

vytautas
rubavičius

< postmodernusis kapitalizmas

saugojimo



big

inert

K

UDK 316.3

Ru-02

Vytautas Rubavičius
postmodernusis kapitalizmas

Mokslinė monografija

Recenzavo

prof. habil. dr. Antanas Andrijauskas

prof. habil. dr. Alvydas Jokubaitis

prof. habil. dr. Vytautas Radžvilas

Monografiją apsvarstė ir spausdinti rekomendavo
Kultūros, filosofijos ir meno instituto taryba

Knygos rengimą spaudai finansavo
Lietuvos mokslo taryba

Leidyklos redaktorė
Vitalija Pilipauskaitė

Knygos dizainas
vario burnos | idėjų dirbtuvės
www.varioburnos.com/id

Išleido **kitos knygos**
Vienybės g. 21, Kaunas
www.kitosknygos.lt

Tiražas 1000 egz.

© Vytautas Rubavičius, 2010
© Lietuvos kultūros tyrimų institutas, 2010
© vario burnos, 2010
© kitos knygos, 2010

ISBN 978-609-427-000-0

vytautas

rubavičius

< postmodernusis kapitalizmas



turings >

Pratarmė ⁹

1 skyrius

POSTMODERNUSIS KAPITALIZMAS:

VARTOJIMAS, SUPREKINIMAS IR SUIŠTEKLINIMAS

- << Postmodernybė ir kapitalizmas ²⁷
- << Kapitalo galia: gamyba, mainai, vartojimas ³³
- << Naujieji laikai: apyskaita, tyrinėjimas ir suišteklėjimas ⁴⁰
- << Postmodernybė: gyvybės suprekinimas ir suišteklėjimas ⁴⁴
- << Gundymas nemirtingumu ir genetinis-technologinis diskursas ⁴⁷
- << Postmodernusis nemirtingumas Z. Baumano ir J. Baudrillard'o akimis ⁶²

2 skyrius

VISUOTINIS KAPITALIZMO TRANSGRESYVUMAS

- << Transgresija ir transgresijos ideologija ⁷¹
- << Kapitalizmo sistemos transgresyvumas ⁷⁴
- << Viešumo ir privatumo ribų peržengimas ⁷⁶
- << Malonumas ir transgresija ⁷⁸
- << Išlaisvinanti geismo mašina ⁸⁴
- << Meninė transgresija „mirus menui“ ⁸⁶

3 skyrius

POSTMODERNUSIS VARTOJIMAS

IR POPULIARIOSIOS KULTŪROS INDUSTRIJA

- << Vartojimo ir vartotojų kapitalizmas ⁹⁷
- << Kultūros suprekinimas ir suišteklėjimas ¹⁰⁴
- << Pasiturinčios visuomenės ekonomika ir poreikiai ¹⁰⁷
- << Populiarioji kultūra: vartojantis ir vartojamas vartotojas ¹¹⁴
- << Populiarioji kultūra ir masmedijų industrija ¹¹⁹

- << Subjekto fragmentacija: modernybės asmuo ir daugybinis vartotojas ¹²⁴
- << Vartojimo rinkos segmentacija: tapatumų rinka ¹³³
- << Ženklo vartojimas: vartojamosios vertės fetišizmo kritika ¹³⁷
- << Kultūra ir vartojimas postmoderniojoje teorijoje ¹⁴⁵

4 skyrius

RINKOS „LAISVĖS“, MASMEDIJOS IR DEMOKRATIJA

- << Rinkos ideologija ¹⁵⁹
- << Valstybinė „rinkos išlaisvinimo“ politika ¹⁶⁴
- << Valstybė ir rinka ¹⁷¹
- << Masmedijų verslas ir politika ¹⁷⁵
- << Demokratija reginių vartojimo visuomenėje ¹⁸³

5 skyrius

POSTMODERNUSIS URBANIZMAS IR MIESTAS

- << Globalizacinis ir urbanizacinis kapitalizmo pokytis ¹⁹⁵
- << Urbanizacinis įsivietinimas ir persivietinimas ²⁰²
- << Globaliniai miestai ir jų tinklai ²⁰⁵
- << Postmodernusis miestas ir postmodernioji urbanizacija ²¹⁷
- << Regionų ir miestų laisvėjimas euroregionizacijos aplinkoje ²²⁰
- << Kai kurie lietuviškojo urbanistinio kapitalizmo bruožai ²²⁶

