

# ПОСТМОДЕРНИЗМ КАК ЗАВЕРШЕНИЕ КУЛЬТУРНОГО ПРОЕКТА МОДЕРНА

ВЛАСОВА Т.И.

Проблема постмодернизма, находясь в центре внимания ученых более четверти века, по-прежнему вызывает множество вопросов, начиная с самых главных: существует ли постмодернизм вообще и представляет ли сам концепт постмодернизма какую-то ценность [1, с. 55]. «Культурная логика» последних десятилетий XXв., пронизанная ощущением окончания тысячелетия и катастрофическими предчувствиями нового миллениума, свелась, в итоге, к общему чувству окончания или предела: конца идеологии, классов, искусства, демократии и т.д. Все это вместе и составляет то, что называется постмодернизмом, – пишет выдающийся теоретик постсовременности Ф. Джеймсон [1, с.1].

Несмотря на всю свою противоречивость и непрозрачность термин «постмодернизм» и сейчас используется чрезвычайно широко не только в «науках о человеке», но и в архитектуре, живописи, скульптуре, кино, что позволяет ученым говорить о поэтике постмодернизма [2]. Лозунг культуры постмодерна известен – «Прекратите рассказывать, покажите!», то есть на переднем плане поэтики постмодерна не авторитеты, но «примеры». Как известно, в каждой эпохе доминирует определенная привилегированная форма или жанр, которые по своей структуре лучше всего подходят для выражения «тайных истин» этой эпохи. Современное общество – это социальный перформанс, пишут ученые, это общество зрелищ и «спектаклей». В обществе позднего капитализма уже нет «святого» или «духовного», сама культура, как утверждает Ф. Джеймсон, стала «фундаментальной материальностью», т.е. сама культура стала продуктом. Следовательно, постмодернизм – это потребление, это «коммодификация,

рассматриваемая как процесс». То, что случилось с культурой, – один из важных ключей для понимания сути постмодерна. По мнению Джеймсона, прежде всего это огромное расширение самой сферы культуры, исторически оригинальная «аккультурация» Реального, эстетизация реальности [1, с. 10]. У нас, современных людей, появился термин, заменяющий старые обозначения форм и жанров, и этот термин – медиа.

Концепт «медиа» содержит, как известно, и специфическую форму эстетического производства, и специальные технологии, и, – что самое главное, – он означает особый социальный институт. По тонкому замечанию Джеймсона, эти области значения не определяют медиа, но обозначают границы того, к чему мы должны обратиться, чтобы подобное определение сделать. То, что культура сегодня – это суть и дело средств массовой информации, напрямую связано с уменьшением роли литературы в формировании культурных ценностей «постсовременного» человека. Бесспорно, во второй половине XX в. с разной скоростью, но с одинаковым постоянством шло изменение статуса литературы, падение ее значения как «пантеона» высших духовных ценностей человечества. «Культурный ландшафт» постмодернизма – это сериалы и реклама, ток-шоу и боевики, паралитература и социальные сети глобальной паутины.

В обществе постмодерна, которое называют также обществом потребительской культуры и временем гипертехнологий, возникает новая культурная ситуация: приобретая черты массового товара, культура все более и более использует визуальные, а не литературные образы и художественные средства. То, что мы живем в медиа и посредством медиа, ни у кого уже не вызывает сомнений. Ф. Джеймсон пишет, что приоритетное положение медиа не возникло сегодня: на протяжении последних 70 лет самые прозорливые «пророки» регулярно предупреждали о том, что доминантной формой искусства в XX в. будет являться не литература, театр или живопись, но новый и исторически уникальный вид искусства – кино,

т.е. первая отчетливая форма медиа [1, с. 68]. Сегодня очевидно, что культурная гегемония уже не принадлежит кино, но тому, что называется «видео-искусством» – коммерческому телевидению, экспериментальному видео, интернет-видео и т.п. Но и само постмодерное кино выкристаллизовалось к настоящему времени в нескончаемый поток потребления: «Бесконечное движение товаров и желание получили совершенное воплощение в современном кинематографе», пишет В. Хилл [3, с. 93]. Мы, потребители, никогда не имеем законченный продукт, мы можем смотреть и покупать сиквеллы, сандтреки, видео-игры, режиссерские версии, продюсерские версии, «неизвестные» версии, то есть всегда есть «еще одна версия».

На постмодерном кинематографическом рынке доминирует, как известно, американский продукт, что имеет определенные последствия как для американского кино, так и для любого другого национального или независимого кинематографа, который поглощается, игнорируется или маргинализуется. В то же время от американского фильма требуется снижение своей собственной культурной специфичности для удовлетворения требований глобализации. Последнее особенно справедливо в отношении постмодерного «экшн»-фильма («боевика»). Экшн-фильм содержит следы сюжетов и условностей многих голливудских жанров – вестерна, триллера, фильма ужасов, военного фильма, любовной или семейной драмы. Все это «дистиллируется» и интенсифицируется для производства товара, работающего как можно в большем количестве рынков, но в то же время всегда содержащего специфичные американские ценности.

