

Flaneurism și *Second Life*: aspecte estetice

Flaneurism and Second Life: Aesthetic Values

(Abstract)

In this paper, I intend to provide answers to the following questions: How can a certain space become endowed with aesthetic values (the case of the flaneur)? How is this possible for the player of the Second Life game?

Aesthetic contemplation implies formulating aesthetic judgments, e.g. why a certain place is evaluated as beautiful or ugly. In fact, it is not that a certain place is beautiful, but it creates, in our mind, an emotion, or we experience something that confers meaning to our lives. Such an emotion is pleasure; pleasure can determine us to give aesthetic value to objects or actions. Thus, aesthetic value can be considered a special type of pleasure, liberated from any conditions.

A flaneur, as well as a player from Second Life can experience aesthetic pleasure when a landscape or a street, or a garden makes them peaceful without implying exterior interests. They just contemplate disinterested.

Keywords: Flaneur, flaneurism, Second Life, aesthetic value, aesthetic pleasure, aesthetic contemplation.

Flaneur, flaneurism, contemplare estetică

Termenul *flaneur* provine din limba franceză, având ca înțeles „plimbărețul”, „vagabondul”. Ch. Baudelaire definește *flaneur*-ul ca fiind „persoana care se plimbă prin oraș pentru a-l experimenta”. În lucrarea *Arcades Project*, W. Benjamin caracterizează succint *flaneur*-ul: acesta aparține unui moment al copilăriei, mergând fără țintă, zâmbind trecătorilor, cu o sete față de posibilitățile pe care metropola i le deschide¹. W. Benjamin vorbește despre *flaneur* ca despre o persoană care merge fără o direcție anume de-a lungul străzilor. Străzile capătă un magnetism aparte; cu fiecare pas pe care îl face, el trăiește un moment

special. Benjamin prezintă principiul flaneurismului cu ajutorul lui Proust: „Deodată, o rază de soare reflectată într-o piatră, mirosul pământului, mă va face să mă opresc, să savurez speciala plăcere, acel ceva care mă invită să mă apropiu și să iau ceva ce nu pot descoperi” (*Du Côté de chez Swann*).

Odată cu *flaneur*-ul, Parisul va lua contact cu omul plăcerii, al *loisir*-ului, care străbate străzile în căutarea satisfacerii unei dezvoltări a sensibilității. *Flaneur*-ul e un cunoscător, un artist și „adevăratul suveran al Parisului”. E figura artistului-poet modern, atent la viața orașului. Flaneurismul înseamnă, de fapt, contemplarea urbană.

În contextul conferit de cultura de masă a secolului al XIX-lea, avid după *faits divers*, se întâlnesc două figuri emblematice, profund diferite ale individului „stradal”: *flaneur*-ul (plimbărețul) și *badaud*-ul

¹ W. Benjamin, *Arcades Project*, Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge, 1999, p. 417

(„gură-cască”, un „observator curios”). Scenele crimelor, catastrofele, sunt ocazii de „fiori” ieftini, generați de știri despre „mizeria umană”, sinucideri, crime, accidente de trafic, incendii. În același timp, presa construiește și exploatează publicul-masă, un public definit de senzații, pasiuni, curiozitate.

În mod diferit de ceea ce reprezintă *flaneur*-ul, imaginea *badaud*-ului poartă cu sine curiozitatea, naivitatea, prostia și ignoranța. În *Grand dictionnaire universel*, *badaud*-ul e prezentat ca fiind acea persoană uimită de orice vede, crezând orice aude, un gură-cască la orice conținut surprinzător. Dacă *flaneur*-ul este un *gourmet*, *badaud*-ul este un *gourmand*. *Flaneur*-ul domină orașul cu inteligență, însă *badaud*-ul este dominat de câte o poveste care să-i astâmpere curiozitatea. *Flaneur*-ul e un solitar, *badaud*-ul e unul din cei mulți. Drept dovadă, *badaud* se folosește la plural (un grup de *badauds*), în schimb *flaner* e un verb, trimițând la o stare.