Summary ²³⁷

Literatūra ²⁵¹

Asmenvardžių rodyklė ²⁶³



>>

PRATARMĖ

Svarstydamas, kaip skaitytojui paaiškinti knygos rašymo aplinkybes ir su jomis susijusius savivokos pokyčius, pagauni save pradedantį kitaip suvokti parašytą tekstą – iškyla naujų, netikėtų dalykų, pasirodo akivarų, įtraukiančių anksčiau aiškias buvusias logines pynes, ryškėja taip ir neįvykdyti pažadai bei užmojai. Atrodo, reikėtų išsamiau gvildinti tam tikras temas, ypač susijusias su rinkos laisvės ideologija ir postmodernybei būdingomis „laisvėmis“, tačiau suprantį, kad neapreprsi nei visų postmodernybės bruožų, modernybės ir postmodernybės sąveikos įvairovės, nei su postmodernybės iškilimu susijusių diskursų – globalizacijos, informacijos ir komunikacijos, postmoderniosios urbanistikos, genetikos – ir jų samplaikų ar tinklų. Turi apsiriboti bandymu paaiškinti, kokiomis esminėmis įžvalgomis knyga paremta, kaip tos įžvalgos susiklostė ir kokį pavidalą įgavo. Toks aiškinimas sykiu yra ir pasiaiškinimas dėl tų netesėtų pažadų, kuriuos kritiškesnis ar kai kuriuos svars-tomus reiškinius geriau išmanantis skaitytojas galėtų įžvelgti. Juolab kad knygoje liečiama palyginti daug temų, deja, kai kurios jų – tik prabėgomis. Pasiaiškinti verta bent jau dėl dviejų priežasčių. Viena jų gana akivaizdi – šitai turėtų padėti skaitytojui geriau sugriebti autoriaus požiūrį į postmodernybės iškilimą, į modernybės ir postmodernybės sąveiką – tiesa, tos sąveikos ir jos teorinių „modelių“ neišsemtų net specialiai tam skirta didesnė monografija, – sykiu ir į kapitalizmo raidą, keičiančią žmogaus gyvenamą pasaulį.

Kita priežastis susijusi su tam tikra savisauga. Pratarinėse ar įžangose dažnai linkstama aiškiai atsiriboti nuo vieno ar kitų temų, teorinių nuostatų, koncepcijų, kurias kaip tik ir pritraukia, kaip įdėmesniam skaitytojui galėtų pasirodyti, knygos numatomas tyrinėjimų laukas. Toks atsiribojimas kartu yra būdas išvengti kritikos – autorius gali aiškinti, esą kritika šaunanti pro šalį, nes atkreipianti dėmesį kaip tik į tuos aspektus, nuo kurių

buvo atsiribota. Šiuo atžvilgiu, kalbant apie autoriaus ir skaitytojo santykius, visada išliks neapibrėžta „pilkoji“ pasiteisinimo zona. Prisipažinsiu, ilgokai svarstyta, ar nevertėtų išplėtoti globalizacijos, informacijos ir komunikacijos temų, ypač dėl to, kad šie diskursai susiję su postmodernybės iškilimu ir jos bruožų aptarimu. Knietėjo išsamiau aptarti pereinamąjį Lietuvos metą, kuriam būdinga nepaprastai sparti modernizacija ir postmodernizacija sovietmečiu susiklosčiusių sociokultūrinių įpročių bei socialinių ryšių pagrindu. Kaip žinome, socialiniai ryšiai, ypač valdžios sluoksnių, išlieka ir pervartų metais, o nusistovėjęs naujam politiniam režimui tiems ryšiams būdinga „prisikelti“ ir gyvuoti atnaujintais pavidalais. Vadinamosios pereinamosios visuomenės puikiausiai atskleidžia, kaip veikia „laisvosios rinkos“ ideologija, tiksliau, ideologemos ir kaip sąveikauja modernistinės meninės bei kultūrinės praktikos ir postmodernieji „prikeliami“ ar globalizaciniai kultūriniai pavidalai. Deja, šią temą dėl jos apimties ir keliamų teorinių keblumų tenka atidėti ateičiai, kad ir kokia neaiški, rizikinga ar grėsminga ta ateitis pasirodytų esanti.

