

ГЛАМУРНАЯ ЦИВИЗАЦИЯ И ЕЕ АВАНГАРД

А.К. СЕКАЦКИЙ

С современной цивилизацией все ясно, ее определение в качестве гламурной быть может слишком поспешно, наверняка историки ближайшего будущего подберут более точное, всеобъемлющее и характерное наименование, но в принципе возражений особых нет: производство гламура явно становится неотделимым от всех прочих производственных процессов – почти в том же смысле, в каком еще недавно неустрашимым считался выброс вредных отходов. Дело все больше идет к тому, чтобы сама товарная форма обладала свойством создавать гламурную ауру – в противном случае изделие (или услуга) рискует оказаться вне товарной формы вообще. И это уже не говоря о специализированных отраслях производства, о некоей *всемирной бижутерии*, для которой производство гламура является задачей номер один и лишь потом осуществляется расфасовка чувственно-сверхчувственной субстанции по отдельным номенклатурным единицам. Если бы какой-нибудь гипотетический инопланетный наблюдатель проводил спектральный анализ *свечения* современного постиндустриального общества Земли, он обнаружил бы, что ярче всего представлены в спектре излучения перламутровые цвета гламура.

Таким образом, толщина и прочность гламурного слоя в повседневности не вызывают сомнений. Куда более сложным является вопрос о существовании гламурного авангарда; здесь требуется исследование эстетических, социологических, культурологических параметров, необходим взгляд со стороны метафизики. Попробуем высказать свои соображения на этот счет.

Становление любой устойчивой социальности связано с завоеванием новых территорий – в широком смысле слова, в том смысле, в каком Делёз и Гваттари используют понятие *территориальность*¹. В таких случаях говорить об авангарде (и даже во множественном числе: об авангардах) вполне уместно. К этому термину естественным образом прибегает искусство, теория классовой борьбы, сама метафизика присутствия, не говоря уже о военном деле. Но с гламуром дело обстоит сложнее, ведь независимо оттого, как мы его определим, нам придется отметить его противостояние любому радикализму и встроенную охранительную тенденцию, призванную увековечить существующее, а именно то из существующего, что парализует как взлеты, так и возможные падения духа. Смысл гламурной тенденции в том, чтобы стесывать вершины индивидуальности и засыпать ее же пропасти щебенкой безделушек. Речь идет о массовой технологии удоволь-

ствия, изначально побочной по отношению к искусству и, в то же время, альтернативной ему.

Бросим краткий взгляд на предшественников, на предыдущие аватары того же явления. Нечто похожее, например, описано в романе Эмиля Золя «Дамское счастье», а русская интеллигенция еще в XIX в. чрезвычайно любила пользоваться выражением «воинствующее мещанство». Но эта воинственность имела скорее характер ползучей экспансии. Мещанство славилось (да и поныне славится) своим умением держать удар, т.е. непробиваемостью, непрошибаемостью, а для такого типа воинственности авангард не нужен. Так было до тех пор, пока сменяющиеся исторические воплощения не породили гламур — форму жизни, способную не только защищаться, не только сносить все нападки, но и атаковать. Эта форма жизни преобразует тех, кто ее, так сказать, исповедует: для них еще не найдено общепринятое имя, но сам класс как реальная социальная сила уже есть, и его приобщение к гламуру можно сравнить с внесением классового сознания в ряды пролетариата. Гламур, следовательно, представляет собой прежде всего идеологию, и притом идеологию наступательную, точнее говоря, способную к наступлению посредством своего авангарда.

Рассмотрим линии преемственности и линии разрыва. В русской традиции преемственность легко иллюстрируется незатейливым видеорядом: канарейки в клетке, слоники на этажерке, *фотокарточки* с фигурно обрезанными краями и всякие мелочи, к которым идеально подходят уменьшительные и ласкательные суффиксы, в совокупности их можно назвать «рюшечки». Ну а подходящий звукоряд, плавно переходящий в саундтрек — «сделайте мне красиво». Но, во-первых, преемственность оказывается пунктирной: тенденция приукрашивания, «лакировки» действительности или хотя бы даже поверхности вещей, неоднократно обрывается другой тенденцией — разоблачения («срывания всех и всяческих масок», говоря словами Ленина), когда попытке перепричинения подвергается само сущее и фетиши мещанства бросаются в костры революций. Кстати, следует заметить, что буржуазия, точнее, Капитал, совсем не обязательно производят *буржуазность* — в период своей максимальной силы и жизнеспособности Капитал как раз производит потребительскую аскезу, не уступающую аскетическому могуществу пролетариата². Специфическая *буржуазность* всегда была уделом аутсайдеров Капитала, т.е. именно мещан, бюргеров и прочих обывателей.

