
Фланерство и видеомания: модерные и постмодерные визуальные практики

Е. В. БАТАЕВА

В статье анализируются концептуальные особенности “иконического поворота”, наблюдаемого в современной философии и социологии, начало которому было положено в эпоху Нового времени. Концепция взгляда позволяет провести различие современной и постмодерной визуальности. Если в основе современной визуальной философии находятся понятия глаза и зрения, то в постмодерной визуальности центральным становится понятие взгляда, преодолевающего дистанцию между субъектом и объектом видения. Трансгрессивная устремленность взгляда вопреки человеческой субъективности сочетается с практикой видеофилии (влюбленности в образы) и видеомании (поглощенностью и захваченностью образами), социальным вуайеризмом (массовым желанием созерцать не только то, что лежит на поверхности, но и то, что скрыто и находится под покровом видимого) и социальным эксгибиционизмом (массовым стремлением “выставлять себя напоказ” и “собирать” чужие взгляды).

The paper analyzes conceptual peculiarities of “iconic turn-over” observed in modern philosophy and sociology. This turn-over was started in New age. Insight concept allows discriminating modern and postmodern visualistics. For modern visual philosophy, the eye and vision form its basis whilst the insight that overcomes the distance between vision subject and object becomes the main concept in postmodern visualistics. Transgressive orientation of the insight outside human subjectivity is combined with practice of videophilia (infatuation into images) and videomania (absorption and capture by images), social scopophilia (massive desire to see not only that is on the surface but also that is hidden and is under cover of visible) and social exhibitionism (massive desire to “present himself/herself to others” and to “collect” insights of others).

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: иконический поворот, модерн, постмодерн, взгляд, глаз, наблюдатель, видеоман, фланер.

KEY WORDS: iconic turn-over, modern, postmodern, insight, eye, observer, videoman, flaneur.

Визуальный переворот, наблюдаемый в философии, социологии и культуре XX в., проявляющийся в возрастании роли образности в повседневной жизни современного че-

ловека и в обострении теоретического интереса к визуальной составляющей социальной реальности, получил название “иконического поворота” (Г. Бём) или “иконического прорыва” (М. Маклюэн) [Маклюэн 2003, 259]. “Иконический поворот – означающее сдвига в социокультурной ситуации, при котором онтологическая проблематика переводится в план анализа визуальных образов. Он следует за онтологическим, лингвистическим поворотами и фиксирует отход в средствах коммуникации от вербального способа к визуальному” [Савчук 2005, 10]. Гипертрофирование визуального плана в современной жизни, избыток образности во всех сферах социального существования современного человека (в политике, культуре, экономике, масс-медиа, шоу-бизнесе, PR-компаниях, Интернете, в рекламе, на телевидении) породил новую реальность или новое измерение в человеческом существовании, которое Жан Бодрийяр назвал “гиперреальностью”, или реальностью образов, подменяющих собой (симулирующих) действительность. В современном мире гиперреальность утрачивает характеристики вторичности или “надстроечности” (над “базисом” не-образной действительности), напротив, она становится основной и единственной реальностью. “Сегодня положение дел уже таково, что у нас почти отсутствует выбор – мы захвачены этой пролиферацией образов, становлением-образом мира на экранах, становлением-образом нашей вселенной, превращением всего в образное. Но там, где всё есть образ, никакого образа больше не существует, там больше нет образа как иллюзии, как феномена сцены” [Бодрийяр 2006, 91].

