

УДК 316 : 351.854

Ж.Ж. Чимитдоржиев,*канд. мед. наук,**доцент кафедры экономики и управления на предприятии торговли
Хабаровского государственного университета экономики и права*

КУДА УШЕЛ ФЛАНЁР

Фланёр являясь объектом литературоведческих изысканий, плавно перешел в плоскость социологических интересов. Среди большого количества фланерских практик по ряду причин особого внимания требует рассмотрение фланёра-шопера.

Ключевые слова: *фланёр, фланерские практики, фланёр в социологии, фланёр в литературе.*

The flaneur while being the object of literary research gradually moved in the field of sociological interests. Among a large number of flaneur practices for certain reasons requires special attention to the consideration of the flaneur-shopper.

Keywords: *flaneur, flaneur practice, flaneur in sociology, flaneur in literature.*

Фланёр представляет собой интересный архетип городского жителя. Согласно определению, данному в словаре «Википедия», «фланёр (фр. flâneur, «гуляющий») – городской тип, впервые отмеченный в Париже середины XIX века (также boulevardier). Фланирование означало гуляние по бульварам, с целью развлечения и получения удовольствия от наблюдения городской жизни» [1]. «Образ фланера, как и многие другие образы и типы (например, законник, работница магазина, буржуа, ростовщик и др.), зафиксирован в физиологических очерках Луи Харта, «изобретателя» этого жанра («Физиология фланера», 1841 г.): «Парижский фланер, гуляка, праздничношатающийся, в понимании Л. Харта, – антипод буржуа-собственника, рантье, лавочника, жирного богача-финансиста; это поэт, писатель, мыслитель-бедняк, наблюдатель общественных нравов и пороков (см.: Якимович Т. Французский реалистический очерк 1830–1842 гг. М., 1963). Нельзя считать

фланером старого рантье, прогулка которого зависит от любовных капризов его собачки, или толстого лавочника, волочащего за собой скучающую жену и дочь. Подлинный фланер, неутомимая ящерица парижских улиц, наслаждаясь воздухом и солнцем, умеет видеть и слышать все смешное и нелепое, что происходит вокруг» [2]. Несомненно, истоки фланёрства лежат в буколитических временах, когда дворянство предавалось законам «*far niente*» и одним из удовольствий были пешие прогулки по окрестностям своего поместья.

Я был рожден для жизни мирной,
Для деревенской тишины;
В глуши звучнее голос лирный,
Живее творческие сны.
Досугам посвятяться невинным,
Брожу над озером пустынным,
И *far niente* мой закон.
Я каждым утром пробужден
Для сладкой неги и свободы:
Читаю мало, долго сплю,

Летучей славы не ловлю.
 Не так ли я в былые годы
 Провел в бездействии, в тени
 Мои счастливейшие дни? [3]

С появлением городов деревенские привычки были перенесены в городскую жизнь. На наш взгляд, первыми фланёрами были поэты, писатели и художники, в своих прогулках они искали яркие типажи в толпе прохожих. К примеру, Н.В. Гоголь тонко описывает прохожих на Невском проспекте: «Едва только взойдешь на Невский проспект, как уже пахнет одним гуляньем. Хотя бы имел какое-нибудь нужное, необходимое дело, но, взошедши на него, верно, позабудешь о всяком деле. Здесь единственное место, где показываются люди не по необходимости, куда не загнала их надобность и меркантильный интерес, объедающий весь Петербург. Кажется, человек, встреченный на Невском проспекте, менее эгоист, нежели в Морской, Гороховой, Литейной, Мещанской и других улицах, где жадность, и корысть, и надобность выражаются на идущих и летящих в каретах и на дрожках. Невский проспект есть всеобщая коммуникация Петербурга» [4]. С раннего утра проспект находится во власти «нужного народа», и Н.В. Гоголь отмечает: «Можно сказать решительно, что в это время, то есть до двенадцати часов, Невский проспект не составляет ни для кого цели, он служит только средством: он постепенно наполняется лицами, имеющими свои занятия, свои заботы, свои досады, но вовсе не думающими о нем». К двенадцати часам Невский проспект наполняется другими типажам. «В двенадцать часов на Невский проспект дела-