Jei į knygoje aiškinamus dalykus žvelgtume pasitelkę sociologijoje paplitusią teorinę „struktūros“ ir „veiksmo“ ar „istorijos“ prieštarą, būdingą ir įvairioms kultūros sampratoms, autorių tekstų priskirti „struktūros“ šalininkams. Autorius neneigia individo laisvės suprasti ir rinktis, kurti ir veikti pasitelkus jam prieinamus socialinius ir kultūrinius simbolius bei jų perteikimo būdus; vis dėlto jis mano, kad visoks individo pasirinkimas bei veikla vyksta tam tikromis nuo jo nepriklausomomis aplinkybėmis, lemiamomis didžiųjų socioekonominių ir kultūrinių sistemų, jų saistymosi ir reprodukcijos vyksmo. Toms sistemoms būdingi tam tikri imperatyvai, pavyzdžiui, pelno siekis, žmogaus ugdymo ir saviugdų programų gairės, kultūrinių simbolių aruodai ir tų simbolių vartojimo būdai. Didžiosios sistemos susijusios su mažosiomis, „vietinėmis“, individui primetančiomis savus rėmus bei rėmelius, kurie dažniausiai net nėra deramai įsisąmoninami, – jie yra natūralios veiklos aplinkybės. Per savo kūrybą ir veiklą individas gali susipriešinti su vienokia ar

kitokia sistema, ypač nacionalinio pobūdžio, ar net iš jos „iškristi“, tačiau nuo didžiosios kapitalizmo sistemos visiškai atsiriboti neįmanoma. Gal tik įmanoma susipriešinti su ja veikiant pagal susikurtą utopinį visuomenės modelį. Beje, utopiniai modeliai būtini kapitalizmo sistemos analizei, nes jie padeda įžvelgti tuos sisteminius ypatumus, kurie laiduoja hegemonijos įtvirtinimą, „natūralizuoja“ socialinės nelygybės tvarką, išsilaisvinimo apžavais pajungia individą kapitalo savi daugos logikai. Autorius prisipažįsta stokojantis utopinės vaizduotės, todėl stengiasi paryškinti ir aptarti tik kai kuriuos sisteminius dalykus – suprekinimo ir suišteklino vyksmus, gamybinį ir prekinį kultūros pobūdį.

Į postmodernybės temą buvo įklimpta prieš gerą dešimtmetį, aiškinantis postmoderniojo diskurso susiklostymą, dekonstravimo nuostatos įsivyravimo prielaidas ir dekonstravimo praktikų išplitimo padarinius. Kai kurios svarstymų ir apmąstymų išdavos buvo išdėstytos knygoje „Postmodernusis diskursas: filosofinė hermeneutika, dekonstrukcija, menas“ (Rubavičius 2003a). Gilinantis į postmoderniojo diskurso susiklostymo aplinkybes bei prielaidas, taip pat į to diskurso ypatumus, būdingus daugeliui filosofinio, kultūrologinio ir sociologinio tyrinėjimo sričių, aiškinasi, kaip patį postmodernybės būvį įmanoma nusakyti modernybės atžvilgiu ir kaip į abu būvius įžvelgti kapitalizmo sistemos raidos požiūriu. Šie klausimai ir nepaprastai sparčiai bręstanti vietinė vartojimo bei vartotojų visuomenė, kuriai būdingi parodomieji vartojimo visuomenių „vaikystės“ ir kartu „senatvės“ bruožai, vertė atsigržti į Karlo Marxo įžvalgas (ypač išsakytąsias jo *Grundrisse*) ir peržvelgti tų įžvalgų taikymo kontekstus. Kapitalizmo ir ypač postmoderniojo vartojimo tyrinėjimai grindžiami tam tikromis marksizmo klasikų mintimis, nesvarbu, kad kartais jos įvelkamos į kritikuotinų teiginių apvalką. Taigi knygoje laikomasi nuomonės, kad kapitalo savi dauga, ar kaupimas, yra esminė kapitalizmo raidą skatinanti galia, tampanti socialiniu bei kultūriniu visuomeninės saviorganizacijos būdu, be to, ji nustato ir tos saviorganizacijos gaires. Kapitalo laisvė, jo „savijauta“ pasidaro ir žmonių auklėjimo, jų kultūrinės ir

