

Vienetiškumas ir tiražas – kūrybos visuomenės paradoksas¹

ŽYGINTAS PEČIULIS

Vilniaus universitetas, Žurnalistikos institutas, Bernardinų g. 11, LT-01124 Vilnius
El. paštas: zygintas.peciulis@kf.vu.lt

Straipsnyje nagrinėjama T. Kačerausko monografija „Kūrybos visuomenė“, kuriai būdinga paradoksali sąvokų, terminų, reiškinių opozicija. Ji įžiebta mokslinę diskusiją, skatina analizuoti įvairiomis plotmėmis. Pasak straipsnio autoriaus, monografijos nauja lengvai išvelgiama – tai galimybė ją naudoti Lietuvoje populiarėjančiose kūrybinių industrijų studijose, perspektyva paskatinti mokslinę diskusiją, toliau plėtojant monografijos autoriaus aktualizuotą kūrybinių industrijų individualumo ir masiškumo, vieneto ir tiražo priešpriešos analizę. Išskirtinis monografijos bruožas – postmodernus kalbėjimas, puikiai derinantis mokslinę argumentaciją ir mokslinę publicistiką. Kritikuojamas nepakankamas kinematografo, radijo, televizijos, muzikos industrijos įtakos akcentavimas, požiūris į radiją ir televiziją kaip į sustingusias medijas, diskutuojama su T. Kačerausko skeptišku požiūriu į audiovizualines medijas. Autorius plėtoja žaidimo totalitarizmu televizijoje temą.

Raktažodžiai: kūrybos visuomenė, kūrybinė komunikacija, audiovizualinė žiniasklaida, realybės šou

ĮVADAS: BENDROS PASTABOS

T. Kačerausko monografija, integruojanti jo pastarųjų metų publikacijas², yra išpūdingos apimties, analizuoja įvairias kūrybos ir kūrybiškumo sampratas ir aspektus. Autorius pateikia kūrybos ir kultūros traktavimo variantus, pristato kūrybos visuomenės terminus. Analizuodamas kūrybinių industrijų terminą autorius atkreipia dėmesį į esminę prieštarą: kūrybiškumui būdingas vienetiškumas, individualumas, originalumas, o industrija yra serijinė gamyba, apimanti kūrybos produktus, jų paklausos ir vartojimo didinimo būdus. Tokia paradoksali sąvokų, terminų, reiškinių opozicija būdinga visai monografijai. Ji įžiebta mokslinę diskusiją, skatina analizuoti įvairiomis plotmėmis: istorine – dabarties, vienos teorinės krypties – kitos teorinės mokyklos, pasaulio – Lietuvos.

Monografijoje brėžiamas skirtumas tarp iš pažiūros sinonimiškų *kultūrinės industrijos* ir *kūrybinių industrijų* sąvokų. Autorius pabrėžia, kad šie terminai vis dėlto dažnai žymi skirtingus diskursus: kultūrinė industrija suponuoja kritinį požiūrį į kultūrą niveliuojančias

¹ Kačerauskas 2014g.

² Kačerauskas 2012; 2013a; 2013b; 2014a; 2014b; 2014c; 2014d; 2014e; 2014f; 2014g; Kačerauskas, Kaklauskas 2014.

tendencijas, o kūrybinės industrijos – euforiją, kad jos išspręstų ekonomines ir kitas visuomenės problemas. Autorius taip pat atskleidžia *kūrybinės komunikacijos*, tai yra kūrybingų komunikacijos būdų, ir *kūrybos komunikacijos* – keitimosi kūrybinėmis idėjomis – skirtumus. Monografijoje aptariama kūrybos visuomenės *laimės* sąvoka, kūrybos deficito atvejus priešpriešinant kūrybos pilnatvei.

KŪRYBOS VISUOMENĖS SĄVOKOS IR PRIEIGOS

Kūrybos visuomenės sąvokos nagrinėjamos įvairių mokslo krypčių požiūriais: filosofijos, kultūros, sociologijos, komunikacijos, ekonomikos, vadybos, kūrybos studijų. Monografijos autorius kelia klausimus, kaip apibrėžti kūrybos visuomenę, kaip apibūdinti kūrybinę klasę, kas yra kūrybinis kapitalas, koks jo santykis su socialiniu kapitalu, kaip yra valdomas kūrybingumas, kokį gyvenimo būdą formuoja kūrybinė aplinka, kas yra kūrybos ekologija, etika, geografija? Vietos skiriama politikos kūrybingumui ir kūrybingumo politikai, pramogos analizei kūrybinio požiūriu, kūrybos socialumui, technologijoms ir kūrybiniam tapatumui, visuomenės kūrybingumo rodikliams ir kūrybingumo indeksams, kūrybos fenomenologijai. Knygoje apžvelgiama kultūros studijų raida Lietuvoje.