Pentru *flaneur*, prin contemplare, peisajul dobândește valențe estetice unice. Beneficiile pe care le-ar putea furniza nu sunt evaluate pragmatic, nici nu sunt analizate efectele pe care le-ar produce: obiectele sunt, mai mult decât orice, valoroase prin simpla lor existență. *Flaneur*-ul își reprezintă; imaginile sunt mereu rearanjate, re-stilizate, codate sau decodate, conform diferitelor convenții. El are o atitudine referitor la reacțiile față de imagini și asimilarea lor.

Două moduri de contemplare pot fi deosebite²:

- *Flaneur*-ul adoptă o atitudine pasiv-contemplatoare: privește orașul de la „two levels above the street”, având o atitudine oarecum distantă față de anumite detalii, cum ar fi oamenii, aceștia din

urmă „transformându-se” într-o masă anonimă; însă unele detalii capătă o valoare estetică ridicată, precum elementele naturii;

- *Flaneur*-ul adoptă o atitudine activ-contemplatoare: privește orașul „from the level of street”, fiind parte a interactivității; în acest caz, orice element, fie urban sau natural, e investit cu valoare estetică și este conștientizat de privitor prin simpla percepere și disponibilitate la percepție.

Second Life, contemplare estetică

Second Life este unul dintre jocurile destul de populare online multiplayer. Mii de oameni pot juca în același timp, acest joc fiind diferit de celelalte jocuri de gen. „Rezidenții”, așa cum jucătorii își spun, creează totul, putând construi orice își imaginează, de la haine la clădiri, de la servicii la lumânări care ard continuu. Ceea ce m-a atras la acest joc, dar și la conceptul de *Second Life*, e posibilitatea de a îmi materializa ideile, gusturile. De asemenea, desprind o viziune estetică a omului față de mediu, prin crearea unui anumit mod de a fi, a unei înfățișări, „avatarul” fiecărui jucător. Acesta își poate schimba înfățișarea, dispunând de un set de gesturi și de replici.

Un posibil rol estetic al jocului acesta ar fi că *avatarul* sau desenul tridimensional care reprezintă persoana reală e conceput astfel încât să redea o imagine înfrumusețată, transfigurată a realului³. Problema însă este că multe persoane consideră acea imagine mai demnă de privit decât cea reală, avatarul virtual devenind o parte a persoanei din fața PC-ului. Emoția estetică este în acord cu

² Spațiul public și reinsertie socială a proiectului artistic și arhitectural, Editura Universitară Ion Mincu, București, 2007, p. 211.

³ În cadrul *Second Life*, observăm mai degrabă emoție estetică decât plăcere estetică, spre deosebire de cazul flaneurismului.

gustul estetic, cu faptul că ne place propriul avatar creat.

Intrebarea care se pune este: când privesc un avatar al jocului *Second Life*, atenția îmi este îndreptată spre modul de realizare a acestuia și spre intenția persoanei care l-a conceput sau spre produsul finit, aspectul frumos al avatarului? Considerând o astfel de „deghizare” virtuală ca fiind frumoasă, implicit voi considera și modalitatea de realizare ca fiind una „estetică”. Iar emoțiile pe care le provoacă „contemplarea” unor astfel de modalități de redare a omului, într-o lume virtuală, vor avea ca rezultat exploatarea sentimentului estetic.

Flaneur, jucător Second Life, loisir

În rândurile de mai sus am încercat o aplicare a ceea ce am putea numi *loisir activ*, adică implicarea directă în activități recreative. Voi explica acest tip de *loisir*, nu înainte de a preciza ce înseamnă *loisir*-ul. Cu privire la o definiție a *loisir*-ului, subscriu la afirmațiile lui J. Dumazedier, și anume: „*loisir*-ul reprezintă aspirațiile omului spre căutarea unei noi «fericiri», raportate la o nouă necesitate, o nouă morală, cultură etc.; *loisir*-ul, plăcerea, se referă la ambianța unde trăim, iar modul în care societatea, cultura se dezvoltă, implică și modalitățile de *loisir* pe care oamenii le pot trăi; însă și oamenii, prin *loisir*-ul pe care îl aleg, pot contribui la dezvoltarea societății, culturii, prin caracterul activ al raportării lor la aceasta, prin statutul lor de spectatori activi. Fiind spectatori activi, înseamnă că *loisir*-ul va putea fi caracterizat prin atitudine activă (participare conștientă la viața socială; participare conștientă la viața culturală, implicând o dorință de «cercețare» în timpul liber”⁴.