kitokios veiklos reikalas, o šis virsta įvairiais darbo jėgos „lankstumo“ bei investicinės aplinkos gerinimo, kitaip tariant, socialinių santykių „perdarymo“ veiksniais, nustatančiais žmonių gyvenimo sąlygas. Knygoje išskleidžiamas požiūris, kad naujųjų laikų kapitalizmo raidai būdingi žmogaus gyvenamą pasaulį suprekinantis ir suišteklinantis kapitalo galios pavidalai, nulėmę vartojimo ir vartotojų visuomenės iškilimą ir jos įsitvirtinimą, taip pat modernybės perėjimo į postmodernybę pobūdį – jis nusakomas kaip gyvybės, gyvosios „materijos“ suprekinimas ir suišteklinimas.

Bandant atsakyti į klausimus, ar postmodernybę galima laikyti nauju būviu, koks postmodernybės ir modernybės sąveikos ar modernybės įveikos pobūdis, susiklostė didžiulis teorinių ginčų laukas. Pagrindiniai to lauko riboženkliai – Jeano François Lyotard'o (1979), Gianni Vattimo (1988), Douglaso Kellnerio (1988), Jeano Baudrillard'o (1989; 1993a; 1993b), Davido Harvey (1990), Fredrico Jamesono (1996; 1998), Mike'o Featherstone'o (1991), Anthony Giddenso (1992), Zygmunto Baumano (1992; 1997), Stevenso Besto ir D. Kellnerio (1991), Barry Smarto (1992; 1993) darbai. Veikalų galima būtų vardyti ir daugiau, tačiau jie nedaug ką pridėtų prie bendro vaizdo. Dera atkreipti dėmesį į tai, kad dėl postmodernybės ir modernybės santykių dažniausiai polemizuojama netiesiogiai – stengiamasi pagrįsti savo požiūrį, nesileidžiant į plačias diskusijas, ir tik teorijų kontekstas leidžia suvokti, kas turima omenyje iškeliant vienus ar apeinant kitus „dabarties“ būvio bruožus. Ir teigiantieji postmodernybės naujumą, ir aiškinantieji, kad postmodernybę pagrįsčiau vadinti vėlyvąja, aukštąja ar antrąja modernybe, aptaria tuos pačius „dabarties“ būvio bruožus. Nors požiūris, kiek ir kaip ta „dabartis“ skiriasi nuo netolimos, dabar jau keturių dešimtmečių praeities, įvairuoja, svarbiausia – išlaikoma skirties pajauta. Šios knygos autorius postmodernybei pripažįsta naujo iš modernybės kylančio ir kai kuriuos jos bruožus išsaugančio, paneigiančio ir keičiančio (hėgeliškojo *Aufhebung* prasme) būvio statusą ir laiko tą būvį kapitalizmo raidos stadija, kuriai būdingas visa apimantis gyvybės suprekinimas ir suišteklini-

mas. Į kapitalizmo raidą žvelgdami kolonizacijos požiūriu, galėtume nusakyti tokią kolonizavimo eigą – nuo geografinio teritorinio per kultūrinį prie gyvybės užgrobimo ir jos „išteklių“ perdirbimo. Vėlyvoji modernybė siejama su tuo kapitalizmo tarpsniu, kai iš-ugdoma vartojimo ir vartotojų visuomenė, o vartojimas tampa „natūralia“ socialinės organizacijos, socialinių ryšių ir tapatumų kūrimo priemone, kultūrai virstant gamybos jėga ir neišsenkančiu kultūrinių „išteklių“ aruodu. Vartojimo ir vartotojų visuomenės branda kuria prielaidas gyvybei kolonizuoti ir genetiniams gyvybės „ištekliams“ perdirbti.

