观察者的性别。

The Flâneuse

女性漫游者

*当外观占主导地位时，身体就失去了它的物质性*。

LUCE IRIGARAY 72

*如果移动的眼睛不再受身体、物质和时间法则的束缚，如果不再有可分配的限制，它的位移条件被拍摄和电影的可能性所满足，世界将不仅由这只眼睛构成，而且为它构成。*

JEAN LOUIS BAUDRY, " Ideological Effects of the Basic Apparatus"73（让-路易·鲍德里《基本装置的意识形态效应》

*我们社会的特点是视觉的癌变，以其展示或被展示的能力来衡量一切，并将交流转化为视觉之旅。*

MICHEL DECERTEAU, The Practice of Everyday Life74（米歇尔·德塞都《日常生活实践》）

上述引文暗示了关于身体和视觉的一个非常不同的理论。对于Irigaray来说，"外观 "取代了身体，将自己与之分离，并使身体变为非物质性的。Baudry将电影描述为一种装置性的假体，是没有身体的眼睛之替代品。DeCerteau把其隐喻为一个社会身体，它是在视觉功能不可阻挡的强化下的受害者，它已经转移到日常生活的各个方面。但在这些案例中，通过视觉寄存器观看感知的行为被描述为其对身体的位移。尽管上述理论家乍看起来不尽相同，但他们都来自法国的 "认识论"，他们的理论沿着这样的假设汇聚在一起：身体是一种虚构，是一种在各种立场中流动滑动的去实体化的主体性。我想为这种形式的主体性的起源提出一个历史框架，其 "流动性 "是通过 "虚拟 "来实现的。

正如这个带性别的法语名词所指定的那样，漫游者是一个男性城市性的主体，被赋予了对一个难以捉摸的、几乎看不见的漫游者的凝视。漫游者可以是一个城市诗人，他在一个新配置的城市空间中的行动往往将女性的存在转化为一种文本的敬意。

在 "一个路人 "中，波德莱尔唤起了现代城市中一个女人转瞬即逝的景象，这是《恶之花》最著名的十四行诗之一。在震耳欲聋的街道（a rue assourdissante）上，一个威严但哀伤的女人（a douleur majesteuse）经过（une femme passe）。正是在这里，漫游者与一个女人的目光相遇，在眼神的对视中。在这样一个瞬间的迷恋中，她的目光被回报，但只是瞬间的，然后就消失了。

*一闪而过......然后是黑夜!*

*转瞬即逝的美人啊，她的凝视使我突然重生，*

*我还能在永恒中见到你吗？*

*[Un elair... puis la nuit! Fugitive beaute Dont le regard m'a fait soudainement renaitre, Ne te verrai-je plus que dans 1'éternité?]* 76

在《恶之花》的另一首诗中，漫游者遇到了一个女人的目光，她在城市空间的存在等同于商品的诱惑。

*你的眼睛，像商店一样被点亮以引诱他们的交易......*

*或者是节假日在公园里放的烟花，傲慢地利用借来的力量，*

*而且永远不知道（你可以说，"在黑暗中"）是什么法律支配着她们的美貌。*

*[Tes yeux, illuminés ainsi que des boutiques Et des if flamboyants dans les fetes publiques, Usent insolemment d'un pouvoir emprunteé Sans connaitre jamais la loi de leur beaute. ] //*

波德莱尔笔下的女人的眼睛 "像商店一样被点亮以引诱他们的交易"，"利用了借来的力量"。在这个意象中，这个女人几乎是一个商店的模特，她的目光是由 "借来的力量 "组成的，我们假定，她是在商店橱窗里的奢侈品的诱惑下被抓住的，就像在一个三角的诱惑下。飘忽不定的人很容易成为消费者的原型，其 "只是看 "的感知方式相当于行人的慢动作。但波德莱尔并没有考虑到女人对商店橱窗的注视的力量，这种注视充满了选择的力量，并通过购买而融入其中。正是作为一个消费者，女性漫游者诞生了。

《恶之花》，波德莱尔关于巴黎花店的遐想集，是本雅明关于现代性的巨大而未完成的工作的基石，他对巴黎拱廊的研究。《恶之花》的诗歌记录了 "漫游者 "78对 "19世纪的巴黎首都 "的凝视。本雅明的漫游者是一个复本式的构造：一个取自19世纪中期波德莱尔城市的文本漫游者，以及一个实际的漫游者--本雅明本人，在20世纪20年代和30年代游荡在巴黎的拱廊和咖啡馆。对本雅明来说，"在柏油路上进行植物学研究 "79 的人是现代性主体的典型范式，他在迷茫中徘徊于城市空间。80 巴黎的拱廊，文字和现实中的人的阴暗场所，代表了一种症候性的城市空间，可以在城市主体性的文化批评中阅读。81

*人群是一个面纱，在这个面纱后面，熟悉的城市作为幻觉向漫游者招手。在这里，城市现在是景观，现在是房间。而这两点都体现在百货公司的建设中，百货公司利用漫游者本身来销售商品，百货公司是漫游者的最后的政变。*82