Taip plačiai žvelgiant, knygoje taikomos įvairios kūrybos visuomenės analizės prieigos: kultūrologinė, sociologinė, filosofinė, komunikacinė, fenomenologinė, naratologinė, regionalistinė, naudojami kiekybiniai ir kokybiniai tyrimo metodai.

Teksto apimtimi, struktūra, mokslinė argumentacija, naujomis išvalgomis ir interpretacijomis T. Kačerausko monografija atitinka (ir gerokai viršija) tokio pobūdžio mokslo kūriniams keliamus reikalavimus. Jos nauda lengvai išvelgiama – galimybė monografiją naudoti Lietuvoje populiarijančiose kūrybinių industrijų studijose, perspektyva paskatinti mokslinę diskusiją, toliau plėtojant monografijos autoriaus aktualizuotą kūrybinių industrijų individualumo ir masiškumo, vieneto ir tiražo priešpriešos analizę.

Išskirtinis monografijos bruožas – modernus kalbėjimas, puikiai derinantis mokslinę argumentaciją ir, sakytume, mokslinę publicistiką (skaitytoją jau gerai nuteikia knygos įvadas). Tekste yra terminų, apibrėžimų ir jų interpretacijų, kuriems paieškota pavyzdžių, analogijų. Šalia griežto mokslinio stiliaus rasime anekdotų, humoro, lyrinių nukrypimų, palyginimų ir gretinimų, kaip antai Platono Akademijos ir Aristotelio Licėjaus; krepšelių sistemos Lietuvos mokykloje; Žygimanto Augusto ir Ptolomėjų bibliotekų; Z. Freudo ir J. Marcinkevičiaus (Kačerauskas 2014g: 154–155), puikių išvalgų³.

KŪRYBOS VISUOMENĖ: MOKSLINĖ DISKUSIJA

Skaitant monografiją recenzentui iškilo ir kai kurių klausimų ar abejonių, jas pateikiame kaip mokslinę diskusiją.

1. Recenzentą ypač domino tie monografijos skyriai, kuriuose kalbama apie kultūros santykį su medijomis. Autorius ne vienoje vietoje įvairiais aspektais sugrįžta prie šio klausimo. Jis teigia, kad komunikuojami meno kūriniai praranda savo tapatumą ar net paskirtį, nors tokiu būdu sugriaunamos bet kokios tradicinės užkardos (menas – šviesuomenei) (2014g: 74). Iš tikrųjų žmonijos ir medijų istoriją galima traktuoti kaip vis gausesnį tiražavimo, prieinamumo ir demokratizavimo procesą (rankraštis, knyga, laikraštis, fotografija, kinematografas,

³ Pvz., „Kūrybos visuomenės kalvėje ir plakama tarp tradicijos priekalo ir naujybės kūjo. Išugdytas individas kūrybingas tiek, kiek jis lieka nenuslopintas savo aplinkos, kurią jis pasiryžęs pakeisti savo kūryba“ (2014g: 119).

radijas, televizija, internetas). Vienetiškumo ir tiražavimo problema egzistavo nuolat: Gutenbergo Biblija, palyginti su rašytine asmenine knyga, buvo regresas, niveliavimas, todėl turtin-gesnis žmogus, nusipirkęs knygą, nešdavo ją perrašyti. Tiražuojamas kūrinys pasiekia dides-nę auditoriją, tačiau praranda savo unikalumą. Kinta pati kūrinio samprata – kinematografas pradeda tiražo kultūros epochą, kai kopija nieko nesiskiria nuo originalo (iki tol kopijavimas laikomas menkaverčiu ir net baustinu). Operą transliuojantis radijas atlieka puikią meno sklaidos funkciją, tačiau tai jau nėra originalas, per TV rodomas spektaklis ar meno kūrinys tėra nuo originalo nutolusi kopija. Kitaip tariant, radijas ir televizija XX a. tapo visiškai naujais kultūros ir meno transportavimo kanalais, pakeitusiai požiūrį į vienetinį kūrinį. Audiovizua-liniai kanalai leido tiražuoti tai, kas anksčiau taip plačiai nebuvo pasiekama. Audiovizualinės medijos suformavo ir iki tol neregėtą kultūros industriją, jos yra vienos galingiausių kultūros industrializavimo proceso skatintojų. Šiuo aspektu norėtusi didesnio kinematografo, radijo, televizijos, muzikos industrijos įtakos akcentavimo.