Aiškinantis postmodernybės ypatumus, autoriui nelabai rūpėjo istoriniai kapitalizmo raidos tarpsniai, todėl išskiriamos ir aptariamios tik kelios datos, su kuriomis siejami esminiais laikytini kapitalizmo sistemos pokyčiai. Postmodernybės iškilimo metu laikoma septintojo–aštuntojo XX a. dešimtmečių sandūra, ją nurodo ir postfordiškojo ekonomikos režimo tyrinėtojai. Kalbant apie kultūrą, kultūrinės bei meninės praktikas, postmodernių bruožų įžvelgiama ir anksčiau, nes kultūroje ir mene visada gausu įvairių ateities simptomų, nuojautų ir įžvalgų. Kaip vienas didžiausių vizionierių minėtinas pokario metais darbus skelbęs psichoanalizės kritikas, filosofas, kultūrologas Jeanas Gebseris (1985), jau-tęs vykstant esminį sąmonės ir pasaulėjautos pokytį. To pokyčio simptomus įžvelgęs įvairiuose menuose, J. Gebseris bandė juos susieti su dvasinės, integralios, egocentriškumą peržengiančios sąmonės bruožais. Integralios sąmonės laikų dar teks palaukti, o visuminė – kultūrinė, psichologinė, mentalinė – mutacija buvo ne tik numatyta, bet ir pagrįsta menų bei kultūros pavidalų ir mąstymo formų analize, kuri tam pokyčiui teikia istorines šaknis. Taigi kiekvienai kultūros bei meno sričiai gali būti parašyta sava postmodernėjimo istorija, ir tų istorijų visuma ne paneigia, o palaiko nurodytos sandūros reikšmę. Beje, kaip tik aštuntajame XX a. dešimtmetyje iškilo politinė ir kultūrinė fundamentalistinio islamo platforma, kurios poveikį vis labiau jaučia postmodernusis Vakarų pasaulis.

Kita reikšminga data – 1989-ieji, perėjimas į paskutinįjį praejusio amžiaus dešimtmetį, – tada iš sovietinės okupacijos išsilaisvino Rytų bei Vidurio Europos šalys, ir jose buvo pradėta sparčiai įgyvendinti vadinamoji neoliberalioji ekonominių, socialinių ir kultūrinių reformų darbotvarkė. Šio regiono įsijungimas į kapitalizmo sistemą postmodernybę pagyvino „prikeltais“ europinės modernizacijos ir ypač sovietiniais sociokultūriniais bei etnokultūriniais dariniais, taip pat nacionalistiniais istoriniais vaizdiniais ir kultūriniais jų gamybos bei sklaidos mechanizmais. Bandant suvokti pokomunistines pereinamųjų šalių realijas, reikia nepamiršti, kad buvę šio regiono komunistiniai politiniai ir ekonominiai elitai išliko valdžioje ir vis labiau stiprino savo politinę bei ekonominę galią. Jie paėmė laisvosios rinkos reformų vairalazdę ir kai kuriose šalyse pradėjo kurti oligarchinio tipo politines korupcines sistemas. Spartus sąmoningas neoliberaliosios darbotvarkės įtvirtinimas leido pajusti, kaip kuriasi ir plinta kapitalizmo sistema, kaip veikia tą sistemą legitimuojanti ideologija, kaip visuomenė skaidosi į socialinius sluoksnius pagal įgaunamą politinę bei ekonominę galią. Kas vadinamosiose išsivysčiusiose, tarsi natūraliai visas modernizacijos stadijas perėjusiose Vakarų šalyse truko dešimtmečius, pokomunistiniame pasaulyje „prasisuko“ per porą trejetą metų. Išgyventos permainos ir išsiugdyta hermeneutinio „įtarumo“ nuostata autoriui padėjo įžvelgti ideologinį ekonominių reformų aspektą ir suvokti gana skaudžią tiesą, kad pats laisvinimasis iš sovietinės ideologijos yra ideologinio pobūdžio ir niekaip neįmanoma aptikti neideologiškos laisvo žmogaus gyvenimo ir saviraiškos srities. Tas „įtarumas“ vertė daryti išvadą, kad visokie „išlaisvinimai“, ypač vykdomi pokomunistinėse šalyse, susiję su naujais pančiais – juos kaip tik ir primeta scientistinės ekonomistinės, „naujosios vadybos“ ideologijos ir įvairūs laisvosios rinkos kultai. Ideologijos užbaigos teigimas pasirodė esąs propaganda. Tačiau čia neturime galimybės išsamiai aptarti nei neoliberaliosios darbotvarkės, nei pokomunistinių reformų, be to, šiuose baruose daug nuveikė Zenonas Norkus (2008), išgildinęs ir sugrupavęs bene visas mūsų gyvenamame pasaulyje