А во-вторых, русская, предшествующая собственно гламуру традиция на каком-то этапе перестает быть русской, теряет национальную специфику; гламурная цивилизация интернациональна в той же степени, что и мировая революция. И, тем не менее, в гламуре есть нечто старое, обыденное, всякий раз узнавае-

мое в любом произвольном срезе буржуазной эпохи — и корбочки монпансье, и парижский шик, и Баден-Баден, и даже сталинская «Книга о вкусной и здоровой пище» примыкают к гламуру по боковой линии родства. Но есть и совершенно новые, можно даже сказать — новаторские вкрапления, хотя главной «новостью» является, конечно, гламурная цивилизация как таковая.

Новаторство состоит, прежде всего, в следующем. Производительные силы в свое время и получили название производительных, поскольку производство вещей, товаров составляло смысл их существования, а потребление (которое, согласно Марксу, капитал стремился минимизировать) было средством их восстановления. Теперь производительная активность все больше инвестируется непосредственно в потребление; процесс производства в традиционном смысле слова сжался во времени и удивительным образом *скрылся с глаз*, погрузился в незаметность, но главное, что его результаты стали чем-то промежуточным, больше похожим на полуфабрикат, чем на готовое изделие. Они, эти вещи, еще недавно полноценные товары, гордо красовавшиеся на витринах и дожидавшиеся своего часа на складах, вроде бы остались на прежних позициях, но лежат мертвым грузом, пока их не оживит вещая сила потребления. Простая совокупность актов покупки по-прежнему подтверждает принадлежность данного «изделия» к миру товаров и даже обеспечивает вялотекущий процесс его воспроизводства. Но подлинное завершение производства определяется теперь не фоновой статистикой продаж, а авангардным выхватыванием избранной вещи из общего пыльно-витринного фона, чрезвычайно важным актом, имеющим далеко идущие последствия. Акт *выхватывания* играет ту же роль, что и знаменитая «выдирка» Леви-Строса, создающая бинарную оппозицию и из порядка бинарных оппозиций порождающая саму социальность³. В большинстве европейских языков слова «понимание» и «схватывание» имеют общий корень, что не удивительно, поскольку задача первичной выборки — в том, чтобы выхватить из текучести природы избранные дискретные состояния и удержать их в качестве человеческих устоев, опорных символов социальной матрицы.

Изготовление вещей и уж тем более товарное производство прекрасно справлялись с этой задачей — вплоть до недавно наступившей стадии общества потребления, когда был достигнут некоторый, видимо, критический уровень товарного изобилия. После достижения такого уровня стихийное фоновое потребление становится само по себе чем-то асоциальным — в том смысле, в каком можно назвать «асоциальной», например, прогулку по лесу. Все более насущным является теперь требование новой маркированной выдирки из товарного универсума. Подошел к концу длительный предшествующий этап, когда потребительская

выборка являлась частью более общих программ социальной матрицы и когда, соответственно, стратегия потребления не была самостоятельной процедурой социализации, тем более процедурой решающей. Тотемная, сословная или классовая «экипировка» так или иначе зависела от предзаданной идентификации. Утопать в роскоши, носить те или иные знаки отличия, сводить концы с концами — все это не было предметом индивидуального выбора, это, так сказать, прилагалось к более важным определенностям бытия в признанности. В дальнейшем использование денег как всеобщего эквивалента обеспечивало более тонкую социальную дифференцировку: их *простое количество* легко распознавалось в потребительских предпочтениях и количественные показатели в принципе совпадали с социальной идентификацией. Появлялись, разумеется, выскочки, «нувориши» или, наоборот, изгои, но они не меняли общей картины.

