

Кристина Глигоровска

(Kristina Gligorovska) — независимый исследователь, редактор, куратор и консультант в сфере творческих индустрий. Магистр искусств (Стокгольмский университет), магистр глобальных медиа о моде (Международная академия моды, Париж), приглашенный исследователь в Школе дизайна Парсонс.

Виртуальная встреча с портретом Дориана Грея. Мое цифровое «я» — кто это? Виртуальный враг или всего лишь дружелюбный аватар?

Поэтический портрет виртуального «я»

Мы живем в эпоху ускоренного технического развития и неизбежных эстетических изменений, в «пространстве будущего», которое футуристы провидели в начале прошлого века, пространстве, где у каждого из нас есть виртуальная идентичность в виртуальной реальности. Взаимодействие человека и компьютера ускоряет наступление пост-человеческой эры, когда компьютер определяет облик человека, хотя и является его творением. Мысль, что, слившись с техникой, человек

способен преодолеть любые ограничения, сразу же открыла современному обществу простор для необузданного воображения и бесчисленные возможности. Вместе с тем она заставила каждого из нас вглядываться в себя, открыто приглашая задуматься, готовы ли мы сделать шаг навстречу прогрессивному будущему или нам позволено лишь рисовать себе картины ближайшего будущего и соблазняться виртуальной реальностью. Вопрос в том, считать ли виртуальный образ человека и его цифровой след подлинным «я» или постмодернистским лабиринтом, пройдя сквозь который мы преодолеем ограничения собственного тела и увидим, каким будет человек завтрашнего дня. Представление о цифровой личине как более весомой сущности по сравнению с реальной личностью способствует многослойному осмыслению встречи с виртуальным «я».

Кроме того, конструирование стилизованного виртуального тела в виртуальном пространстве и интерпретация портрета Дориана Грея как идеального виртуального «я» открывают еще одну возможность изучения себя как существа одновременно осязаемого и неосязаемого в физическом и цифровом мирах. Пристальное вглядывание в портрет Дориана Грея — новая модель восприятия собственного присутствия в виртуальной среде. Можно сказать, что наши усовершенствованные с помощью цифровых технологий тела противостоят старению, отражая наше пристрастие к вечной красоте. Непрерывная метаморфоза, в ходе которой размываются и раздвигаются границы между явью и снами, естественной и искусственной красотой, физическим и цифровым мирами, составляет одну из отправных точек анализа виртуального «я» и усовершенствованного виртуального тела.

Образ мимолетности, созданный Оскаром Уайльдом в романе о человеке, продающем душу, чтобы до самой смерти оставаться молодым и прекрасным, перекликается сегодня с виртуальной реальностью, где виртуальные люди и модные аватары наделены властью вернуть в исходную точку не только модную индустрию, но и мир, каким мы его знаем. Сегодня, когда в мире свирепствует коронавирус, этот образ Уайльда, воплощающий осознание хрупкости жизни, актуален как никогда. Нынешний сюжет отправляет нас в путешествие по виртуальной реальности, где мы знакомим неизвестную аудиторию со своими виртуальными двойниками, и все это — с акцентом на сверхспособностях и совершенстве виртуального «я». Тем не менее остается неясным, расширяет ли наша виртуальная ипостась возможности нашего физического и подлинного «я», продолжая нашу уже сформировавшуюся идентичность, или же мы «убиваем»

свою подлинную сущность ради приобретения сверхспособностей в цифровой среде, как Дориан Грей продал душу за неувядающую молодость и красоту.

Роман Уайльда искрит смыслами и фирменными остротами, но у его сюжета есть и мрачная сторона, отчасти созвучная страхам, которые пандемия всколыхнула по всему миру. Уайльд рассказывает о превращении и идеях перемен, актуальных для настоящего момента, и мода — неотъемлемый элемент потребности в срочных переменах. Текущий сценарий заставляет модную индустрию мыслить цифровыми категориями и переключаться на цифровую одежду, цифровую среду и цифровых людей. мода и прежде неоднократно играла с виртуальными образами, но сегодня ей необходимо внести свою лепту и представить специальный костюм для модных аватаров. Пионеры новых технологий в сфере моды перед лицом новых задач не только стимулируют развитие наших модных идентичностей в реальном мире, но и побуждают нас исследовать наши идентичности сквозь призму цифровой моды и подняться на новый уровень бытия.