ют набеги гувернеры всех наций с своими питомцами в батистовых воротничках», в это время проспект становится педагогическим, где юные воспитанники получают знания в области повседневной жизни и изучают вывески на магазинах. К двум часам на проспект выходят родители и служащие. В четыре часа после полудня жизнь на Невском замирает и только случайные прохожие нарушают её идиллию. В вечернее время проспект оккупируется молодыми людьми.

В фланёрстве предавался класс дворянства, имевшие достаточную доходную базу для приятного времяпровождения. Основой для фланёрства служил денди, особый архетип, воплощавший в себе многие качества, которые впоследствии воспроизводились во фланёре. «Мимический аналог медленной походки – «неподвижность лица», акцентирующая благородное достоинство фланёра. Медленное фланирование с неподвижным лицом – условие незаинтересованного созерцания, эстетизм как телесная и жизненная программа. Конструктивный принцип дендизма – «ничего лишнего» – в данном случае непосредственно проецируется на нравственные и интеллектуальные свойства личности» [6]. В соответствии с самурайским кодексом денди не должен «терять лицо» ни при каких обстоятельствах, соответственно и фланёр не должен привлекать излишнего внимания толпы, ибо фланёр – это в первую очередь созерцатель и наблюдатель, использующий принцип «наблюдать, но не вмешиваться» [7]. Другая характеристика денди – это принцип «приметной неприметности», в наряде денди обязательно должен быть аксессуар, кото-

рый привлекает внимание окружающих [5]. Основой поведенческой линии денди является джентльменство, что позволяет ему вращаться в высших кругах общества. Как отмечают многие авторы, денди отличался от джентльмена своей изнеженностью, но, благодаря манерностям джентльмена, выделялся из толпы и был узнаваем своими [8]. Как писалось выше, отличительной особенностью фланёра являлась походка. «Фланёр становится модным типом в городском пейзаже, а философия фланирования настолько захватывает лучшие умы эпохи, что знаменитый писатель и денди Оноре де Бальзак в 1833 г. решает досконально исследовать «теорию походки» [5]. Для этого он, как и полагается при написании настоящих трактатов, предварительно изучил существующую научную литературу, однако самые ценные наблюдения ему удалось почерпнуть, когда он наконец собрался на Гентский (ныне Итальянский) бульвар, сел на стул и стал изучать походку проходивших мимо парижан. «В этот день, – признается Бальзак, – я сделал самые глубокие и любопытные наблюдения за всю мою жизнь. Я вернулся, сгибаясь под тяжестью моих открытий... Мне показалось, что опубликовать «Теорию походки» можно не иначе, как в десяти или двенадцати томах, сопроводив ее тысячей семьюстами гравюрами». В манере ходить Бальзак сумел разглядеть «стиль тела», метафору характера и подробно описал оптимальную технику фланирования, при которой идущий должен «держаться прямо, ставить ноги по одной линии, не уклоняться слишком сильно ни вправо, ни влево, незаметно вовлекать в движение

все тело, легонько покачиваться, наклонять голову...» Подобной соразмерной походкой обладал король Людовик XIV (свои монархические симпатии Бальзак никогда не скрывал!). В итоге романист суммировал свои размышления о походке в серии классических афоризмов: «Все в нас принимает участие в движении; при этом ни одна часть тела не должна выделяться»; «Когда тело находится в движении, лицо должно сохранять неподвижность»; «Всякое лишнее движение есть верх расточительности». Идеал походки, согласно Бальзаку, подразумевает разумную согласованность и отсутствие суетливых жестов: «Экономия движений есть средство придать походке и благородство, и грацию» [6]. Наиболее ярким образом темпа и ритма движения является процесс выгуливания черепашки в Люксембургском саду, акцентируя неспешность и невозмутимость фланёра [9].