žinomas ekonomines bei politines kapitalizmo, modernizacijos ir pokomunistinio „perėjimo“ teorijas, tiesa, sugebėjęs išvengti dabarties pasaulyje veikiančio kapitalo analizės.

Kadangi autoriui nelabai rūpėjo istoriniai dalykai, K. Marxo ir Martino Heideggerio įžvalgos pasitelktos kaip teoriniai instrumentai. Straipsniai, iš kurių išsirutuliojo ši knyga, rašyti pirmiausia remiantis „dabarties“ tyrinėjimų nuostata. Stengtasi suvokti dabartinį būvį ir teoriškai pagrįsti, kaip jis susiklostė. Kita vertus, knyga baigta jau įsisukus antroje 2008 m. pusėje prasidėjusiai pasaulinei ekonomikos krizei, sparčiai įgijusiai sisteminės krizės bruožų. Šiuo laiku išryškėjo ne tik ekonomiką, bet ir politiką bei socialinę raidą pajungiantis „išlaisvinto“ spekuliacinio finansinio kapitalo pobūdis – pasaulinė bankininkystės sistema pasirodė esanti pernelyg korumpuota pinigų „gamybos“ korporacija, kuri maitina valstybių biudžetų lėšos. Pasaulinė krizė yra ta dabartis, kuri žymi sisteminį būvio pokytį ar virsmą, todėl visai nesena, kad ir dešimtmečio trukmės, dabartis įgauna istorinę praeities aureolę, kuri dar stipriau sušvytės po kelerių metų, kai dabartis jau bus pradėta skaidyti į prieškrizinę ir pokrizinę, o tyrinėjimų srityje susidarys krizinio perėjimo teorijų laukas. Kol kas galima tik nujauti, koks bus pokyčių mastas, tačiau vargu ar būtų pagrįsta dabar svarstyti apie ateitį. Išskirsime tik du aspektus. Kadangi krizės laikotarpis primeta knygai istorinio tyrinėjimo bruožų, o skaitytojai ji atrodys kaip svarstymas apie prieškrizinę praeitį, reikia susitaikyti su nenusipėjama kaičios postmodernybės įnoriais – dabartis virsta praeitimi dar nespėjusi įgauti visuminio suvokiamo dabarties pavidalo. Kitas svarbus aspektas tas, kad pokomunistinės visuomenės išgyvena dvejopą krizę – ir sisteminę kapitalizmo, ir tik joms būdingą pereinamųjų visuomenių. Nesvarstant apie ateitį, vis dėlto būtina bent jau sau atsakyti į klausimą, ar krizė nežymi knygoje aptarto postmodernybės būvio slinkties ir kitos kapitalizmo stadijos susiklostymo. Čia laikomasi nuomonės, kad kapitalizmas dar nepasiekė tos savo raidos stadijos, kai kapitalas tampa pagrindine kliūtimi neribotam savo paties kaupimui ir pradeda kurti sisteminės savinaikos sąlygas.