“Картина мира” М. Хайдеггера

Начало “иконическому повороту” было положено в эпоху Нового времени, которое Мартин Хайдеггер назвал “временем картины мира” [Хайдеггер 1993, 41]. В конце XVII в. сформировалась новая мировоззренческая композиция, на одном полюсе которой расположился субъект, а на другом – “картина мира” или пред-ставленный, пред-положенный или репрезентированный мир-как-объект, мир-как-сцена, мир-как-представление: “превращение мира в картину есть тот же самый процесс, что превращение человека внутри сущего в субъекта” [Хайдеггер 1993, 51]. Восприятие мира “как картины”, которую можно изучать и ментально “перерисовывать”, было абсолютно несвойственным, по мнению Хайдеггера, для предшествующих эпох. Античный человек сам по себе являлся картиной для мифического хаоса-космоса, будучи поглощенным, “захваченным” им: “скорее сущее глядит на человека, раскрывая себя и собирая его для пребывания в себе. Быть под взглядом сущего захваченным и поглощенным его открытостью и тем зависеть от него – вот существо человека в великое греческое время” [Хайдеггер 1993, 50]. Средневековый человек не противопоставлял себя миру как субъект объекту, – он был частью мира, занимая в нем определенную нишу: “для Средневековья сущее есть творение личного Бога-Творца как высшей причины. Быть сущим здесь значит принадлежать к определенной иерархической ступени сотворенного бытия” [Хайдеггер 1993, 49–50]. И только в эпоху Нового времени “человек становится точкой отсчета для сущего” [Хайдеггер 1993, 48], “задавая сущему меру и предписывая норму” [Хайдеггер 1993, 52], превращаясь в дирижера сущего, следящего за тем, чтобы мир был лучшим образом представлен на сцене бытия, с лучшей композицией и сценографией.

Нововременной человек-субъект превращается в Наблюдателя, в Созерцателя эстетической “картины мира”, рассматривающего ее с помощью оптических приборов (телескопа, микроскопа, лупы), регулирующего освещение и подыскивающего самые выигрышные перспективы видения: «Наблюдатель превращается в чистую, “бессознательную” машину видения» [Ямпольский 2000, 8]. Фигуру нововременного Наблюдателя дополняет фигура Фланера¹, ветреного “зеваки”, прогуливающегося по городским улицам и высматривающего различные “дивовинки”. «А вот черты фланера, описанные Огюстом де Лакруа: “благодаря необыкновенной пронизательности он [фланер] является сборщиком неслыханных богатств в широком поле наблюдения, где вульгарный прохожий видит лишь поверхность”» [Ямпольский 2000, 34]. Взгляд Фланера, ищущий зрелищ и развлечений,

выхватывает из окружающей “картины мира” отдельные детали, вещи или интересные лица и с праздным любопытством “смакует” их необычность. По мнению М. Ямпольского, режимы видения Наблюдателя и Фланера находятся в инверсных отношениях: если Наблюдатель предпочитает масштабные “картины видения”, радующие взор рельефностью и контрастами, то внимание Фланера привлекают “детали”, частности, его интерес заключается в открытии уникальной вещи, которую другие “проглядели”. “Панорамное расширение зрения [Наблюдателя] парадоксальным образом идет параллельно концентрации, сужению зрения у Фланера” [Ямпольский 2000, 48]. И Наблюдатель, и Фланер в равной мере “противопоставлены” миру (“картине мира”) как субъекты, по собственному желанию “опредмечивающие” сущее и холодно-абстрактно “оценивающие” его качество. При этом они помещаются “вовне” жизненного действия (занимая “внешние”, выжидательные позиции), “мимоходом” и незаинтересованно справляясь о новом положении дел (соположении вещей) в окружающем мире.

Взгляд versus глаз

Постмодерный виток в “иконическом повороте” породил новые фигуры и новые режимы видения. Излюбленным концептом в постмодерной визуалистике становится понятие “взгляда”, несколько потеснившего такие визуальные концепты, как зрение, видение, глаз. По выражению Жана-Поля Сартра, глаз служит лишь “опорой для взгляда” [Сартр 2000, 281], направляя, ориентируя его на те или иные объекты видения. Однако, в отличие от глаза, взгляд уже не принадлежит человеческому телу – он трансгрессирует тело, выходит за его пределы, – он сливается с самими вещами и лицами, с самими объектами видения (как точно заметил Морис Мерло-Понти, “взгляд является воплощением видящего в видимом, поиском самого себя в видимом, к которому он и *причастен*” [Мерло-Понти 2006, 190]). Взгляд принадлежит не глазу, а миру, на который глаз смотрит. Сартр следующим образом описал антитетику глаза и взгляда: “глаза как объекты моего восприятия остаются на точном расстоянии, которое разворачивается от меня к ним (одним словом, я присутствую в глазах без расстояния, но они находятся на расстоянии от места, где я “нахожусь”), тогда как взгляд сразу находится во мне без расстояния” [Сартр 2000, 281]. Глаз дистанцирован от мира, тогда как взгляд “без расстояния” размещается на поверхности созерцаемого. По удачному выражению Жака Лакана, “взгляд – на стороне вещей” [Лакан 2004, 120].

