

*****Предпринятая на досуге попытка подсчитать количество печатных СМИ в Новороссийске оказалась не самым простым делом. Если не брать в расчет брендовых динозавров: «Новороссийский рабочий», «Наш Новороссийск» и иже с ними, получилось, что считать-то, вроде как, и нечего. Да не обидятся коллеги из бесплатно-рекламных газет (пожалуй, честнее всех отрабатывающие свой хлеб), речь сейчас не о них.**

*****Любопытна судьба прочих, претендующих на звание массово-информационных, периодических изданий, количество и качество которых в былые времена резко возросло прямо пропорционально накалу политических страстей и/либо возникновению олигархических потребностей в пиаре. Сегодня финансовая зависимость новороссийской прессы приобрела по большей части уныло-серую бюджетную, читай, административную окраску со всеми вытекающими последствиями. Будем честными: выжить на свободных хлебах для провинциальных СМИ - задача из области фантастики. Почти. Не морализаторствуя и не углубляясь в причины, констатируем результат: многочисленные попытки (зачастую весьма неординарные и талантливые) создать хоть какую-то альтернативу «динозаврикам» разбивались о банальное отсутствие средств. В общем, информационного плюрализма в Новороссийске не получилось. И это факт.**

*****Но! Удивительное дело! В штормящем море финансово-печатных страстей долгие годы не только не гибнут, но даже слегка увеличивают популяцию поблескивающие разноцветно-лаковым оперением диковинные гуси-лебеди с преувеличенно красивыми именами: Rivi
era,
Coffee,
Kindermания,
ПерВый
(хоть одна буква, да ненашенская),
Южный коктейль,
Искусство потребления,
теперь вот еще
Original**

...

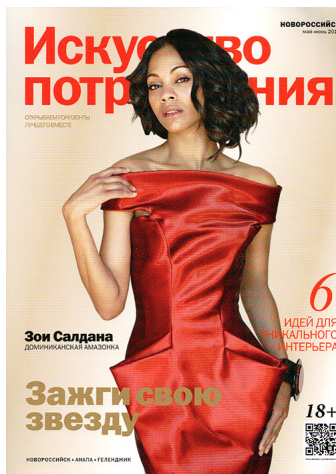
(простите, кого забыла). Да-да, речь именно о нем – непотопляемом ГЛАНЦЕ.

В пучине нерентабельности не тонет, в огне предвыборных сражений

Автор: Ольга ГАЙЛЕШ
27.06.2015 05:04

не горит. Не страшны ему ни экономический кризис, ни ветра политических перемен. Так что же держит на плаву местечковый, да и не только, гламур?

*****Конечно, можно сравнить эти, преимущественно дамские, издания с мыльными сериалами – мол, заставляют замотанных тусклыми буднями российских женщин ненадолго забыться в картинках про чужую красивую жизнь. Своеобразная психологическая разгрузка для прекрасного пола. Но не так все просто.**



*****О красивой, «как с картинки» жизни мечтали всегда: и в тучные 60-е, и в измученные тотальным дефицитом 80-е... но - втихаря, «в подушку». Разглагольствующий во всеуслышание о «шмоточно-заграничных» грезах и желаниях рисковал крепко подмочить репутацию. Советским сознанием раз и навсегда было дано четкое определение таким мечтам - «мещанство», «вещизм». И это было стыдно, и это было как-то «не принято».**

*****Неумелые потуги воплотить «мечты о красивом» в реальную жизнь – те самые стилиаги, обратная сторона хрущевской оттепели – по сути, еще на несколько десятилетий оставались незрелой попыткой юношеского протеста. Не более. Помните героиню скандально-революционного по меркам восьмидесятых «Курьера» Карена Шахназарова? Благополучная и «правильная» во всех отношениях девочка Катя бросает вызов поколению «отцов», заявив во всеуслышание, что мечтает «ехать в красивой спортивной машине, и чтобы был**

Автор: Ольга ГАЙЛЕШ
27.06.2015 05:04

длинный алый шарф, а на сиденье рядом — магнитофон и маленькая белая собачка...» Детски-розовый максимализм благополучно изживался по мере взросления индивида. Съев свою порцию неодобрения окружающих, правильная девочка Катя, опомнившись, возвращается в «правильную» жизнь.



Стиляги нервно курят в сторонке...

