

М

оя сегодняшняя реплика — скромная попытка прорваться сквозь сиюминутную шелуху к событиям, наделенным

потенциалом реально изменить мир. Информационный повод: французский модный дом Balmain представил новых манекенщиц — очаровательных Марго, Шуду и Жи.

«Ничего себе эпохальное событие, женщины на подиуме», — вспылит читатель и будет дважды не прав. Во-первых, потому, что модели Balmain — не только не женщины, но и вообще не живые люди. Во-вторых, стоит копнуть глубже, как за французской революцией начнут проступать столь мрачные перспективы, что даже беллетристическому Большому брату впору обзавидоваться.

Итак, модный дом Balmain создал «виртуальную армию» манекенщиц. Велик соблазн предположить, что за инициативой скрывается лишь меркантильный интерес: зачем платить баснословные гонорары живым и неидеальным девушкам, если можно наштамповать трехмерный батальон безотказных совершенств, готовых сниматься за евроценты 24 часа в сутки 365 дней в году?

Для начала внесем ясность насчет меркантильности. Все-таки Balmain — не безымянный бутик на задворках индустрии, а элитное предприятие с 73-летней историей обслуживания сугубо звездной публики — от Авы Гарднер и Брижит Бардо до королевы Таиланда Сирикит. Хэбэшная маечка от Balmain стоит 200 евро, стандартной потрепанности джинсики — 1000, дамская сумочка — 2000.

Balmain демонстрирует стабильную прибыль и к тому же принадлежит эмиру Катара, поэтому говорить о виртуальных манекенщицах в контексте денежных затруднений компании не вполне комильфо. При любом раскладе финансовая составляющая проекта проглядывает лишь с корпоративной колокольни. Но есть еще зрители-потребители модного и прекрасного. Несложно догадаться, что этим зрителям-потребителям бухгалтерия Balmain до лампочки. Не будь у зрителей-потребителей собственного интереса, дерзкая инициатива с виртуализацией манекенщиц захлебнулась бы в купели.

О «собственном интересе» зрителей-потребителей можно судить по аккаунту, который «создала» в инстаграме одна из виртуальных манекенщиц Balmain — Шуду (@shudu.gram). У чернокожей красавицы 140 тысяч восторженных подписчиков-поклонников. Открываем последний фотопост Шуду и читаем комментарии: «Потрясающе!», «Wow, как же здорово!», «Неужели она не настоящая?», «Боже, какие у нее пальцы» — и дальше взмахом на все 8169 лайков.

Показательно, что публика прекрасно отдает себе отчет, что перед ней не живой человек, а виртуальная кукла, однако это знание несколько не мешает восхищаться «божественной красотой» и изяществом модных облачений.

Полагаю, что инициатива Balmain не просто триумфальная, а революционная уже потому, что символизирует переход восприятия реальности на новый качественный уровень. Переход этот не вчера случился, а развивался логично и обстоятельно на протяжении двух десятилетий, пока не достиг, наконец, закономерной кульминации: добровольного, осознанного и радостного принятия — нет, не параллельного существования виртуальности, а безоговорочной подмены этой виртуальностью реальной жизни.

Обозначу лишь ключевые вехи пути, который человечество проделало за последние четверть века по направлению к отказу от реальности в пользу виртуального суррогата. Импульс родился из претензии мировой компьютерной сети на объективность. Ожидалось, что интернет вырвет монополию на «истину» из цепких лап традиционных СМИ, которые истори-



Марго, Шуду и Жи

Reuters



Виртуальные манекенщицы

Как последним авторитетом нового мира стала популярность

И РЕЖИМ ПОСТПРАВДЫ

чески контролировались государством, капиталом и креативным истеблишментом.

Сказано — сделано. Всего за несколько лет унитарная картина мира, выгодная мировым элитам и доносямая до общества официальными СМИ, распалась на неисчислимо множество частных мнений, сплошь «15-минутки Энди Уорхола».

Реакция масс, потребляющих информацию, вышла, однако, неожиданной. Массы осознали, что много — не обязательно хорошо. Хорошо, если это «много» структурировано, обладает убедительной достоверностью и информационной надежностью. Ничего подобного в интернете нет по определению, зато есть ошеломляющий поток информационного хаоса.