Концепция взгляда позволяет различить содержание современной и постмодерной визуалистики. Если в основе современной визуальной философии находятся понятия глаза и зрения, вооруженного оптическими приборами (телескопом, биноклем или лорнетом), дистанцированно разглядывающего предметы внешнего мира (“Сартр определил такое внешнее по отношению к окружающей реальности сознание, как “панорамное”... Дистанцирование – одна из важных особенностей панорамного сознания, которое выражается в предельно отчужденном видении мира” [Ямпольский 2000, 40–41]), то в постмодерной визуалистике центральным становится концепт взгляда, преодолевающего дистанцию² между инстанцией Я и внешним миром. Постмодерная практика видения предполагает устранение субъект-объектной разорванности, слияние Видящего и видимого в феномене внимательного и заинтересованного взгляда. Блестящее описание действия взгляда предложил Кристиан Метц: «у меня создается впечатление, что я “броساю” взгляд на предметы и эти последние, освещенные таким образом, располагаются во мне» [Метц 2010, 80].

Современный человек превращается в напряженный, все-приемлющий, на-все-направленный Взгляд, распахнутый навстречу новому видеоопыту, впитывающий в себя любую визуальную информацию. Воссоединившийся с миром Человек-Взгляд пытается постичь визуальную реальность, осмыслить ее анатомию и механику. Отсюда – повышенный интерес постмодерного мыслителя к таким визуальным формам, как фотография, кино, театр, реклама, мода, строение которых он пытается описать. Как следствие, в постсовременности появляются такие новые философские формы, как философия фо-

тографии, философия кино, семиотика моды, философия рекламы и т.д., которые можно объединить в новом жанре “философии визуальных форм” (по аналогии с “философией символических форм” Эрнста Кассирера), – философии, интересующейся существованием и функционированием культурных феноменов, действующих зрительные способности человека.

Видеофилия и видеомания

Если философа эпохи Модерна прежде всего интересовали такие темы, как природа человеческого зрения, методы его усовершенствования, способы организации лучшей перспективы видения внешних объектов (т.е. субъект-ориентированные проблемы визуальности)³, то постмодерный философ пытается дистанцироваться от проблематики *как*-видения и сосредоточиться на вопросах *что*-видения: он размещает себя в самом мире образов и вещей – он их разглядывает, смакует, пытается проникнуть внутрь их визуальной плоти.

Постмодерные визуальные практики осуществляются в двух режимах: *mania* и *philia*. Человек, практикующий режим *видеофилии*, влюблен в зрелищность и образность, является ее тонким ценителем. Видеофил обладает утонченным эстетическим вкусом, уделяя внимание лишь тем визуальным феноменам, которые либо отмечены печатью таланта, либо способны вызвать “эстетический шок”, побудить к размышлению, заставить понять свое место в видеомире. Видеофил крайне придирчив к видеоматериалу; если его взгляд обнаружит талантливое визуальное (фотографическое, театральное, кинематографическое и т.п.) произведение, он попытается “погрузиться” в его плоть, максимально полно почувствовать мельчайшие зрительные нюансы, впитать в себя все оттенки, фактурность, рельефность видеообраза. Видеофил (как и синефил, театрал, фотофил, телефил) “вписан в зрелище как в некую среду обитания и является его частью. Он настолько растворен в зрелище, что оно становится частью его самого” [Ямпольский, 2004, 301].