交通和拱廊的衰落扼杀了行尸走肉，也扼杀了他心不在焉的观察和梦幻般的遐想的知觉模式。但是，在这个私有化的公共空间里，（男性）漫游者才是自己的家。正如苏珊-巴克-莫尔斯(Susan Buck-Morss)惊人地详述的那样，如果妇女在街上游荡，她们就会成为 "街头漫游者"、妓女、与商场中其他物品一起出售的肉体商品。83 妇女是消费的对象，是漫游者凝视的对象，或者像诗人波德莱尔一样，会注意到女性只是路人。84

正如波德莱尔和克雷里的作品所暗示的那样，十九世纪“观察者”的大多数理论要么是未经修改的，要么是坚定的男性。尽管十九世纪的知觉理论可能没有涉及性，但一旦我们评估了知觉装置的文化用途，即它们在日常生活经验中的功能，那么观察者 "身体 "中的性别问题就成为社会权力安排中一个更为相关的方面。

 作为女权主义方法论的一个熟悉的成语，当性别问题被提出来时，那些回避性的（其他规范的）理论就开始出现一系列新的问题。恰恰是在19世纪观察者发生这些变化的时候，妇女正在改变她们的社会角色，并被允许在城市空间中获得新的、更公开的流动机会。作为消费者，妇女拥有一系列新的社会特权，在这些特权中，她们的社会无力感与新的主观力量的悖论交叉在一起。

在对回避性问题的现代性或现代主义历史的挑战中，Griselda Pollock认为，对19世纪艺术史的任何此类描述都 "确保了这一立场的正常性，使其[性差异]低于历史调查和理论分析的门槛"。85 在波洛克的批评中，像T.J.克拉克这样有阶级意识的艺术批评家可能会描述现代主义绘画 "意味着男性观众/消费者"，但正如她所指出的，克拉克忽略了女性观察员的存在或女性艺术家的缺席，这两个因素都为现代主义的性政治提供了更精确的说明。

克拉克讨论了十九世纪两种不同的女性绘画表现之间的摇摆，即街头女人（fille publique）和体面的已婚女人（femme honnête）。 86 正如我们将看到的，要找到女性观察者的起源，即既不是公共妇女也不是荣誉妇女的公共妇女，就必须转向19世纪中期出现的新空间，如百货商店或游乐园等公共空间，在这些空间里，妇女可以在这两个狭隘的定义之外存在。女性漫游者是十九世纪女性观察者的版本，她的目光在这些现代性的新公共空间中被调动起来。

女性的 "漫游者"（flâneur），只有在她能够自由地在城市中独自漫游时才有可能。88而这也等同于她独自购物的特权。十九世纪末，购物成为资产阶级妇女可被社会接受的休闲活动，作为一种 "乐趣而非必需品"，89 鼓励妇女在没有陪同的情况下四处游走。十九世纪中期，百货公司成为资本主义城市的核心设施。在巴黎，Bon Marché于1852年开设了一家商店，梅西百货于1857年在纽约开业，其他商店也相继开业。直到本世纪末的几十年，百货公司才逐渐开始雇用女性作为店员，让女性既是买家又是卖家。直到本世纪的最后几十年，百货商店才成为无伴侣女性的避风港。

女性漫游者出现在公共空间--百货公司，这是由消费文化的新配置所促成的。92女性漫游者在一种矛盾的意义上被赋予了权力：新生活方式的自由和 可用的"选择 "，但是，正如女权主义理论家所充分说明的那样，妇女被当作消费者来对待的这种方式，是根深蒂固的性别文化结构的发挥。

沃尔夫（Janet Wolff）有力地论证了女性漫游者的不可能性。93 沃尔夫描述了一种现代性，它主要与工作、政治和城市生活等公共领域相联系，而这些领域完全是男性的。在她的论述中，现代性文学接受了将妇女限制在私人领域的做法，因此未能对妇女的经验进行界定。当然，沃尔夫调查的文学作品中，西美尔、波德莱尔、本杰明都描述了男性在公共领域的经验，而女性在其中是不可见的。94 沃尔夫希望产生一种女性主义社会学，以提供妇女的经验，但似乎也应该转向女性 "现代主义者 "的一些文学文本。95 正如波洛克通过贝尔特-莫里索和玛丽-卡萨特所表明的那样，19世纪妇女的绘画提供了关于城市空间中妇女的生动说明。而且，尽管沃尔夫确实提到消费主义是现代性的一个核心方面，而且19世纪50年代和60年代百货商店的建立为妇女的公开亮相创造了一个新的舞台，但她并没有把女性消费者视为一个重要人物。

然而，正是在这里，我找到了新的社会角色--女性漫游者的起源。购物，就像十九世纪末的其他行程，博物馆和展览，包装旅游，当然还有电影，都依赖于视觉寄存，并帮助确保资本主义社会中目光的主导地位。百货公司，就像之前的拱廊一样，"利用女性漫游者本身来销售商品 "97，为流动的看客构建了幻想的世界。但与拱廊不同的是，百货公司为被赋予权力的 "女性漫游者 "的目光提供了一个受保护的场所。她被赋予了购买力，是消费者的目标。广告和消费文化为她创造了新的欲望；98欲望在销售和消费体系中得到了阐述，而这种体系取决于看和买之间的关系，以及通过眼睛来占有和整合的间接欲望。正如本雅明所说，百货公司可能是漫游者的最后一击，但却是女性漫游者的第一击。