2. Susidarė įspūdis, kad autoriaus požiūris į audiovizualines medijas yra skeptiškas: „Visi mes liudininkai, kaip televizijos kanalai varžosi siūlydami pagal vieną kurpalį sukurp-tas laidas „Realybės šou“, „Šok su manimi“, „Žvaigždžių duetai“, serialai“ (2014g: 77). Ma-nytume, kad čia stinga objektyvesnio požiūrio, nes kūrybinių industrijų tyrinėtojai šiuolai-kinės televizijos produkcijos gamybos metodai ir principai (formatai, serialai, perdirbiniai, audiovizualinės produkcijos gamybos susivienijimų veiklos principai) yra neįkainojamas šaltinis atskleidžiant modernius tiražinės kultūros gamybos metodus. Kritiškas autoriaus požiūris galėtų būti suprantamas taikant televizijai (kinematografui, muzikai) elitinio meno kriterijus. Tačiau analizuojant kultūros industriškumą, audiovizualinės medijos gali tapti tipiniais medijuotos kultūros pavydžiais. XX a. televizijoje suklestėjusiuose realybės for-matuose tyrinėtojai įžvelgia didžiulius vieno kurpalio (prototipo, formato) interpretavimo skirtumus, kiniškuose, britiškuose, itališkuose realybės šou įžvelgiami kultūrų, religijų, pa-pročių skirtumai.

3. Uždarų patalpų realybės šou laikomi paradoksalia savanoriško kalėjimo – *panoptiko-no, demokratinio totalitarizmo* versija, jie analizuojami T. Hobesso (1999) *Leviatano*, G. Or-wello (1991) *Didžiojo Brolio* įtakų aspektais (monografijoje kitame kontekste kalbama apie M. Foucault (1998) disciplinavimo ir baudymo modelį (Kačerauskas 2014g: 137)). Drastiškas TV realybės formatų kūrėjų mėginimas demokratijos išpaikintai publikai pasiūlyti pažaisti totalitarizmą, savanorišką buvimą kalėjime, prigimtinių žiūrovo instinktų skatinimas (slaptas stebėjimas (vojerizmas), eliminavimas, išbalsavimas (moderni naikinimo versija) atskleidžia audiovizualinių medijų gebėjimą matyti kintančius visuomenės poreikius (tai, ką S. Tissero-nas (1992) vadina ekstymumu – individo savęs pažinimą neužsitarant, o viešai eksponuo-jant save)). Kultūrinio industrializmo aspektu realybės šou yra modernios talentų gamyklos. Jose žiūrovų akivaizdoje kuriami (gaminami) laikino (Radžis) ar turintys išliekamosios vertės (Merūnas) medijų produktai, privalantys atsisakyti privatumo, laisvės ir orumo. Vietomis au-torius tiksliai užčiuopia audiovizualinių medijų specifiką, skatindamas vaisingesnę diskusiją: „Televizijos ir radijo produkcija greit praranda aktualumą būtent todėl, kad siekia kuo dides-nio aktualumo, bet ne todėl, kad ji yra mažiau kūrybinga nei parašyta knyga ar sukurta mados produkcija“ (2014g: 93).

4. Apibūdinant radiją ir televiziją, jie dažnai suvokiami kaip sustingę baigtiniai. Netgi pateikiant M. McLuhano (2003) *karštųjų ir vėsiųjų* medijų sampratą (Kačerauskas 2014g: 203) reikia prisiminti, kad ji atsirado pačiame TV priešaušryje ir yra ginčytina. Radijas ir televizija per savo gyvavimo dešimtmečius patyrė didžiulį turinio ir santykio su auditorija pokyčių,