Видеофилия/синефилия/фотофилия/телефилия – это “идеально нарциссический опыт” [Там же]. Видеофил влюбляется либо в те изображения, в которых он узнает самого себя, которые заставляют вибрировать его бессознательное, либо в те, в которых он встречается со своим альтер-эго, со своим Другим, который может волновать и тревожить именно своей непохожестью и странностью. Видеофил смотрит в изображение, как в зеркало, пытаясь уловить в нем *свою* печаль, *свою* любовь, *свои* страдания. Сознание видеофила обладает сверхпластичной, гуттаперчевой структурой: всматриваясь в видео-изображения, он становится тем, на что смотрит, трансгрессируя свое тело и инкарнируясь в увиденное: «...обживание фильма как места, эмпатическое слияние с этим местом буквально превращают меня в копию фильма. Фильмы, которые видит синефил, формируют единичность его личности» [Там же, 313]. Видеофил многолик и поверхностен – он усваивает, встраивает в себя все, что нравится его глазам. “Вхождение в образ”, “принятие образа”, “становление-образом” выражает суть его экзистенциальных практик.

Видеофил отказывается управлять/манипулировать образной реальностью, – напротив, образ управляет/манипулирует им. Видеофил предпочитает осваивать периферийные зрительские позиции, фокусируя взгляд “внутри” изображаемого, к которому его притягивает невидимыми магнитами: «точке зрения синефил [видеофил. – Е.Б.] противопоставляет то, что он называет “общим погружением”, а локализации зрителя в пространстве кинематографа [видеомира. – Е.Б.] – фантазию “прозрачного зрителя”» [Ямпольский 2004, 301].

Взгляд постмодерного человека может функционировать и в режиме *видеомании*. Видеоман *жаждет* видеть, превращаясь в театрала, синемана, шоу-мана, star-мана; целыми днями он готов смотреть телевизор, кинофильмы, просматривать глянцевые журналы, созерцать лица и тела моделей, артистов, поп-звезд, не насыщаясь, не утоляя своей визуальной жажды. Видеомания вовлекает современного человека в круговорот зрительных впечатлений, устремляя его к новому опыту визуальных форм и зрелищ, ставя перед ним

недостижимую цель – увидеть и впитать в себя все, что есть в мире, – все чудеса, все красоты, все шедевры, все лица, все тела. В отличие от видеофила, видеоман стремится занять зрительный центр: именно *он* (а не режиссер/фотограф) порождает фильм, фото, спектакль, – порождает самим фактом своего присутствия в зрительном зале (на выставке) и актом смотрения на изображение, без чего последнее не состоялось бы. “Смотря фильм, я помогаю ему родиться, помогаю ему жить, поскольку именно во мне он будет жить и он создан для того, чтобы существовать только под взглядом зрителя” [Метц 2010, 117]. Несмотря на свою сильнейшую (наркотическую) зависимость от созерцаемой образности, вступая с ней в своеобразный “симбиоз”, видеоман в то же самое время желает манипулировать видеомиром, оставляя для себя возможность разрушить, уничтожить его (посредством “закрывания глаз”: “фильм является тем, что я запускаю, поскольку его не было, когда я входил в зал, и не будет, стоит лишь только закрыть глаза” [Метц 2010, 81].

Взгляд видеомана, преследуемого жадной все увидеть и все рассмотреть, бессознательно отождествляется с видеокамерой, с фотоаппаратом, пытается воспроизвести движение видеосъемки, воссоздать видение режиссера/фотографа/оператора, ощутить себя сопричастным и сопричастующим при видеодействе (подчеркнем, что в данном случае речь идет именно о слиянии с камерой, об отождествлении с ней, тогда как в современной философии оптическая техника рассматривалась лишь как дополнение, как “продление” глаза, но не как его суррогатный заменитель). Блестящую психоаналитику “идентификации с камерой” предложил французский исследователь кино Кристиан Метц: “Идентифицируясь с самим собой как со взглядом, зрителю не остается ничего другого, как идентифицироваться с кинокамерой, которая до него смотрела на то, что он видит сейчас, и положение которой (=кадрирование) определяет точку схода” [Там же, 2010, 79]; “запуская фильм, я представляю собой кинопроектор, воспринимаемая фильм – экран; в обоих случаях я – камера, смотрящая и снимающая” [Там же, 81]⁴.