Уровень изобилия, обретенный в очагах постиндустриального общества, меняет ситуацию — выборка дискретных единиц из общего «товарно-сырьевого» фона, перестав быть связанным приложением к наличному типу дистрибуции власти, становится завершающим актом собственно товарного производства, решающим моментом признания изделия (или услуги) товаром. До свершившегося признания солнцезащитные очки, лежащие на витрине, ничем не отличаются от руды, находящейся в недрах земли: и то, и другое надо еще извлечь, переработать, приобщить к миру дискретных значений и смыслов. И вот потребитель-старатель опознает среди залежей бесполезных ископаемых именно те очки, которые носит Пэрис Хилтон (Бритни Спирс, Леонардо ди Каприо, Дэвид Бекхэм, etc.), после чего стоимость их не просто возрастает, но, можно сказать, впервые возникает вместе с товарной формой. В момент опознания происходит считывание значимого дресс-кода, а также фуд-кода, дринк-кода и эмо-кода, каждая расшифрованная запись на свой лад гласит: это круто, здесь находится счастье... Момент считывания напоминает неслышимые музыкальные позывные, где каждая вещь-нота есть признанный товар, а вещь-мелодия — целый эйдос. Нечитаемые эмо-коды оставляют вещи как бы в естественной среде обитания и для их перемещения в мир человеческой признанности требуется вторичная маркировка, что-то вроде внесения бинарной оппозиции *стильного* и *отстойного*. Новые «брахманы», отстаивающие чистоту вторичных оппозиций в своей совокупности как раз и образуют гламурный авангард: они суть рыцари потребления и, одновременно, важнейшая производительная сила ближайшего будущего⁴.

Теперь попробуем подойти к гламуру с позиций искусства, поскольку эти резервуары предстают как равномошные, тесно свя-

занные, но отнюдь не входящие друг в друга и друг друга не перекрывающие. Прежде всего, следовало бы ответить на вопросы, что такое гламур с позиций искусства и что такое искусство с точки зрения гламура. Ответы получатся явно асимметричными, что само по себе любопытно и поучительно. Говоря коротко, с точки зрения искусства, гламур — это китч, подделка и дешевка, это *профанное*, как оно видится с территории сакрального. С гламурных же позиций высокое искусство воспринимается как не подкрепленная «реальной красотой» или удовольствием претензия, т.е., собственно, как «целесообразность без цели», в точном соответствии с внутренним определением искусства, предложенным Иммануилом Кантом. Агенты гламурной цивилизации могут относиться к искусству почтительно, снисходительно, равнодушно, но, как правило, они не посягают на суть бытия художника. Но актуальные художники не отличаются подобной терпимостью, выражая исключительно презрительное отношение к китчу. Исходя из этих характерных отличий, можно высказать предположение, что именно гламур выступает с позиций силы: происходящие и уже происшедшие перемены только подтверждают данное предположение — в то время как искусство незаметно, исподволь, теряет свою магию, гламур интенсифицирует собственные чары, позаимствовав у искусства нечто чрезвычайно важное, может быть, самое существенное.

Но прежде следует ответить на вопрос «Почему гламур не искусство?», не прибегая к оценочной шкале. Ответ прост: искусство создает произведения, т.е. специфические объективации, которые могут быть подвергнуты отчуждению, отделены от автора-художника и вновь присоединены к нему вторичным образом, как именная пометка для удобства вечного хранения. Гламур же не создает произведений в этом смысле, гламур — это художественный жест потребления, и таким он, в принципе, был всегда, во всех своих предшествующих слепых аватарах. Такое положение вещей, впрочем, еще ни о чем не говорит: если считать, что искусство в узком смысле — как авторская культура и *народное творчество* (фольклор — китч — гламур) — восходит к одному общему корню, к магическому универсуму (к первичному социокоду), придется признать, что гламурная ветвь сохранила большую близость к развилке, чем распадающееся на дискретные произведения искусство. По сути дела каждая из ветвей символического изначально обслуживала свой собственный участок производства человеческого в человеке, но при этом они традиционно рассматривались как искажения друг друга. В частности, со времен немецких романтиков к китчу принято относиться как к *плохому искусству*, вместо того, чтобы рассматривать его как нечто иное, чем искусство, как особого рода символическую практику, имеющую собственные законные основания бытия.