Лестница в сказочный виртуальный мир

Тому, что кажется настоящим,
необязательно существовать на самом деле.
(Asimov 2016)

Авторы многих художественных произведений вдохновлялись идеей бегства в виртуальный мир, а мода — главное средство для выражения этой идеи. Окутанная тайной виртуальная реальность — утопический мир, навевающий фантастические видения прошлого и будущего; это совершенно иная вселенная, превосходство которой проявляется в мельчайших деталях. Сегодня она предстает в облике цифровой среды, преподносится как остров утопии, где мы можем оторваться от действительности и преодолеть ограничения собственной телесности. Более того, виртуальная мода достраивает реальный мир, создавая изменчивый «фиджитал» — сплав физической и цифровой реальности (physical + digital). В мире «фиджитал» цифровая реальность сливается с физической, образуя иммерсивную среду, которая и нужна сегодня модной индустрии. Чаще всего «фиджитал» позволяет пережить иммерсивный опыт, взаимодействовать в реальном времени, устанавливать непосредственный контакт. Можно сказать вслед за Жаном Бодрийером, что за счет отделения от реального мира возникает

утопический остров, где все готово для разыгрывания гипотетических сценариев и создания повторяющихся ситуаций.

Когда виртуальная среда становится второй реальностью, главные герои отправляются в путешествие, где виртуальные тела можно рассматривать как индикаторы современного взгляда на отношения красоты и искусственности. Красота всегда находила удовлетворение в искусственности, а мода вечно жаждет красоты, поэтому встает вопрос о значении виртуальных тел, костюмов и пространств моды как новых переосмысленных идеалов. Виртуальные образы насыщены знаками, отсылающими к идее совершенства, которое преодолевает свойственные моде представления о красоте, наводя на мысль о безупречном маскараде, где мы бессмертны, а наши тела — тела постчеловеческие.

Приведу беседу лорда Генри и Бэзила Холлуорда о Дориане:

«— ...Поговорим лучше о Дориане Грее. Часто ли вы встречаетесь?

— Каждый день. Я чувствовал бы себя несчастным, если бы не виделся с ним ежедневно. Мне это крайне необходимо.

— Неужели? А я-то думал, что тебе необходимо только твое искусство.

— Дориан теперь и есть для меня все мое искусство...» (Уайльд 2004: 47).

Сегодня такая ситуация прочитывается как одержимость виртуальным присутствием и действием в виртуальной обстановке и в восприятии нашей виртуальной личности. Даже несколько минут, изо дня в день проводимых в виртуальной среде, дают человеку ощущение, что его жизнь имеет смысл, что он живет, общается, что он в курсе происходящего в мире. Речь идет о чувственном опыте, обрастающем новым слоем в современном мире. Мы можем сделать вывод, что миссия человека — по мере сил создавать уникальный ландшафт, постоянно ища новых ощущений, способных открыть дверь в безграничный мир бесчисленных возможностей. Сегодня виртуальная среда наделяет чувства силой, открывая простор для ничем не стесненного виртуального самовыражения виртуальных персонажей.

Существует, однако, представление, что в цифровой среде мы прячем подлинное «я» и создаем себе более сильных виртуальных двойников. Прятки, в которые настоящая идентичность играет с цифровой в виртуальном мире, можно сравнить с притонами курильщиков опиума в XIX веке. В таких притонах люди укрывались от реальности — так и сегодня эпоха виртуального декаданса наступила для реальных людей, освободившихся от оков реальности, социальных и культурных коллективных норм.

Модное путешествие по метавселенной

Добро пожаловать в метавселенную,
альтернативную цифровую реальность,
где люди работают, играют и общаются.
(Hackl 2020)

Стремясь соответствовать современному дискурсу цифровизации и превзойти его, мода создает оригинальные перформансы: инновационная цифровая одежда помещается в иммерсивную виртуальную среду, где главными действующими лицами оказываются виртуальные модели. Любое представление, в том числе и виртуальное, обращено к зрителям, а в данном случае за счет многочисленных эффектов, заложенных в него в процессе производства и достигающих миллионов «скрытых» зрителей, оно предполагает разные смыслы и трактовки. Такой перформанс занимает отрезок времени и сегмент цифрового пространства, а аудитория видит в нем отстраненное изображение путешествия одновременно в глубь себя и другого. Модные показы, традиционные и виртуальные, как перформансы, построены на театральности; шоу, спектакль, постановка должны быть на высшем уровне.