Социальный вуайеризм/эксгибиционизм

Видеомания порождает феномен социального вуайеризма, понимаемого максимально широко, как любое желание видеть “тыльную сторону” событий, знать то, что другие хотели бы скрыть от посторонних глаз, созерцать такие зрелища, участники которых могут не догадываться о присутствии зрителей. Вуайеризм можно определить как “стремление подглядывать за другими в замочную скважину” (феноменология которого была описана Ж.-П. Сартром в “Бытии и ничто” [Сартр 2000, 281]), испытывая страх и стыд от того, что кто-то другой может в свою очередь наблюдать за ним (порождая феномен “вторичного вуайеризма”). На социальном уровне вуайеризм проявляется в желании современного человека знать “все о личной жизни” кинозвезд, поп-звезд, известных политиков и экономистов; в ежедневном отслеживании интернет-/телесводок о повседневной жизни “celebrities”; в интересе к непубличным фотографиям и видеосъемкам поп-идолов. Феномен телевуайеризма привлек внимание известного французского социолога Пьера Бурдьё: “Телевидение ... льстит этим вкусам и эксплуатирует их с целью завоевания большей аудитории, но предлагает телезрителям примитивную духовную пищу, образцом которой являются ток-шоу, биографические исповеди, выставляющие напоказ без всякого стеснения пережитое, часто носящее экстремальный характер и способное удовлетворить страсть к своеобразному *вуайеризму* и *эксгибиционизму*” [Бурдьё 2002, 66]. Созерцать то, что относится к личной и интимной сфере жизни другого, – вот краткая формула социального вуайеризма, которым страдает современный видеоман. В работе К. Метца “Воображаемое означающее. Психоанализ и кино” можно найти психоаналитическое описание зрительского вуайеризма: “...институция кино предписывает зрителям неподвижность и молчание, зритель *скрыт*, находится постоянно в неподвижном и сверхрецептивном состоянии, он счастлив и отчужден, акробатически связан с самим собой невидимой нитью зрения и начинает воспринимать себя в качестве субъекта лишь в последний момент, благодаря парадоксальной идентификации со своей собственной, уменьшенной до одного

только зрения личностью” [Метц 2010, 120–121]. Вуайер сведен к “чистой способности видеть”, он дистанцирован от объекта созерцания и в то же самое время сливается с ним посредством бесперебойного акта смотрения. Взгляд вуайера трансgressирует его телоглаз, размещаясь на поверхности созерцаемого. Видеоман/вуайер – идеальная фигура постмодерной визуалистики, реализующая прагматику взгляда, превращающая тело в жадный и ненасытный акт видения.

Социальный вуайеризм тесно связан с явлением социального эксгибиционизма, проявляющегося в стремлении современного человека привлекать к себе взгляды других людей, быть “на виду” у всех. Формула социального эксгибиционизма проста: чем более я успешен и популярен, тем больше людей смотрит на меня, наблюдает за мной, подражает мне, копирует мой образ, подсматривает за моей личной жизнью. И наоборот, если я хочу стать популярным, я должен собирать, накапливать взгляды других, сколачивать визуальный капитал, выставлять себя напоказ, продавать свое изображение. Следствием эксгибиционистской логики становится выдвигание на первый план в современном мире именно тех социальных акторов и именно тех профессий, которые сорентированы на накопление визуального капитала (новой разновидности социального капитала, измеряемого не в денежных единицах, а в “собранных” взглядах), – это актеры, певцы, музыканты, танцоры, модели, боксеры. “К фигуре интеллектуала, владеющего умами современников, добавляется фигура культурала, успешно претендующего на (о)владение взглядами зрителей” [Савчук 2005, 11].