todėl skaitant apie šias medijas svarbu žinoti, kas turima galvoje: valstybinis, visuomeninis ar komercinis transliuotojas, paleo- ar neotelevizija (U. Eco terminas), tradicinis ar interaktyvusis (internetu) transliuotojas. Auditorijos įpročiai, audiovizualinės produkcijos žiūrėjimo būdai keitėsi ir keičiasi, todėl skaitytojui reikėtų žinoti, apie kokį laikotarpį ir kokį vartojimo būdą kalbama. Štai teigiama, kad radijas įtraukia į įvairias subkultūras, o TV labiau skirta visiems, tačiau vien MTV šiandien transliuoja kanalus, skirtus pačioms įvairiausioms muzikos pakraipoms, tas pats pasakytina apie siauros specializacijos sporto ir kitus kanalus. Monografijoje pateikiamas radijo ir televizijos programavimo skirtumas buvo būdingas laikotarpiui iki atsirandant kabeliniam ir palydoviniam transliavimui. Šiandien vadinamosios TV kanalų puokštės įvairove ir auditorijos segmentavimu ne tik nenusileidžia, bet ir lenkia radiją.

Gauta 2014 09 14
Priimta 2015 03 02

Literatūra

1. Florida, R. 2015. *Kūrybinės klasės iškilimas*. Vertė J. Barevičiūtė. Vilnius: Technika.
2. Foucault, M. 1998. *Disciplinuoti ir bausti: kalėjimo gimimas*. Vertė M. Daškus. Vilnius: Baltos lankos.
3. Hobbes, T. 1999. *Leviatanas*. Vertė K. Rastenis. Vilnius: Pradai.
4. Kačerauskas, T. 2012. "Creative Economy and Technologies: Social, Legal and Communicative Issues", *Journal of Business Economics and Management* 13(1): 71–80.
5. Kačerauskas, T. 2013a. „Kūrybos ir kultūros industrijos: filosofiniai, sociologiniai ir komunikaciniai aspektai“, *Filosofija. Sociologija* 24(3): 112–120.
6. Kačerauskas, T. 2013b. "University as the Environment of Academic Creation", *Synthesis Philosophica* 28(1–2): 119–129.
7. Kačerauskas, T. 2014a. „Kūrybos ekonomikos sektoriai: kūrybinių industrijų sąrašų lyginamoji analizė“, *Filosofija. Sociologija* 25(1): 35–43.
8. Kačerauskas, T. 2014b. „Kūrybos visuomenės terminai ir sampratos“, *Logos* 78: 6–18.
9. Kačerauskas, T. 2014c. „Kūrybinė klasė: ekonominiai, sociologiniai, filosofiniai aspektai“, *Filosofija. Sociologija* 25(3): 155–163.
10. Kačerauskas, T.; Kaklauskas, A. 2014. „Kūrybinis miestas: mitai ir utopijos“, *Filosofija. Sociologija* 25(3): 190–199.
11. Kačerauskas, T. 2014d. „Kūrybos visuomenė: tyrimo metodai ir problemos“, *Logos* 80: 6–15.
12. Kačerauskas, T. 2014e. „Kultūrinės industrijos kritika ir kūrybinių industrijų problemos“, *Logos* 81: 80–90.
13. Kačerauskas, T. 2014f. „Kūrybos socialiniai aspektai“, *Filosofija. Sociologija* 25(4): 282–289.
14. Kačerauskas, T. 2014g. *Kūrybos visuomenė*. Vilnius: Technika.
15. McLuhan, M. 2003. *Kaip suprasti medijas: žmogaus tęsiniai*. Vertė D. Valentinavičienė. Vilnius: Baltos lankos.
16. Orwell, G. 1991. *Gyvulių ūkis. 1984-ieji*. Vertė A. Sabonis, V. Čepiejus. Vilnius: Vyturys.
17. Tisseron, S. 1992. *La honte, psychanalyse d'un lien social*. Paris: Dunod.

ŽYGINTAS PEČIULIS

Paradoxes of the creative society⁴

Summary

The paper deals with the monograph of T. Kačerauskas "Creative Society" characterized by an opposition of the terms and phenomena. The monograph initiates a scientific discussion, stimulates the analysis on different themes. According to the author, the

⁴ Kačerauskas 2014g.

benefits of the monograph are as follows: a possibility to use it in studies of creative industries that are more and more popular, a perspective to stimulate scientific discussion. An exceptional feature of the monograph is postmodern talking that harmonizes a scientific argumentation and a scientific essay. The author criticizes an insufficient focus on the influence of cinematograph, radio, television and music industry, as well as treating radio and TV as stagnant media. The author discusses a sceptical approach of T. Kačerauskas towards audio and visual media. The author develops the theme of playing at totalitarianism in TV.

Key words: creative society, creative communication, audio and visual media, reality show