Все дело в том, что, не будучи искусством, китч изначально содержит в себе экспансионистские устремления, претензии на ничейную землю бесхозного досуга, которая может находиться под юрисдикцией как высокого искусства (авторизованной культуры), так и *выродившегося народного творчества*. Поэтому мирного сосуществования, такого, какое установилось, например, между сауной и библиотекой, в отношениях между авторским искусством и анонимным китчем никогда не было. В общем и целом долгое время сохранялось размежевание, сформулированное по другому поводу Роланом Бартом: «Эротика — это то, что возбуждает меня, а порнография — то, что возбуждает другого»⁵. Искусством именовалось то, что возбуждает, радует или волнует элиту (господствующий класс), а китч явочным порядком рассматривался как доступный способ символического улаживания угнетенных классов. Таким образом, как уже отмечалось, понятие *низкопробного* в принципе совпадало с социальным положением потребителя-заказчика. Изменение этих обстоятельств, реформа сферы потребления как самостоятельной экзистенциальной области, вызвало вторжение в эту сферу актуальных художников, всегда пребывающих в поисках подлинности. И гламурная цивилизация встретила десант искусства (в частности, артхаус) на своей, освоенной территории, в свою очередь, бросив в наступление собственный авангард.

Рассмотрим теперь несколько подробнее взаимоотношения между радикальным искусством с его агональностью, абсолютной претензией на оригинальность и единственность и мягкой протогламурной эстетикой, работавшей на истощение радикальных порывов — этой эстетике нередко удавалось связать бескомпромиссную агональность художника. Если обратиться к истории России, можно отметить конец XVIII — начало XIX вв., время, которое в интересующем нас разрезе предстает как эпоха гусарских флиртов, светских салонов и дамских альбомов, куда принято было записывать всякие безделицы и приятности. Это время получило название *золотого века*, что, в общем-то, неверно с точки зрения собственных критериев искусства, но вполне верно по критериям социальной и экзистенциальной устойчивости. Пакт о ненападении между мягкой эстетикой повседневности (эпигонством, китчем) и высокой эстетикой оригинального, агонального авторствования в действительности является верным признаком золотого века. И наоборот, нарушение «мира» в эстетической сфере исподволь готовит социальную революцию, служит ей надежным подспорьем: появление разночинцев, сменивших терпимое отношение к дамским альбомчикам на презрительное, стало характерным симптомом.

Любопытно, что ревнители устоев, как правило, совершенно не ценят тех, кто обеспечивает им эстетическую стабилизацию.

В России на протяжении двух веков ни один из *значимых коти-ровщиков* не сказал ни единого доброго слова в адрес канареек, слоников, виньеток, мешанской мелодрамы, стихов Эдуарда Асадова или шоколадно-блондинистых упаковок от Ксении Собчак. Та же Собчак, цементирующая фигура современного российского гламура, непрерывно подвергается нападкам не со стороны актуальных художников и прочих революционеров-радикалов, что было бы понятно (все-таки, естественный враг), а со стороны как раз абсолютных «ревнителей», противников радикальных перемен. Воистину: «Своя своих не познаша...».

Симбиоз золотого века основывался на том, что в дамские альбомы на равных вписывали свои *bon mots* Пушкин и бесшабашный корнет из ближайшей расквартированной части, и корнет при этом не посягал на роль властителя дум. Сегодня точка сборки и массовой идентификации, обслуживаемая голливудскими поп-моделями, все же намного более безопасна, чем точка сборки, в которой могли бы находиться Ван Гог, Че Гевара или Виктор Цой, хотя (и в этом главное отличие) происходит взаимопроникновение альтернативных символических практик, гламур отчасти перенимает эстафету агональности *творимого искусства*, формирует свой авангард, который, правда, пока еще не вышел на поле боя и проводит учения. Фигуры, подобные Мадонне и Собчак, при всей своей внешней эпатажности всецело принадлежат к мейнстриму, они далеки от сущностного радикализма и руководствуются, скорее, негативным критерием – избежать попадания в «полный отстой». Различия лучше всего видны на территории современной музыки (противопоставление *рок – попса*), в остальных сферах символического производства кромка размыта, но решающий критерий попсы везде один и тот же – безопасность применения, прекрасная адаптированность к тем устоям, которые она для виду даже слегка пошатывает. Попса стерильна, даже если кажется, что она посягает на высшие ценности, искусство опасно, даже если оно выглядит совершенно оторванным от жизни и доступным лишь очень и очень немногим.