Сейчас на фоне отчужденности, все еще ассоциируемой с идеей виртуальной реальности, мода убедительно апеллирует к риторике повсеместной цифровизации, авангардной метавселенной для модников и их аватаров, а также NFT-токенов для уникальных костюмов. Модные бренды класса люкс, такие как Louis Vuitton и Prada, первыми подхватили распространяющуюся в мире моды тенденцию виртуального шопинга. Примеры других новшеств такого рода — вдохновленный «Симпсонами» виртуальный модный показ весенне-летней коллекции Balenciaga 2022 года и недавний совместный проект JW Anderson и Хydrobe, в рамках которого коллекция бренда на 2022 год будет частично представлена на цифровых мультипликационных персонажах. В свою очередь, представление, что одежду можно отправлять по электронной почте, то есть что в наш электронный ящик будут приходить созданные на заказ виртуальные 3D-костюмы для наших аватаров, и новая тенденция коллекционировать предметы моды посредством NFT показывают, что мы уже живем в метавселенной. Виртуальная мода уже здесь, а значит, она останется с нами и преобразует привычный облик модной индустрии.

Поначалу виртуальная мода завораживала только геймеров, но сегодня ее притягательное могущество обступает нас со всех сторон. Виртуальные персонажи — новая социальная валюта, а видеоигры оказались затягивающими и увлекательными: для модной индустрии

это отличный способ выйти на более широкую аудиторию. В DREST, первой в мире интерактивной игре в элитную моду для взрослых, можно купить платье Gucci, предназначенное исключительно для цифровой среды. Рекламный слоган игры: «Gucci стремится одевать вас и ваш аватар». Burberry тем временем сделал ставку на развлекательную составляющую, выпустив игру с гонками серфингистов, а модный дом Balenciaga вызвал восхищение, предоставив свою коллекцию Fortnite. Цифровой след моды сопряжен главным образом с нашим пребыванием в виртуальном мире, где мы проводим больше времени, чем в мире физическом, поэтому наше желание одевать свои виртуальные аватары поощряется. Союз моды с игровыми вселенными, как и сама геймификация моды, предлагает нам возможное решение проблемы, но вместе с тем увлекает в глубь лабиринта, где наш виртуальный облик пронизан символами, отсылающими к идее трансцендентного. В виртуальном пространстве можно обрести бессмертие.

Сегодня мода заимствует у игровой индустрии технологии, связанные с коллективным опытом, имитацией реальности и сюжетными ходами, стимулирующими эффект присутствия. К тому же влияние виртуальных двойников только растет. Чувство, что наша виртуальная жизнь становится более насыщенной, чем реальная, говорит о нашем желании убежать от действительности. Благодаря размытости границ между играми, социальными сетями и модой появилась возможность разрабатывать инновационные виртуальные экосистемы. При этом виртуальная одежда помогает сформировать виртуальную идентичность и выполняет функцию социальной валюты, способствующей установлению контактов. Теперь метавселенная — новый рынок для индустрии моды.

«В 2022 году мода на фиджитал вернется, только уже в новой форме — в форме метафиджитал» (Yotka 2021).

Стремление объединить виртуальные проявления моды с реальной жизнью внушает уверенность, что сейчас модной индустрии пора войти в метавселенную. Существует представление, что, пока мода медленно осваивала виртуальные технологии, интернет эволюционировал от web 2.0 к web 3.0, то есть включает в себя метавселенную и ее системы шифрования.

Одновременно взлет цифровизации в сфере моды заметно ускоряет наш прогресс в переходе к модели устойчивого развития. Цифровизация транслирует идею трансформации, подчеркивает значимость заботы об экологии и побуждает модную индустрию переключаться на цифровую одежду, цифровую среду и цифровых людей. Сей-

час, как никогда, важно выглядеть модно в цифровой среде, и все большая популярность цифровой моды не только позволяет человеку менять свой цифровой образ, помещенный в реальную обстановку, но и создавать виртуального персонажа в виртуальной экосистеме. Более того, теперь наше виртуальное присутствие требует от нас встречи с собственным виртуальным «я» и с виртуальным другим в виртуальном мире.