Визуализированное письмо

“Иконический поворот” в эпоху постмодерна проявляется не только в тотальном и повсеместном интересе к реальности образов и к визуальным формам, но и в самой стилистике письма, практикуемого постмодерными авторами. Тексты постмодерных мыслителей, таких как Жорж Батай, Жан Бодрийяр, Жиль Делёз, Мишель Фуко⁵, максимально визуализированы; их содержание передается не столько с помощью рационально-логических выкладок или абстрактно-идеальных символов, сколько посредством образных фигур, зрительных метафор; они обладают пространственно-топологической разверткой и физически-ощущаемой рельефностью. Так, героями-концептами Делёза становятся “складка”, обладающая визуализированной пространственной графикой; Алиса, которая может разворачиваться и складываться, как “подзорная труба”; Шалтай-Болтай, своим видом являющийся философский парадокс. Фигурами визуализированных текстов Фуко становятся Безумный, Надзиратель, Врач, Преступник, предлагающие свои собственные режимы видения. Бодрийяр самые сложные философские идеи выражает посредством визуальных образов, таких как “черная дыра” (=современный электорат) или “пустыня” (=философский портрет американского общества). Пьер Клоссовски в статье “О симулякре в сообщении Жоржа Батая” говорит о “презрении Батая к понятию”: «он выражает себя в симулякрах понятий» [Клоссовски 1994], в ментально видимых и переживаемых состояниях смеха, радости, хмеля, греха. Подобный визуализированный и топографический стиль мышления Жиль Делёз и Феликс Гваттари определили как мышление посредством концептов и концептуальных персонажей (а не логических понятий), обладающих смысловой консистентцией, интенциональной плотью, пространственным местоположением и темпоральным “парением”, являющимися собой “событие Другого или событие лица”» [Делёз, Гваттари 1998, 32].

* * *

Визуалистика эпохи “иконического поворота” радикально отличается от визуалистики предшествующих эпох. И античная, и средневековая визуалистика⁶ сосредоточена на разработке путей достижения просветленного состояния, в котором возможно созерцание Высшего Блага/Первоединого или Бога. И хотя ренессансная визуалистика проявляет интерес уже к самим визионерским практикам⁷, однако физически-плотский мир – его

видимая рельефность, цветность и консистенция – все еще остается вне поля видимости философов до-модерных эпох. И именно он попадает в фокус зрения постмодернистов: если визуальный интерес до-модерных мыслителей ориентирован трансцендентным, то ментальный взгляд модерных и постмодерных мыслителей нацеливается на имманентное – на *видимую поверхность* реальных вещей.

ЛИТЕРАТУРА

- Аронсон 2003 – *Аронсон О.* Метакино. М., 2003.
- Батаева 2011^а – *Батаева Е.В.* Парадигма оптического зрения (визуалистика эпохи Нового Времени) // Гуманитарный часопис: Збірник наукових праць. № 1(26). Харків: ХАІ, 2011.
- Батаева 2011^б – *Батаева Е.В.* Умо-зрительные практики античной философии // Гилея. № 47(5). К., 2011.
- Батаева 2011^в – *Батаева Е.В.* Иллюминационализм и визионерство: визуальные практики Средневековья и Возрождения // Гилея. Спецвыпуск. К., 2011.
- Бауман 1995 – *Бауман З.* От паломника к туристу // Социологический журнал. 1995. № 4 (<http://www.socjournal.ru/article/198>).
- Беньямин 2000 – *Беньямин В.* Озарения. М., 2000.
- Бодрийяр 2006 – *Бодрийяр Ж.* Пароли. От фрагмента к фрагменту. Екатеринбург, 2006.
- Бурдые 2002 – *Бурдые П.* О телевидении и журналистике. М., 2002.
- Делёз, Гваттари 1998 – *Делёз Ж., Гваттари Ф.* Что такое философия? СПб, 1998.
- Диди-Юберман 2001 – *Диди-Юберман Ж.* То, что мы видим, то, что смотрит на нас. СПб., 2001.
- Клоссовски 1994 – *Клоссовски П.* О симулякре в сообщении Жоржа Батая // Комментарии. 1994. № 3 (<http://ua.bookfi.org/?q=%D0%91%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%B9&ft=on#s>).
- Лакан 2004 – *Лакан Ж.* Четыре основные понятия психоанализа. М., 2004.
- Маклюэн 2003 – *Маклюэн М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М., 2003.
- Метц 2010 – *Метц К.* Воображаемое означающее. Психоанализ и кино. СПб., 2010.
- Савчук 2005 – *Савчук В.* Философия фотографии. СПб., 2005.
- Сартр 2000 – *Сартр Ж.-П.* Бытие и ничто: Опыт феноменологической онтологии. М., 2000.
- Хайдеггер 1993 – *Хайдеггер М.* Время и бытие: Статьи и выступления. М., 1993.
- Ямпольский 2000 – *Ямпольский М.* Наблюдатель. Очерки истории видения. М., 2000.
- Ямпольский 2004 – *Ямпольский М.* Язык – тело – случай. М., 2004.