«Свободный» рынок капитализма является, по сути, монокультурным: молодые люди слушают регги, смотрят вестерны, едят в МакДональдсе, играют в компьютерные версии «Матрицы» и т.д. В этом потоке американского культурного продукта отсутствуют эстетические критерии, единственное мерило – деньги, все вкусы и все потребности

удовлетворяются рынком позднего капитализма. В культуре постмодерна возникает термин «консьюмеризм имиджа», т.е. потребление образа (image consumerism). Консьюмеристская аура распространяется теперь на все, что имеет «нимб» реликвии – от белья Мэрилин Монро до «Понтиака» Аль Капоне. Репродукция занимает место реальности, замещая ее как гиперреальность, то есть мы живем в том, что уже было прожито, мы воспроизводим то, что представляет не реальность, но образ, и в этом также состоит специфика постмодернизма [4, с. 48-49].

Последнее позволило Ж. Бодрийяру сделать свое знаменитое заключение о том, что репрезентация образа-знака проходит четыре последовательные исторические фазы: 1) отражение базовой реальности, 2) маскировка и извращение базовой реальности, 3) маскировка отсутствия базовой реальности, 4) отсутствие какой-либо связи с реальностью, чистый симулякр. Бодрийяр доказывает, что граница между искусством и реальностью полностью исчезла, и там, где произошел этот разрыв, нет ничего, кроме симуляции и симулякра: «Исходный принцип репрезентации – равноценность знака и реальности (даже если эта равноценность – полная утопия, это все же базовая аксиома). Наоборот, симуляция исходит из утопичности принципа равноценности, из радикального отрицания знака как ценности, симуляция видит в знаке переворот значения и смертный приговор референту» [5, с. 259].

В этой связи следует отметить особую специфичность постмодернизма в странах Третьего Мира. Например, в юго-восточной Азии уникальность постмодернизма проявляется в том, что постмодерная предпосылка о неразрывности реальности и симулякра породила процветающую культуру и постоянно растущую экономику, в основе которых лежит подделка. Более того, возникло понятие «подлинная имитация». «Фальшивая» культура производит все: дизайнерскую одежду и обувь, антиквариат, комплектующие детали к машинам и промышленному оборудованию. В возникшем

культурном нарративе очень сложно осмыслить понятие «подлинного»: нарраторы уже забыли, что значит «подлинное».

Если вернуться к западной ситуации, можно также увидеть масштаб произошедших в культуре перемен. В форме и содержании современного искусства общество не находит теперь ничего шокирующего или непристойного. Сексуально откровенное искусство, например, востребовано обществом и является весьма успешным. Так называемое разнообразие (difference) стилей и форм постмодерна, сменившее «стереотипную униформность» модерна, – на самом деле всего лишь компьютерная симуляция, поскольку плюрализм достигается в киберреальности нового компьютерного мира. Неоднократно отмечалось, что одним из самых ярких примеров репродукции и симуляции является Диснейлэнд – «современная модель переплетающихся между собой уровней симуляции» [5, с. 260]. О Диснейлэнде написано немало, поэтому будет уместно вспомнить еще один вид гиперреального путешествия. Это – «тур по прошлому», который предлагает Мемориальный Музей Холокоста в Вашингтоне – «тематический парк» геноцида. Как известно, при входе в Мемориал посетитель получает удостоверение личности с подходящими данными по возрасту, полу, даже с фотографией реальной жертвы Холокоста, погибшей или выжившей в концентрационном лагере. Проходя через 3 этажа экспозиции музея, посетитель вставляет свою карточку с кодом в компьютеры и видит, что происходит с ним как с «субъектом Освенцима»: будет ли он/она спасен, сожжен в печи или отравлен в газовой камере. При этом посетитель мемориала постоянно видит «исторический фильм», – видеомонтаж документальных кадров ужасов Освенцима – Аушвица.

С точки зрения культуры и эстетики, подобная инсталляция – это, безусловно, постмодерный «readymade», представляющий собой своего рода «маску смерти», и в то же время – это не просто отрицание искусства, это его угасание.