Звездная пыль для цифровых супермоделей

В качестве виртуального другого модная индустрия использует аватары, превращенные в цифровых супермоделей. Они выглядят необыкновенно реалистично, и трудно определить, кто перед нами — настоящие модели или поэтические образы, созданные искусственным интеллектом. Можно сказать, что в сфере виртуальной моды раскрывается любая фантазия. Мода находится в непрерывном поиске эстетических идеалов и в погоне за новым пониманием красоты как таковой, поэтому предоставляет возможность заменить осязаемое тело на виртуальное, существующее в виртуальных модных пространствах. Как отмечает Элизабет Уилсон, тело не столько организм, сколько идея (Wilson 2003).

Завораживающая визуализация другого универсума или метавселенной предлагает форму переосмысления образа тела, которая питает современную моду и влияет на репрезентацию тела модели на бесчисленных фотографиях с подиума, в рекламных изображениях и в фильмах. На этом фоне началась история аватаров, ставших супермоделями.

Открывая двери для виртуальных моделей и инфлюенсеров, иммерсивный виртуальный мир готов открыть и новую интригующую страницу. The Diigitals — первое в мире модельное агентство, работающее исключительно с цифровыми моделями и создающее для модных брендов уникальную идентичность и долгоиграющий нарратив. Разработанные им на основе искусственного интеллекта супермодели должны открыть новую эру в демонстрации моды и воплотить неоспоримое слияние цифровой среды и реальности, вместе с тем указав на связь между человеком и технологиями. Этот загадочный процесс начался с музыки с безукоризненной внешностью по имени Шуду. После того как Шуду появилась в Instagram, о ней немедленно заговорили как о первой виртуальной супермодели в мире. Хотя многие тревожные вопросы о будущем виртуальных моделей

и аватаров-инфлюенсеров по-прежнему остаются без ответа, следующей в этом символическом ряду стала Галактия, первая в мире супермодель-инопланетянка.

Контекст виртуальной моды, где виртуальные модели появляются в иллюзорной обстановке, олицетворяет театральность с присущими ей драматическими и впечатляющими эффектами, тем самым создавая для аудитории насыщенное эмоциями зрелище. Мода, как считается, построена на том, что вбирает в себя все новое, в связи с чем Патриция Калефато отмечает, что тело манекена отражает постмодернистские установки, превращаясь в вещь, в объект, внутри которого циркулируют ценности, смыслы и желания (Calefato 2004).

Сплав человеческого тела и виртуальных технологий «многих заставляет тревожиться, а иным доставляет удовольствие» (Fortunati et al. 2003).

Недавнее появление созданных искусственным интеллектом моделей в виртуальной обстановке вызывает энтузиазм, любопытство и беспокойство вне зависимости от отношения людей к таким новшествам. Виртуальные модели медленно вытесняют настоящих, давая повод для философских размышлений о значимости тела в мире моды. Судя по недавним дискуссиям, виртуальные объекты, или супермодели, сконструированные искусственным интеллектом, составят мощную конкуренцию живым людям в силу своей трансцендентной природы и мистических, оккультных, метафизических коннотаций. Как и в истории Дориана Грея, портрет сегодня становится экраном, на который проецируются виртуальные образы в виртуальной среде.

Заключительные мысли, или Как не утратить радость жизни в цифровом лабиринте

...Лишь [рефлексия] может быть осознанием мира, поскольку обнаруживает его как что-то странное и парадоксальное.
(*Мерло-Понти 1999: 13*)

Сегодня мода олицетворяет незримый рубеж между настоящим и будущим. Ставший еще более вездесущим виртуальный мир, иммерсивная виртуальная среда и усиленное развитие искусственного интеллекта свидетельствуют о стойком интересе моды к будущему. И все-таки готова ли модная индустрия сделать следующий шаг или это, как выразился Уильям Гибсон, «невообразимая сложность»? Если будущее моды определяет память, чего нам ожидать

от коллективной памяти о недавних достижениях? Более экологических решений, развития фиджитал, разрушения привычной экосистемы моды или все того же сценария с небольшими поправками? А может быть, чего-то обусловленного нашим нарциссизмом, чтобы у нас появилась возможность усилить свое виртуальное присутствие и попробовать новые виды иммерсивного опыта?