В процессе фланирования фланёр испытывает разнообразные сенсорные удовольствия: аудиовизуальные, тактильные, а также приятное физическое напряжение, чувство «разгонки крови по конечностям», прилагает активные дыхательные усилия и т.д. «Эти удовольствия предстают как сублимированное эротическое чувство, растворенное в любовании городским пейзажем. Повествователь не скрывает, что его в основном ведет любопытство – он пребывает в состоянии затянувшегося поиска, как бы плывет на волне случайных наблюдений, и потому вполне закономерно его взгляд в конце концов находит искомое» [5]. Это, конечно, лицо противоположного пола. Если вернуться к «Невскому проспекту», то во

второй части повести описываются любовные приключения героев [4]. В то же время необходимо обозначить гендерные различия во фланировании. Во времена расцвета фланёрства только существовал мужской род, женского рода не было по определению, поскольку нравы тех времен не допускали присутствие дам на улице без сопровождения. Поэтому женщины, хотевшие предаться фланированию, были вынуждены переодеваться в мужские костюмы. Так, многие авторы описывают Жорж Санд: она переодевалась в мужской костюм, чтобы спокойно фланировать по улицам и наблюдать городскую жизнь, не привлекая к себе внимания, поскольку одинокие девушки вызвали у фланёров эротические фантазии, и могли создать некоторые иллюзии по отношению к одинокой девушке как доступному объекту, ведь в те времена только проститутки могли появляться в присутственных местах. Хотя следует отметить, что, когда в город хлынул поток сельских жителей ищущих работу, в их числе были и женщины, которые не занимались фланёрством, но могли посещать места, не доступные для благочинных женщин. Завоевание публичного пространства женщинами, началось на рубеже конца XIX – начала XX в., во многом это была заслуга Жорж Санд. Запущенный процесс эмансипации привел к тому, что женщины вышли из границ «Kinder-Küche-Kirche». Многие авторы указывают, что для женщин среди условно доступных публичных мест являлись магазины. Новые времена создали ситуацию, когда промышленная революция подстегнула развитие промышленности потреби-

тельских товаров и, как следствие, развитие новых форм розничной торговли. Так, впервые появились универсальные магазины, и они были территорией женщин. Первый универмаг под названием «Au Bon Marché», (что значит «по хорошей цене»), был открыт в 1852 г. в Париже Аристидом де Бусико и быстро завоевал популярность среди покупательниц. Универмаг Бусико представлял собой максимально гендерно маркированное закрытое городское пространство. В нем впервые стратегия бизнеса была целиком построена на манипуляции гендерными и возрастными особенностями психологии покупателей. В пределах публичной сферы универмага создавались условия для гендерированной «сопространственности». [10; 11]. Эмиль Золя описывал универмаги как «храмы новой веры всеобщего равенства», которые снискали репутацию не только «мира женщин», но и «дамского счастья» и даже «женского рая» [12]. Наверное, с этого момента был дан старт обществу потребления [13; 14]. Основным персоналом универмагов были женщины, что создавало ситуацию гендерного дисбаланса в сторону женского пола, в то же время многие гиды по Парижу не рекомендовали ходить по магазинам в одиночку [15]. Таким образом, феминизация торгового пространства стала своеобразным продолжением границ «Kinder-Küche-Kirche», где шопинговые практики шли на улучшение быта семьи, что позволило женщинам усилить свой натиск на публичные городские пространства [16].