В этом смысле гламурная цивилизация говорит на языке поп-культуры, или попсы, на этом же языке осуществляется и ее самосознание, непрерывный поток которого заполонил телеэкраны и гляцевые журналы. Однако уже вырисовывается и предстоящее поле деятельности гламурного авангарда, сфера, где найдется место и своеобразной аскезе, и агональности и даже риску, связанному с нарушениями техники экзистенциальной безопасности. Примером здесь может служить тот же Майкл Джексон, один из немногих «авторизованных» представителей все еще формирующегося авангарда. Содержанием авангардной борьбы являются общезначимые

жесты эксклюзивного потребления, безоговорочное предоставление своего тела и образа для публичного считывания всех записей, от дресс-кода до эмо-кода. Здесь все имеет значение — и фирменная улыбка, и фирменная пошлость и, разумеется, подкрепляющая их выборка аксессуаров.

Возможны разные варианты продвижения гламурного авангарда. Скажем, лидер-авангардист подключается к производству, становясь лицом (и телом, и душой) фирмы или корпорации. Только не надо путать, речь идет не о ходячем рекламном щите, такой лидер — это само олицетворенное Производство: все будущие товары производятся сначала как детали его (ее) внешности или окружения, они могут существовать на первых порах только виртуально, в чистой визуальности. Затем, когда соответствующий фрагмент кода будет считан, произойдет сброс в овеществление, который сам по себе не будет составлять особой проблемы, поскольку в большинстве случаев уже сейчас ее не составляет.

Другой возможный вариант — фигура нового свободного художника, Супермена как Суперпотребителя, того, кто сможет наиболее убедительно скомбинировать бесчисленные блестящие витрины и гляцевых журналов. Такой рыцарь гламурного авангарда не станет принимать простые витринонаполнители за произведенные товары, он правильно отнесется к ним как к сырью, из которого и начнет строить собственное производство. И уж его труд будет иметь статус общественно-необходимого больше, чем какой-либо другой. Субъекту традиционного бизнеса придется подстраиваться, перекупать истинного товаропроизводителя, пока всякое производство сразу не начнет формироваться на новых основаниях, не тратя времени на выпуск обезличенных заготовок.

Так тезис Маркса о воспроизводстве рабочей силы в цикле расширенного товарного производства обретает существенно иной смысл: воспроизводству, прежде всего, подлежит оригинальная дизайн-версия человека, она становится моделью и для персонала, и для будущего потенциального потребителя продукции, все специализированные аксессуары создаются уже в соответствии с дизайном субъекта, некоей матрицы персонализации. Эта матрица напоминает *эйдос* Платона, поскольку ее эмпирические распечатки — обычные потребители — могут быть ранжированы по степени искажения исходного Первообразца. Но гламурный авангард, уже монтирующий свой конвейер, способен внести важную поправку в платоновскую теорию эйдосов.

Платон полагал, что *прекрасная амфора*, *прекрасная женщина* и *прекрасная кобылица* подчинены прекрасному самому по себе или благу как таковому. Этот порядок иерархии не подтвердился, определенность эйдоса оказалась свойством эксклюзивного субъекта,

который (или которая) порождает эйдосы (образцы) своим пожизненным танцем-дефиле — кстати, на гламурный язык греческий термин «эйдос» вполне можно перевести как «супермодель». Выяснилось, что прекрасное может существовать и само по себе, но исключительно в виде остатка, тающего следа актуального присутствия Субъекта. Стильная сумочка, небрежный прощальный жест, глянцевого журнала, открытый на нужной странице, — все они суть нечто прекрасное, если использовать с некоторой натяжкой слова Сократа, но не потому, что причастны к прекрасному самому по себе, а потому что являются объективациями, следами разной степени мимолетности присутствия Супермодели. Эти химерные структуры «нового прекрасного» обладают очень коротким временем полураспада, особенно если сравнить их с прочной кристаллической решеткой инобытия, с *произведением*, которое создает художник.