*** Мечтать полагалось «о великом». Если не о БАМе и упорно не покоряющейся целине, то хотя бы о «горах, где еще не бывал», о «туманах и о запахе тайги». Скажете ханжество? Лишь отчасти. Нет, квартира-машина-дача, как синоним высшего советского благополучия и признак состоявшейся жизни тоже были частью тогдашней действительности – но не признавались ее смыслом и целью. Не только в силу навязанной свыше идеологии строителя коммунизма. Давало о себе знать рудиментарно-дворянское «Человеку нужно не три аршина земли, ... а весь земной шар».

*** Психологической разгрузкой (и не только для женщин, кстати) заграничные сказки про жизнь, воплощенные в глянце, стали в 90-е, когда на смену официальной идеологии пришла пустота. Когда все, что было «до», огульно поименовали «застоем» и, развалив до основания, подобно стилягам 60-х, с поросычьим восторгом ринулись осваивать неведомые, доселе запретные «забугорные» территории. Только на этих территориях царили уже не поиски смысла жизни, не мечты о «яблонях на Марсе» и покорении Арктики, а семейство Си-Си-Кэпвел, просто Мария, обязательные 90-60-90 и не вполне натуральные

Автор: Ольга ГАЙЛЕШ
27.06.2015 05:04

прелести Памелы Андерсон и прочих джей ло. Вначале просто глазели. Затем попытались повторить. Спустя пару десятилетий заполнили глянцевыми стандартами мозги – в том месте, откуда ампутировали мечту.

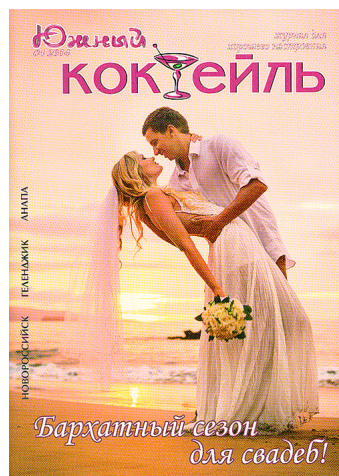
*** Глянцевые идеалы, которым ныне отводят роль МЕЧТЫ, тоже не сразу «дошли до жизни такой». Изначальный смысл глянца – давать обществу примеры, достойные подражания - в свое время успешно воплотили Harper's Bazaar, Cosmopolitan, Vogue, мировые легенды с полуторавековой историей.



*** Подражать в манерах и поведении предлагалось светским львицам, состоятельным (это обязательно!) девушкам из высшего общества, ведущим роскошный образ жизни. И если в XX веке аристократическое происхождение перестало быть обязательным условием для героинь лощеных изданий, то финансовый ценз как пропуск в мир избранных остался. И даже не наличие денег как таковых, а его внешние признаки: драгоценности и туалеты «от кутюр», участие в статусных мероприятиях...

*** В веке XXI идеология подражания «миру мечты» сохранилась, но сменились кумиры. Глянец стремительно идет в отрыв от реальности: подражать предлагается уже не самим состоянием имеющим публичным персонам, а их искусно отлакированному пиарщиками образу и стилю жизни, мало соотносящемуся с действительностью. Так рождается ВЕЛИКАЯ ГЛЯНЦЕВАЯ ЛОЖЬ. Подражать можно, достичь невозможно.

Автор: Ольга ГАЙЛЕШ
27.06.2015 05:04



*** В относительно молодом российском глянце с великосветской тематикой и блестящими манерами, понятное дело, большой напряг. Рублевские дивы и попсовые старлетки если и блестят, то брюликами или, на худой конец, кристаллами Swarovski, но уж никак не воспитанием и достойными подражания манерами. И состояние (или уже бабки?) вроде как имеется, а вот масштаб личностей не тот. Игры в высший свет даже на уровне столичных журналов выглядят уж слишком фальшиво. Светское общество превращается в тусовку, светские львы и львицы – в VIPов, с завидной частотой генерирующих «русские сенсации»: скандалы и склоки. Положение спасает заграничный контент, но он «не наш» и потому, как пример образцовой жизни, за пределами МКАДа полного доверия не вызывает... Но блеск, пусть и мишурный, остается, а сами картинки по красоте исполнения не теряют сказочной привлекательности, а, значит, и желания подражать.