Примечания

¹ По мнению З. Баумана, фигура фланера становится периферийным эффектом нововременной культуры: «Кажется, в Новые времена все нити жизни встретились и сплелись во времяпрепровождение и жизненный опыт фланера: пофланировать – все равно что сходить в театр, побыть среди посторонних и быть посторонним для них (быть в толпе, но не принадлежать ей), воспринимать этих чужих людей как “поверхности”, так, как будто бы “видимостью” исчерпывается их “сущность”, и вдобавок к этому видеть и знать их мимолетно» [Бауман 1995]. В то же самое время З. Бауман полагает, что если в эпоху Модерна фланерство являло собой маргинальную, “обочинную” стратегию поведения, то в постмодерном мире оно превращается в “стиль жизни” большинства людей, практикующих “гуляние в досужее время”, – гуляние по супермаркетам, бутикам, клубам, телеканалам, интернет-сайтам и т.д.

² Ж. Диди-Юберман концептуализирует диалектику дистанции и близости, обнаруживаемую в феномене взгляда: взгляд одновременно и нейтрализует дистанцию между видящим и видимым,

и не в состоянии окончательно ее устранить. “Когда мы *видим* нечто и внезапно испытываем прикосновение этого нечто, мы в действительности открываемся сущностному измерению *взгляда*, согласно которому смотрение становится этой асимптотической игрой близкого (до соприкосновения, реального или грезящегося) и далекого (до исчезновения и потери, реальных или грезящихся)” [Диди-Юберман 2001, 139].

³ Эти проблемы раскрываются в “Диоптрике” Р. Декарта, в “Опыте новой теории зрения” и “Теории зрения или зрительного языка” Д. Беркли, в “Звездном вестнике” Г. Галилея, в “Исследовании мнения отца Мальбранша о видении всех вещей в Боге” Д. Локка и др. См.: [Батаева 2011^а, 63–69].

⁴ Подобную мысль можно встретить у В. Беньямина: “Публика вживается в актера, лишь вживаясь в кинокамеру. То есть она встает на позицию кинокамеры” [Беньямин 2000, 135]; об отождествлении глаза и кинокамеры в феномене “киноглаза” говорил и известный советский режиссер 20-х гг. XX в. Дзига Вертов: “Я киноглаз. Я глаз механический. Я машина, показываю вам мир таким, каким только я смогу его увидеть” [Аронсон 2003, 76].

⁵ Следует отметить, что предтечами визуализированного способа мышления можно считать С. Кьеркегора (в “Страхе и трепете” которого главная концептуальная нагрузка была возложена на персонаж-концепт Авраама) и Ф. Ницше (чей знаменитый Заратустра также сыграл роль философского концепта).

⁶ См.: [Батаева 2011^б, 374–381].

⁷ См.: [Батаева 2011^в, 414–421].