Именно сдвиг во времени хранения и развоплощения модели-матрицы позволил визуализировать прежде скрытые формы первоисточника одухотворения — или хотя бы анимации. Аристотелю вполне могло казаться, что Перводвигатель движет, оставаясь неподвижным. Подобная ситуация сохранялась на протяжении веков: «Федра» Расина и «Подсолнухи» Ван Гога оставались бессмертными «частицами» смертных, отмирающих авторов, частицами (наследием), которые, пребывая в своей незыблемости, неподвижности, нетленности, инициировали множество реакций в окрестностях своего пребывания, в креатосфере. Эти образцы считывали, инсценировали, им подражали, возникала полная иллюзия того, что новые очаги прекрасного «возгорались» от неподвижных, но движущих эйдосов. Субъекты, супермодели, движущие гламурную цивилизацию, уже не создают таких «долгоиграющих» объективаций, их краткие экспозиции экзистенциальных и художественных жестов уже невозможно принять за причастные к миру эйдосов неподвижные сущности. Они всего лишь мгновенные распечатки дискретного жеста, растворяющиеся подобно мороку по мере того, как Суперпотребитель, исполняющий обязанности художника, удаляется от точки (площадки) их свершения. А сами «перводвигатели», лидеры гламурного авангарда, вынуждены непрерывно кружиться на месте подобно танцующим дервишам, миражируя очертания товарных форм. Стоит одному из них остановиться, и его мираж поблекнет, зависнет и растает.

Следует, пожалуй, отметить и еще один аспект: условный *Майкл Джексон* полновластного гламурного будущего едва ли будет располагать приватным пространством вообще, не будет у него и свободного времени в том смысле, в каком его понимала традиционная политическая экономия. Его, как супермодель (движущий

эйдос), неизбежно будут использовать в режиме сверхэксплуатации: имеется в виду тотальная востребованность, ибо все в нем должно быть *в шоколаде* — и фэйс, и прикид, и эмо-код и вставные мысли, которые он будет своей персоной облагораживать, чтобы остальные потребители хотели имплантировать себе такие же. Есть основания полагать, что именно так, посредством подключения гламурного авангарда и будет достигнуто по-настоящему безотходное производство.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ См.: Делёз Ж., Гваттари Ф. Анти-Эдип. Капитализм и шизофрения. — Екатеринбург, 2007.

² Там же. — С. 361.

³ См.: Леви-Строс К. Структурная антропология. — М., 2001.

⁴ См.: Гройс Б. Комментарии к искусству. — М., 2003.

⁵ Барт Р. Мифологии. — СПб., 2004. — С. 216.

Аннотация

Современное постиндустриальное общество достигло стадии, которую можно назвать гламурной цивилизацией. Суть этой цивилизации не в особой эстетике, хотя впервые эстетические параметры становятся непосредственными регуляторами социума, — суть в том, что все «произведенное» образует континуум, подобный природе, который регулируется уже не столько поэзисом, сколько генезисом. Авангард гламурной цивилизации как раз и определяет новую разметку между «сырым и вареным», между новым артефактом культуры и бросовым материалом. Поэтому все более значимыми являются выдвинутые в континуум регуляторы: дресс-код, «дринк-код», «эмо-код» и т.д.

В статье рассматриваются исторические и синхронические процессы, обусловившие переход к новой выборке социального, проводится сопоставление актуального искусства и практики гламурного авангарда.

Ключевые слова:

автор, актуальное искусство, бинарные оппозиции, аскеза, востребованность, гламур, дресс-код, историческое измерение, китч, производство, произведение, символические практики, эмо-код, эйдос, экзистенциальная устойчивость.

Summary

Glamour civilization is proposed to be our own modernity. First of all it means new level of consumerism, when binary oppositions are dividing not produced and rural things, but are installed between «simply produced» and specially chosen things. Such choice is just the task of glamour avant-garde deciding during it's modern being. It is not easy task to decide to produce meaningful choice, so glamour leaders must have strong will completed with ascetic ideals.

This article brings together different data concerning the modern role of the Great Consumers belonging to glamour avant-garde. Some conclusions are made about their art practice and their style of life.

Keywords:

author, actual art, binary oppositions, askesis, glamour, dress-code, historical dimension, emo-code, production, work of art, symbolic practice, eidos, existence.