Kad ir kaip keistųsi kapitalizmo sistema, o ji gali pereiti ir į nesiliaujančios krizės – staigių svyravimų ar drebėjimų – būvį, kad ir kokie ryškėtų to būvio bruožai, nebeišnyks esminis gyvybės suprekinimo bei suišteklavimo vyksmas, ir gundymas nano- bei biotechnologijų suponuojamu nemirtingumu bus diegiamas kaip mokslinio pasaulio vaizdo bruožas. Tas gundymas, matyt, taps nauju globalinio sąryšio saitų, peržengiančiu visokius politinius atsiribojimus, galinčius įsivyrėti heterogenizuojantiems globalizacijos vyksmo veiksniams tam tikrą laiką užgožus homogenizuojančiuosius. Juolab kad ryškėja polinkis manipuliavimą žmogaus genetika paremti filosofiniu socialinio teisingumo įvykdymo pagrindu, Johno Rawlso teisingumo sampratą pritaikant genetikos srityje: genetiškai „nuskriausti“ individai turi teisę būti „pagerinami“ iki tam tikro sutarto „lygmens“, kad galėtų veikti įgyvendindami savo laisvę siekti numatytų gyvenimo tikslų (Brown 2001). Tada net vartojimo silpnėjimas ar sąmoningas kultūrinis bei politinis jo ribojimas neįstengtų pakeisti gyvybės kolonizavimo eigos, kurią nusako bio-, nano- ir informacinių technologijų sąveikos grindžiama įveika tos bedugnės, kuri, kaip dar visai neseniai buvo manoma, skiria gyvąją ir negyvąją gamtą. Labiau tikėtini vartojimo režimo pokyčiai – pavyzdžiui, įgyvendinant tausojamojo vartojimo ar darnios plėtros nuostatas, biogenetikos industrijų sektorius ir genetinio-technologinio diskurso kildinama biogenetikos prekių vartojimą skatinanti ideologija gali būti dar labiau stiprinami.

Teorinis mąstymas vyrauja ne visuose knygos skyriuose, tačiau teorinių „nukrypimų“ niekur nevengiama. Teorinis knygos pamatas susijęs su žmogaus gyvenamą pasaulį suprekinančia ir suišteklinančia kapitalo galia, skatinančia kapitalizmo sistemos raidą. Esminės teorinės autorius įžvalgos buvo išdėstytos trijuose straipsniuose: „Vartojimo ekonomika: kultūrinė poreikių gamyba“ (2003), „Postmodernusis suprekinimas: K. Marxo ir M. Heideggerio koncepciniai „rėmai“ (2006a), „Transgresijos malonumas: tapatumų vartojimas“ (2006b). Kituose straipsniuose (2004a; 2004b; 2005a) tos įžvalgos buvo aptariamoms bei pagrindžiamoms gvildenant

įvairias kultūrinės, politinės ir masmedijų suprekinimo apraiškas. Autoriui labiausiai rūpėjo postmodernybės būvio susiklostymas ir to būvio bruožai, todėl kapitalizmo raidos tarpinis, kai žmonės buvo paversti darbo jėga, o ši – mainomąja verte, išsamiau neap-
tariamas – šitai laikoma visiems aišku. Juk gebėjimas parduoti save rinkoje – švietimo sistemoje įtvirtintos ugdymo programos gairė, sykiu ir geistinas saviugdos bruožas, velkamas į asmeninės laisvės ir laisvo pasirinkimo apdarus. Labiau gilinamasi į kultūros, vėliau į gyvybės suprekinimą ir suišteklšinimą. Henry Lefebvre'as (1999; 2000) ir D. Harvey (1985) iškėlė vietos ir erdvės svarbą kapitalui kaupti, parodydami, kad naujųjų laikų kapitalizmo raida įgauna in-
dustrializacijos ir urbanizacijos formas. Pastarosios yra regimi ka-
pitalo įsivietinimo, paskui ir erdvės „gamybos“ būdai bei pavidalai. Taigi postmodernybės būviui būdingi ne tik gyvybės suprekinimas bei suišteklšinimas, bet ir urbanistinės ekonomikos išplitimas, vie-
tos ir erdvės suprekinimo vyksmas, nusakomas kaip postmoder-
nūs urbanizmas.