К тому же усугубившийся разрыв между сознанием и телом, идеализмом и материализмом, проявляющийся на уровне социальных практик и осязаемых артефактов, связанных с высокими технологиями, во многом повлиял на причины, побудившие создавать в цифровом пространстве виртуальные имитации человеческого тела. Аватары — прекрасная альтернатива реальному телу, а появляясь на виртуальном фоне, они отражают неточность нашего разделения на физическое и метафизическое. Эти виртуальные сущности — узлы передачи сообщений, требующие визуальной близости и вовлекающие зрителей в символическую межличностную коммуникацию. Даже беглый взгляд на нереальный образ воплощает идею чувственного восприятия. Вызывающее разнообразные эмоции зрелище нашего собственного виртуального образа в виртуальном пространстве — субъективный опыт. По словам Мориса Мерло-Понти, прежде чем увидеть себя, субъект всегда проходит через состояние мечтательности, задумчивости или смятения, так что наш образ самих себя — лишь аналог обезличивания (там же).

Дориан Грей — главный герой книги Оскара Уайльда, а наш виртуальный аватар — центральный персонаж виртуального мира моды. Дориан известен своей необычайной красотой, он молод и впечатлителен. То же можно сказать и о нашем виртуальном образе, верно? Личность Дориана еще не сформировалась, это незрелый человек, в поисках истинного счастья открывающий для себя невероятные переживания. Наше постоянное стремление обрести «радость жизни» в блужданиях по цифровому лабиринту живо напоминает его поиски. Представьте себе, как бы он отнесся к возможности перенестись в виртуальный мир, навсегда оставив свой портрет.

Перевод с английского Татьяны Пирусской

Литература

Мерло-Понти 1999 — Мерло-Понти М. Феноменология восприятия. СПб.: Ювента; Наука, 1999.

Уайльд 2004 — Уайльд О. Портрет Дориана Грея / Пер. В. Чухно // Уайльд О. Портрет Дориана Грея: Роман. Повести. Сказки. Стихотворения. Стихотворения в прозе. М.: Эксмо, 2004. С. 33–294.

- Asimov 2016* — Asimov I. Foundation. N.Y.: HarperCollins Publishers Limited, 2016.
- Barthes 2006* — Barthes R. Language of Fashion. N.Y.: Berg, 2006.
- Baudrillard 1993* — Baudrillard J. Symbolic Exchange and Death: Theory, Culture and Society. London: Sage Publications Inc., 1993.
- Calefato 2004* — Calefato P. The Clothed Body: Dress, Body, Culture. London: Berg Publishers, 2004.
- Cavallaro 2000* — Cavallaro D. Cyberpunk & Cyberculture: Science Fiction and the Work of William Gibson. London: Athenaeum Press, Ltd., 2000.
- Craik 2005* — Craik J. The Face of Fashion: Technical Bodies and Technologies of Self. London: Routledge, 2005.
- Fortunati et al. 2003* — Fortunati L., Katz J.E., Riccini R. Mediating the Human Body: Technology, Communication and Fashion. London: Routledge, 2003.
- Gibson 2000* — Gibson W. Neuromancer. N.Y.: Ace Books, 2000.
- Hackl 2020* — Hackl C. The Metaverse Is Coming And It's A Very Big Deal. 2020. www.forbes.com/sites/cathyhackl/2020/07/05/the-metaverse-is-coming--its-a-very-big-deal (по состоянию на 14.01.2022).
- Lehmann 2002* — Lehmann U. Fashion in Modernity. Cambridge: The MIT Press, 2002.
- Merleau-Ponty 2002* — Merleau-Ponty M. Phenomenology of Perception. London: Routledge Classics, 2002.
- Ross & Penley 1991* — Ross A., Penley C. Technoculture. Minneapolis: Minnesota Press, 1991.
- Vint 2007* — Vint S. Bodies of Tomorrow: Technology, Subjectivity, Science Fiction. Toronto: University Press of Toronto Incorporated, 2007.
- Wilde 1992* — Wilde O. The Picture of Dorian Gray. London: Wordsworth Editions, 1992.
- Wilson 2003* — Wilson E. Adorned in Dreams: Fashion and Modernity. London: I.B. Tauris & Co Ltd., 2003.
- Yotka 2021* — Yotka S. Phygital Fashion is Coming Back in 2022 — Only in a New, Meta-Phygital Form. 2021. www.vogue.com/article/phygital-fashion-metaverse-2022 (по состоянию на 14.01.2022).