Первым следствием неструктурированного инфопотока стал невроз, воплотившийся в так называемом клиповом сознании: на углубленное осмысление информации элементарно не хватало времени, поэтому потребители вынужденно перешли к поверхностному коллекционированию фактов неравнозначной ценности: истории, заряженные судьбоносным потенциалом, сосуществовали в голове травмированного нетизана на равных с сиюминутными сенсациями-пустышками.

После того как стало очевидно, что инфошметки, нашинкованные «клиповым сознанием», никак не способствуют ни самопознанию, ни осмыслению внешней реальности, родилась потребность в новой иерархии ценностей. В доцифровую эпоху авторитет СМИ обеспечивался либо профессиональным весом вещающего, либо принадлежностью к власти, либо репутацией издания, за спиной которого стояли десятилетия ответственного информирования общества.

В анархичном интернете, не признающем авторитет ни царя, ни толстосума, ни умника, новую иерархию ценностей можно было воздвигнуть на единственном критерии, данном всем в ощущении, — на популярности. Благо популярность в цифровом мире легко измеряется двумя параметрами: хитами (посещаемостью) и лайками (одобрениями).

Авторитетно то, что популярно. Если так, то вознесение на вершину ценностной

пирамиды самых низкопробных клише, культивируемых массовым сознанием, было лишь вопросом времени. Все случилось естественно и с головокружительной скоростью, поэтому никто не заметил, как безоговорочным уважением в цифровом мире стали пользоваться еще вчера никому неведомые плеядянки, астральные воины, духовные лидеры, народные философы и идеалы вселенской красоты без пола, образования и культуры, зато с силиконовым бампером губ, татуированными бабочками на крестце, патологическим нарциссизмом и любительскими навыками фотошопа.

Параллельно с описываемой эволюцией восприятия информации шли процессы иной природы — связанные с единоборством Истины и Интенции. Не вдаваясь в подробности, скажу лишь, что поединок завершился безоговорочной

«**Реальности, похоже, в привычном смысле слова вообще больше не существует**»

победой Интенции: сегодня информация, продиктованная манипулятивной волей, полностью доминирует над фактами и реальностью.

Дошло до того, что реальности, похоже, в привычном смысле слова вообще больше не существует. Убили журналиста Бабченко? Или не убили? Использовали химическое оружие в Алеппо или не использовали? А если использовали, то кто? Что происходит сейчас на самом деле в Хемнице? Были ли там погромы? Или все-таки не были?

Одним словом, добро пожаловать в Эпоху После Правды.

Возвращаемся к революционному батальону цифровых манекенщиц модного дома Balmain. Новая Тринити (Марго, Шуду и Жи) — это не попытка 33-летнего гениального гее Оливье Рустена (креативного директора Balmain) поправить финансовое положение эмира Катара, а констатация свершившейся революции и последовавшей за ней безоговорочной диктатурой «восставших масс» в вопросах консюмеристской эстетики, равно как и безоговорочной победой виртуальной интенции над реальностью фактов.

Жи — идеальная азиатка. Шуду — совершенная африканка. Марго — безупречная француженка. Силикон, разлитый по всему телу с изысканностью числового ряда Фибоначчи; татуировки, властно анонсирующие кичевую эстетику; биологический унисекс как вклад в борьбу за стирание гендерных отличий; бесстрастное сплетение хрупких девичьих тел, призванное подчеркнуть стремление человечества к мирному сосуществованию e pluribus unum.

Все перечисленное — попадание в яблочко. Рискну, однако, предположить, что одной констатации свершившейся революции было бы недостаточно для того, чтобы виртуальная армия Balmain могла претендовать на место в истории. Есть в безумной идее Оливье Рустена и эксклюзивный креатив: неожиданным образом его куклы устраняют последний барьер на пути к вождельной гармонии Bunt ist die Welt («Мир такой разноцветный»).

Дело в том, что Марго, Шуду и Жи в силу своей демонстративной невсамделишности избавляют мир еще и от зависти. Там, где титул «Мисс Совершенство» отобран у людей и отдан компьютеру, не будет больше слез после неудачно залитого силикона, поредеют ряды борцов с сексизмом, отпадет нужда в пропаганде «нестандартной внешности» и плавсайзинга. Расовое равенство тоже станет нормой. По крайней мере, на подиуме. По крайней мере, в массовой галлюцинации.

Сергей ГОЛУБИЦКИЙ,
специально для «Новой»