*** Ввиду полного несоответствия отечественной действительности заморским стандартам формируется феномен российского глянца или ЛОЖЬ 2 - подражание подражанию. Тематика гламурной прессы в большинстве своем теряет смысловую нагрузку и сводится к нескольким заимствованным за бугром сюжетам, подобно заезженной пластинке крутящимся на всех блестящих страницах. Шмотки-бренды, стандартно прекрасная фигура и способы ее достижения, мужик, пардон, бойфренд в стиле «кошелек», и техника его привлечения/удержания: еда, секс, ну и опять же, как средство, фигура и шмотки. Круг замкнулся.

Автор: Ольга ГАЙЛЕШ
27.06.2015 05:04



***** К провинции все намного примитивнее, смешнее и жестче, в этой своей простоте. Великосветским и vip-тусовочным обществом, ясное дело, не пахнет, звезд столичного пошиба на местном небосклоне не наблюдается. А вот «глянец» (пожалуй, пора уже ставить кавычки) в достаточном количестве имеется. Как и безудержное стремление ему следовать. Чем же заполняется ниша требуемых по жанру «примеров для подражания»?**

*****Заезжие знаменитости идут в местных журналах нарасхват, вне зависимости от ценности самих персонажей. Срабатывает феномен Хлестакова. Но это, по большей части, летом, в разгар гастролей. Что в сухом остатке? Да все то же: деньги. И, как ни забавно, добавляются понты.**

*****Зайдите на сайты (если таковые в наличии) местных изданий в раздел «реклама», в крайнем случае, позвоните в редакцию, в рекламно-коммерческую службу. Информация открытая. Цена внутренней страницы от 15 .000 рублей и выше, обложка – ну это намного дороже будет! Впрочем, на безрыбье могут и скинуть. «Девушка/юноша с обложки» идут по сходной и вполне доступной цене, иногда, для партнеров – по бартеру.**

*****Что удивительно, при всей нескрываемой продажности, святая вера в собственную «глянцевую» избранность у местечковых журнальчиков растет обратно пропорционально тиражам. Читаешь, глазам не веря, в одном из них пассаж от владелицы: мол, если ко мне придет дядя-лоток-с пирожками и предложит 40 тысяч за рекламу, я денег не возьму, а то у меня больше ни один ресторан рекламу не даст – мол, должен же быть уровень!**

Автор: Ольга ГАЙЛЕШ
27.06.2015 05:04



Сергей Зирин, главный редактор «Первого» в Новороссийске, в 2014 году ушел из города, оставив издание на попечение своего заместителя.

В то время в городе не было ни одного другого издания, которое могло бы претендовать на роль главного. Поэтому «Первый» стал единственным источником информации о жизни в Новороссийске.

Автор: Ольга ГАЙЛЕШ
27.06.2015 05:04

Герои номера



**Владимир
Синяговский,**
глава города-героя
Новороссийска.



Вера Севрюкова,
генеральный директор
анапского санаторно-
курортного комплекса
«ДнЛУЧ».



Сергей Кондратьев,
ректор Государственного
морского университета
имени адмирала
Ф. Ф. Ушакова.



Анна Беккер,
депутат Законодательного
собрания Краснодарского
края.



Сергей Савоткин,
атаман Черноморского
казачьего округа.



Владимир Мхитарян,
генеральный директор
птицефабрики
«Новороссийск».



Николай Терентьев,
генеральный директор
строительной компании
«ОБД-Инвест».



Ирина Ярышева,
директор Детской
музыкальной школы №1
имени А.С. Даниили.



Сергей Гаврилин,
основатель селекционно-
семеноводческой фирмы.



Георгий Канакиди,
депутат городской Думы
г. Новороссийска.



Татьяна Меркулова,
директор частной
гимназии №1
г. Новороссийска.



Александр Алексеев,
создатель культурного
центра «Старый парк».

Автор: Ольга ГАЙЛЕШ
27.06.2015 05:04



Набираем деток. Участие коммерческое!



*****Провинциальный глянец от иностранного и столичного собрата отличается как коза от баяна. Он, в противовес первоисточнику, не формирует общественное сознание, он существует, потому что отравленное блестящими пустышками массовое сознание уже в нем нуждается, как в допинге, как в наркотике. Глянцевые ценности, став безусловным жизнеполагающим стимулом для определенной части молодого общества, не подвергаются сомнению в принципе. На предложенный фальшиво поблескивающими страницами образец жизни, разинувши рот, как Эллочка-людоедка на золотое ситечко, с замиранием сердца глядят молодые. Популяция «глянцевых людей» разрастается подобно планктону. А планктон, как известно, не тонет...**



