодежные СМИ, политическая и потребительская реклама / Т.И. Сурикова// Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика.-2004.-№1.- С.84-98
6. Слепцова А. , Ромах О.В. – Тамбовский государственный университет им.Г.Р. Державина . Глянцевый журнал как жанр современной массовой культуры
7. Huxley A. Brave New World. New York, Bantam books, 1968