В социологию фланёр попал из произведений Шарля Бодлера, благодаря трудам В. Беньямина, который, изучая твор-

чество Ш. Бодлера, пришел к заключению, что фланёр не кто иной, как отстраненный наблюдатель городской жизни, близкий к рефлексии творческой личности» [9]. Фланёр – это существо, которое «ботанизирует на асфальте» [17], он собирает своеобразный гербарий из городских типажей и пространств. Вальтер Беньямин изучает толпу и фланёра, как новое явление, рожденное в городской среде второй половины XIX столетия: «Бескрайняя людская масса, в которой никто не может рассмотреть другого со всей ясностью, но и никто не остается совсем скрытым от других». Фланер протестует против целенаправленного движения и его ускоренного ритма: «Году в 1840-м хорошим тоном считалось выгуливать черепах в пассажах. Темп, заданный черепахой, вполне подходил фланеру. Будь его воля, то и прогрессу пришлось бы освоить черепаший шаг» [17]. Используя принцип «смотреть, но не трогать» [7], «фланер оказывается способным проникнуть в суть взаимосвязей человека с миром вещей и людей. Учитывая, что личность – это продукт культуры и социума, становится необходимым контекстуальный анализ. Интерпретация психологических качеств, физиологических и физических особенностей личности требует погружения в пространственно-временной континуум эпохи, времени, пространства. Поэтому если рассматривать фланера как создателя и одновременно интерпретатора текста культуры, то следует отметить важность существующего медиапространства, где уже сам текст становится носителем информации и в то же время способствует и/или препятствует порождению

новых смыслов. Мир культуры, созданный и проживаемый человеком, представляет собой информационное поле, воспринимается, оценивается, прочитывается личностью в зависимости от ее ценностных ориентиров и установок. И если процесс выстраивания определенных пространственных моделей и создания языков и текстов культуры связан с творческой деятельностью (преобразующей и продуктивной по своей сущности), то он приобретает динамический характер с ориентацией на коммуникативное взаимодействие. Деятельность фланера связана с интерпретацией как основной открытостью текста для прочтения и осмысления его в культуре в конкретном пространственно-временном континууме, который, как правило, идентифицируется с местом и временем проживания фланера» [2]. Фланёр становится значимым архетипом в городском пространстве и объектом изучения социологами [17]. Как и раньше, архетип фланёра разбивается на множество архетипов, в зависимости от проживания городского пространства. В то же время жизнеспособность данного архетипа подвергается сомнению, поскольку городское пространство подверглось мощным трансформациям и, прежде всего, оно стало мобильным. [18; 19; 20].

Мобильность убивает уличное пространство привычную среду обитания фланёра [21], поэтому очень символична гибель последнего фланёра под колесами грузовика [22]. Приведем ряд трансформаций классического фланёра. Довольно часто можно встретить такую трансформацию фланёра, как фотограф [23; 24; 25]. Фотограф так же отстранен, так же

наблюдателен, только он вооружен фотоаппаратом и фиксирует увиденное. Каждое время суток хорошо само по себе. «Моим самым любимым временем суток всегда было утро. Это особый временной промежуток, когда всё вокруг, начиная от света на улице и закачивая коммуникацией людей, выглядит и происходит по-другому. Необычно, таинственно, странно. Утро ценится во многих культурах и считается важнейшим временем суток: именно утром закладываются основы грядущего дня. Я неоднократно испытывал на себе, насколько может качественно отличаться один день от другого в зависимости от времени пробуждения и того, чем мы занимаемся по утрам. И мне захотелось показать город в этом состоянии обновления, увидеть, как он просыпается и живет» [25]. Вечерний город также не уступает в своей таинственности возможно и где-то криминальности [24]. Фотограф проявляет «инакость» довольно часто, встречается интерпретация фланёра как «другой», «чужой», «посторонний», «скорее, человек, обнаруживающий свою инакость посредством ритма и траектории движения. Ритм наблюдателя, сознательно использующего свою потерянность, – то ускоряется, то замедляется, резко меняет направление, тем самым нарушая привычную упорядоченность городского потока» [24].