Ученые утверждают, что последние десятилетия уникальны в том отношении, что они полностью лишены оригинальности: все скудные ресурсы изобретений и новаторства ограничены «паразитической репродукцией». Все, что кажется новым, – будь то виртуальная реальность гиперпространства или проект генома человека, – все произрастает на почве изобретений прошлого, все уже было испытано и прочувствовано в прошлом, т.е. это «прожитая реальность». Все в постмодерне откровенно зависит от репродукции: «игра» заключается в том, чтобы сфабриковать своего рода знание, которое, хотя и кажется расширяющимся и доступным широкой аудитории (например, благодаря интернет-ресурсам), на самом деле находится под постоянным индустриально поставленным контролем [4, с. 137]. Когда Лиотар заменяет традиционно обученного «человека знающего» «человеком, потребляющим знание», он не просто устанавливает статус «нового познающего человека» или новизну знания, он признает всемогущество свободной рыночной экономики [6]. Хорошим примером видимой информативной глубины, но действительной ментальной амнезии является «zapping» (практика переключения каналов телевизора на дистанционном пульте). Это тот телевизионный коллаж жизни и событий, которые мы сами создаем каждый вечер с помощью пульта и кабельного (или спутникового) телевидения. Видимый «рог изобилия» каналов вроде бы может удовлетворить вкус любого телезрителя, но, как правило, все заканчивается тем, что мы не можем сделать свой выбор: тот постмодерный телеспектакль, который мы сами создаем, приводит в итоге к «нулевому» сознанию, т.е. к его отключению. «Zapping» – это один из постмодерных симптомов «гиперактивности без глубины». Традиционное богатство и утонченность природы или искусства гаснут и расплываются на наших глазах, и нам остается «исчезающая реальность».

Кинематограф – очень сильный актер в создании постмодерного перформанса. Например, «Robosor» (1987) – разновидность постмодерного

кино, где, как под увеличительным стеклом, мы видим «игровую» смесь вымышленных образов и реальной жизни, «подчистки» и уничтожения личной истории и реальности. Еще один пример – знаковый «Джонни Мнемоник» режиссера Роберта Лонго (1995 г.). Действие фильма происходит в будущем, где компьютеры и связь вышли на столь высокий уровень, что появился особый вид контрабанды – перевоз информации в мозгу человека за счет удаления личной памяти, т.е. происходит то же самое размывание идентичности и разрушение личности. Если «Робосор» – это переход к «киборгу», то Шварценеггер в «Терминаторе» – это киборг; посланный в будущее, чтобы спасти настоящее. Женщина-киборг – это, безусловно, Мадонна, постмодерная икона 80-х – начала 90-х годов. Суперзвезда с жилистым телом и лицом компьютерного портрета, кто она? Мадонна – это кибер-модель новой женщины: это сексуальный субъект и сексуальный объект, стопроцентная сексуальность и стопроцентный контроль этой сексуальности.

Медиа заменяют теперь все, что олицетворяла культура прошлого. Если бы мы захотели воссоздать тот старый мир, то использовать медиа в этом процессе было бы крайне нежелательно, потому что, как справедливо сказал Бодрийяр, «противоположность знания – это не невежество, но обман и подделка». Суть постмодернизма состоит в том, что в нем не одно «настоящее», но два: одно из них – виртуальная реальность, медиа-симулякр, который делает другое, реальное настоящее мимолетным и ускользающим. Типичным примером последнего может служить репрезентация западными медиа тех гуманитарных катастроф, которые происходят на Земле: например, трагедия массового голода в Африке подается через сценическую постановку благотворительного рок-концерта, таким образом трагедия теряет свою реальность и становится «моментально» виртуальной.

Возникает обоснованный вопрос: сама постмодерная история это действительность или виртуальность? Можно ли осмыслить исторически

настоящее в веке, который вообще забыл, что значит мыслить исторически? И так, если в обществе постмодерна культура структурируется симулякрами и представляет собой симуляцию, то тогда сама культура делает нас слепыми и глухими посредством медиа и тех, кто оплачивает услуги медиа. Что же мы должны делать, когда нет больше правды и нет реальности, и нет философии, которая сказала бы нам, что в действительности есть правда и реальность? Но существующая проблема осложняется тем, что человечеству нужна философская защита универсальных человеческих прав. С другой стороны, как справедливо замечают ученые, понятие об универсальных человеческих правах и свободах может иметь смысл только в том случае, если мы обладаем универсальной концептуальностью и гуманистической убежденностью в том, что мы – люди – являемся суперценностью всего сущего, то есть если мы обладаем культурой.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Jameson F. Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism// Fredric Jameson. – London, New York: Verso, 2009. – 436 p.
2. Hutcheon L. A Poetics of Postmodernism. History, Theory, Fiction / Linda Hutcheon. – New York and London: Routledge, 2002. – 268 p.
3. The Routledge Companion to Postmodernism. Ed. Stuart Sim. – London and New York: Routledge, 2005. – 340 p.
4. Appignaneness R., Garrat C. Postmodernism. A Graphic Guide/ Richard Appignaneness, Chris Garrat. – Cambridge: Icon Books Ltd., 2007. – 189 p.
5. Бодрийяр Ж. Симуляция и симулякры/ Жан Бодрийяр // Современная литературная теория. Антология. – М.: Флинта, Наука, 2004. – С.258-270.
6. Lyotard J.-F. The Postmodern Condition: a Report on Knowledge/ Jean-Francois Lyotard. – University of Minnesota Press, 1984. – 144p.