Prin *modul creativ* de experimentare a vieții cotidiene înțeleg o capacitate de percepere estetică a realității, de emiteră a judecăților estetice, axiologice, de gust etc. referitoare la societate, viață etc. Un *flaneur*, prin faptul de a fi *gourmet* al străzii, cunoscător al realității sociale, va fi capabil de a discrimina informațiile primite. Un jucător din *Second Life* va fi capabil să-și aranjeze, estetic, locul unde își desfășoară activitatea. Atât *flaneur*-ul, cât și jucătorul se află într-o „civilizație a *loisir*-ului”, unde mediul de desfășurare a activităților cotidiene se „construiește” după dorințele și cunoștințele stilistice ale locuitorilor: *flaneur*-ul se va bucura de frumusețea unei zile de primăvară, va admira peisajul acesteia, refuzând, poate, o plimbare într-o zi ploioasă de toamnă; jucătorul din *Second Life* va prefera, poate, să-și construiască o clădire virtuală pe malul mării, „savorând”, zilnic, peisajul oferit. Ambii au puterea de a alege cum, unde și când să se bucure, în mod activ, de esteticul cotidian.

Indiferent dacă este vorba de secolul al XIX-lea sau al XXI-lea, cotidianul are întotdeauna o dimensiune estetică, resimțită și construită în mod diferit de locuitorii diferitor medii sociale și economice. Fie că vorbim de *flaneur*-ul Franței de secol XIX sau de jucătorul unui mediu virtual *Second Life* din secolul al XXI-lea, dimensiunea estetică rămâne.

În oricare perioadă istorică ne-am situa, oamenii își aleg forme de *loisir*, fie pentru a socializa, fie pentru a construi medii alternative de conviețuire. În acest ultim caz, am invocat jocul *Second Life*, unde, dintr-o pornire ludică, s-a ajuns la construirea unei „insule” utopice, care are însă și consecință „profitabilă”. În cazul *Second Life*, dimensiunea estetică este vizibilă prin puterea jucătorului de a-

⁴ J. Dumazedier, *Vers une civilisation du loisir ?*, Editions du Seuil, Paris, 1962, p. 229.

și alege modul cum își poate desfășura în mod agreabil activitățile.

Atât pentru *flaneur*, cât și pentru jucătorul *Second Life*, realitatea este *incontestabilă*, este dată în elementul său sensibil. Conținutul obiectului estetic este, pur și simplu, pentru mine. În această ordine de idei, putem afirma că, privind un peisaj urban sau rural, îi vom putea observa dimensiunea estetică pentru că ea este, pur și simplu, acolo. Prin capacitatea mea sensibilă, de percepție, pot observa calitățile estetice ale obiectelor, emițând, chiar fără să îmi dau seama, judecăți estetice.

Flaneur-ul contemplă obiectele, în mod estetic, atribuindu-le calități estetice. Așa cum observa și Lipps: „ceea ce constituie, la datul contemplat, obiectivul efectiv al contemplării migrează în mine, anume în eul contemplător, și mă cuprinde pe de-a-ntregul”⁵. Atribuim lucrurilor sau naturii valențe estetice, permițându-le să ne cuprindă și devenim disponibili în a le recunoaște caracterul de a ne provoca emoții estetice.

În același timp, un jucător al mediului *Second Life* va permite dimensiunii virtuale a jocului să îl cuprindă, contemplând doar. Abia în momentul în care va interacționa, socializa cu ceilalți jucători, el va interveni activ, fiind conștient însă de relativa independență a „naturii virtuale”.

⁵ Th. Lipps, *Estetica*, vol. I, partea 2: „Contemplarea estetică și artele plastice”, Editura Meridiane, București, 1987, p. 60.

Ioana BACIU, absolventă a Facultății de Filosofie a Universității „Al. I. Cuza” din Iași (2008) și a unui master în cadrul aceleiași facultăți, specializarea *Filosofie aplicată și management cultural*. Publică la *Vox Philosophiae, Egophobia*. În prezent, este manager al site-ului *Ceașca de cultură*. E-mail: baciuioanna@yahoo.com