Фотографирование многие авторы связывают с вуайеризмом, фотоаппарат позволяет подглядеть что-то интимное, и сокровенное, и естественное [26]. Исходя из этого посыла и возможности фиксации, можно выделить следующий архетип фланёра – детектив. Данный типаж более

рельефно прописан в художественных произведениях Артура Конан Дойля, Эдгара По, Александра Дюма и т.д. Фланёр становится человеком толпы, выбирает себе жертву и преследует его, пытается понять его тайны [17]. Это игра, и, когда фланёр читает городское пространство, он пытается создать в своем сознании какие-нибудь иллюзии по поводу подсмотренного либо дать характеристику увиденного, классифицировать и маркировать увиденное, услышанное, прочувствованное, прожитое... Дифференциация фланёра имеет свои тонкости. Например, следует различать фланёра, бродягу, путешественника, туриста, игрока [27; 28]. Современное дитя фланерства – это паркур, современный фланёр, который ушел с улицы на крыши. Не случайно Де Серто открывает панораму городского пространства с крыши Всемирного торгового центра [29]. Внизу нет места фланёру, только наверху фланёр свободен, и у него есть пространство, не занятое толпой и транспортом [30]. Совершенно экзотический современный фланёр виртуальный, фланёр ушел в виртуальное пространство и там фланирует, лениво перелистывая сайты [6]. При всем многообразии фланерства для нас интересен особый архетип фланёра – шопер. Говоря о фланёре-шопере, необходимо рассмотреть предпосылки фланерства. Практически все авторы отмечают, что привычная среда фланёра – это улица, также все отмечают наличие в поле зрения фланёра магазины. Развитие промышленной революции привело к развитию системы сбыта и соответственно коммодификации привычной среды фланёра. Как указывает Д. Кларк,

фланёр неизбежно становится потенциальным покупателем [31]. В то же время необходимо отметить, что ряд авторов негативно относится к такой роли фланёра, считая это «вирвушизмом». Шоппинг, по определению, не может быть приравнен к ленивому фланированию, не имеющему цели [5; 6]. Но сама изменяющаяся среда обитания фланёра вытесняет его из привычных пространств.

В доступных источниках, как нам кажется, удалось найти архетип фланёра-шопера. Так, в работах Пако Андерхилла, описываются типаж фланёров в торговых центрах. Это люди пожилого и старческого возраста, совершающие неспешные прогулки в торговых пространствах, а также подростки, резвящиеся в торговом центре [32; 33]. Среди отечественных источников нам удалось найти удивительный типаж в художественном фильме «Мужчина с гарантией». Это пенсионерка, приходящая в торговый центр, чтобы удивляться ценам и одновременно изливать свой праведный гнев на капиталистов-буржуев [34]. Учитывая столь скудный материал, наверное, следует более глубоко изучить данный вопрос.

Список использованных источников

- 1 Достоевский Ф. М. Собр. соч. : в 15 т. / Ф. М. Достоевский. Л. : Наука, 1988. Т. 1. С. 511.
- 2 Симбирцева Н. А. Фланер как интерпретатор текста культуры / Н. А. Симбирцева // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 5; URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=6959> (дата обращения 16.02.2017).
- 3 Пушкин А. С. Евгений Онегин / А. С. Пушкин // Собр. соч. : в 10 т. М. : Худ. лит., 1960. Т. 4.
- 4 Гоголь Н. В. Невский проспект / Н. В. Гоголь. М. : Речь, 2014.
- 5 Бальзак де О. Теория походки / О. де Бальзак // В кн. : Физиология брака. Патология общественной жизни / пер. В. А. Мильчиной. М. : НЛО, 1995.
- 6 Вайнштейн О. Б. Денди : мода, литература, стиль жизни / О. Б. Вайнштейн. М. : Новое лит. обозрение, 2005. 640 с.
- 7 Buck-Morss S. The Dialectics of Seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project. Cambridge, MA: The MIT Press, 1989. 505 p.
- 8 Желнина А. Фланер / А. Желнина // URL: <http://www.urban-club.ru/?p=12/> (дата обращения 02.08.2012).
- 9 Беньямин В. Париж, столица девятнадцатого столетия В. Беньямин // Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. М. : Медиум, 1996. С. 141–162.
- 10 Шифрин М. Е. Шопинг против революции / М. Е. Шифрин // Вокруг света. 2012. № 12 (2867). С. 92–101.
- 11 Замятин Д. Н. Сопространственность и идентичность / Д. Н. Замятин // Мир психологии : науч.-метод. журнал. 2012. № 1 (69). С. 104–123.
- 12 McBride Th.M. A Woman's World: Department Stores and the Evolution of Women's Employment, 1870–1920 // French Historical Studies, vol. 10. 1978. № 4. P. 664–683.
- 13 Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр; пер. с фр., послесл. и прим. Е. А. Самарской М. : Республика; Культурная революция, 2006. 269 с. (Мыслители XX века).

- 14 Ванн Д. Потреблятьство. Болезнь, угрожающая миру / Д. Ванн, Де Грааф Дж., Т. Нэйлор; пер. с англ. Н. Макаровой. Екатеринбург : Ультра; Культура, 2005.
- 15 Guide to Paris, the Exhibition and the Assembly. London, Edinburgh: Paris International Assembly, 1900. P. 28.
- 16 Besen Y. Book Review: Shopping for Pleasure: Women in the Making of London's West End // Journal of International Women's Studies, vol. 6, issue 2, article 11. P. 156–159.
- 17 Беньямин В. Бодлер / В. Беньямин. М. : Ад Маргинем, 2015. 224 с.
- 18 Урри Дж. Мобильности / Дж. Урри. М. : Практикс, 2012. 576 с.
- 19 Бауман З. Текущая современность / З. Бауман. СПб. : Питер, 2008. 240 с.
- 20 Кастельс М. Информационная эпоха : экономика, общество и культура / М. Кастельс. М. : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
- 21 Джекобс Дж. Смерть и жизнь больших американских городов / Дж. Джекобс. М. : Новое изд-во, 2015. 512 с.
- 22 Музиль Р. Человек без свойств / Р. Музиль. М. : Амфора, 2013. 1408 с.
- 23 Беньямин В. Краткая история фотографии / В. Беньямин. М. : Ад Маргинем», 2015. 143 с.
- 24 Запорожец О., Лавринец Е. Потеряться, чтобы увидеть : опыты фотографического восприятия города / О. Запорожец, Е. Лавринец // В кн. : Визуальная антропология : новые взгляды на социальную реальность / сост. Е. Ярская-Смирнова, П. Романов, В. Круткин. Саратов : Науч. книга, 2007. С. 61–77.
- 25 Климов А. Утренний фланер / А. Климов // URL <http://gorodinache.org/morning/#section7/> (дата обращения 31.03.2017).
- 26 Sontag S. Apie fotografiją. Vilnius: Baltos lankos, 2000.
- 27 Соловьева С. В. Прогулка как феномен легкости бытия / С. В. Соловьева // Вестник Самарской гуманитарной академии. 2012. № 2. С. 85–93.
- 28 Василенко И. А. Фланер, бродяга, турист и игрок : кто следующий? / И. А. Василенко // В кн. : Политическая философия : учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М. 2010. 320 с. (Высшее образование).
- 29 М. де Серто. Изобретение повседневности / М. де Серто; пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной. СПб. : Изд-во Европейского ун-та в СПб., 2013. 330 с.
- 30 Теория города Фланер как первый последний горожанин // URL http://papardes.blogspot.ru/2014/11/2_20.html (дата обращения 31.03.2017).
- 31 Кларк Д. Б. Потребление и город, современность и постсовременность / Д. Б. Кларк // Логос. 2002. № 3–4. С. 35–64.
- 32 Андерхилл П. Место действия – торговый центр / П. Андерхилл; пер. с англ. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 218 с.
- 33 Андерхилл П. Почему мы покупаем, или Как заставить покупать / П. Андерхилл; пер. с англ. Н. В. Кремко. Минск : Попурри, 2003. 368 с.
- 34 Мужчина с гарантией [Видеозапись] / Режиссер А. Аксененко; в ролях: А. Олешко, Н. Гришаева, Д. Нагиев. М. : Enjoy movies, 2012. – 1 DVD.