Pirmame knygos skyriuje „Postmodernusis kapitalizmas: vartojimas, suprekinimas ir suišteklšinimas“ išskleidžiama postmo-
dernybės, kaip kapitalizmo raidos stadijos, samprata. Modernybės ir postmodernybės skirtis aiškinama naujų suprekinimo ir suištekli-
nimo sričių – kultūros, gyvybės ir kūno, taip pat politikos – atžvil-
giu. Kapitalizmo raidos analizė grindžiama tam tikromis K. Marxo ir M. Heideggerio įžvalgomis, jos laikomos didele „dabarties ontolo-
gijų“ aiškinamąją galią išlaikiusiais koncepciniais rėmais. K. Marxo iškelta žmogaus gyvenamą pasaulį suprekinanti kapitalo galia, nustatanti žmogaus veiklos ir jo savikūros sąlygas, susiejama su M. Heideggerio aptartu esminiu naujųjų laikų bruožu – mokslo, technikos ir gamybos susivienijimu apskaičiuojančio projektavimo vyksme, kuris žmogaus gyvenamą pasaulį ir patį žmogų paverčia žaliava bei ištekliais. Stengiamasi pagrįsti požiūrį, kad žmogaus ir jo gyvenamo pasaulio suprekinimas ir suišteklšinimas – tai du vienas kitą palaikantys ir vienas kitą skatinantys procesai, kurie visuotiniu (globaliu) būdu apsieiškia postmodernybėje, kai gyvybė, žmogaus

kūnas ir dvasinė veikla pradedami matyti kaip neišsenkamų išteklių atsargos. Globalizacinę geografinę ir kultūrinę kapitalizmo ekspansiją keičiant informacinei bei genetinei ekspansijai, gyvybės „teritorijoje“ nustatomi kaitūs suprekinimo galios riboženkliai. Prekiniai santykiai peržengia kultūrinės bei teritorinės apibrėžtis ir kreipia į neišssemiamų biogenetinių turtų klotus, kuriems nusavinti ir įsisavinti pasitelkiamos informacinių, genų ir nanoinžinerijos technologijų pagrindu kuriamos ir protingomis vadinamos mašinos. Privачios nuosavybės santykiams apėmus genetinius gamtos turčius ir paverčius juos ištekliais, pažinimo subjektas tarsi įvykdo išsiskeltą Visatos sekularizavimo tikslą – jis pats, kaip genų savininkas ir gamintojas, vilioja žmones amžiniais jų genetinių bei informacinių klonų pavidalais, ateityje galimais išlaikyti bet kurioje Visatos vietoje. Gundymas nemirtingumu, nepaprastai sustiprėjęs įvaldžius genetinį kodą (išskirtina kodo tema meninėje gamyboje), yra postmodernioji galios valdyti apraiška, neišvengiamai išskirstanti žmoniją pagal individų galimybes siekti nemirtingumo ir jį įgyti. Gundymą nemirtingumu grindžia ir skatina suprekinančią galią įgaunantis genetinis-technologinis diskursas. Postmoderniojo teoretizavimo lauke aptariamos kai kurios postmoderniojo „nemirtingumo“ versijos – pirmo skyriaus pabaigoje į nemirtingumą pažvelgiama Z. Baumano ir J. Baudrillard'o akimis.

Marksizmo klasikais išskyrė dinaminį, visokius santykius laužantį ir peržengiantį kapitalo galios pobūdį, kuris reiškiasi kaip įvairiose „dabarties“ būvų gvildenančiose teorijose išskiriamas transgresyvumas. Antrame knygos skyriuje „Visuotinis kapitalizmo transgresyvumas“ iškeliamas ir aptariamas sisteminis vartojimo ir vartotojų kapitalizmo transgresyvumas, įrodinėjama, kad jis skleidžiasi įvairiomis transgresijos apraiškomis. Pastarosios siejamos su naujų kūniškumo bei seksualumo raiškos būdų įtvirtinimu, įgyjančiu ir seksualaus piliečio pavidalą. Stengiamasi parodyti, kad besąlygiškas transgresijos ir malonumo susiejimas, teikiant šiai sąsajai išsilavinimo ir galimybės kurti naujus tapatumus reikšmę, tampa svarbiu vartojimo ir vartotojiškumo ideologijos veiksmu. Kadangi vartojimo

ir vartotojų kapitalizmui labai svarbios menine transgresija grindžiamos praktikos, kurių prekinę formą nuslepia iš(si)laisvinimo ideologija, svarstoma, kaip šiuolaikinio kapitalizmo aplinkoje gali reikštis išlaisvinanti „geismo mašinos“ bei nomadinio subjektyvumo galia (Gilles'is Deleuze'as), ir keliamas klausimas, ar vartojimo kapitalizmas nėra tiek pažengęs, kad suprekinimo vyksmas sugeba „užbėgti už akių“ įvairiems transgresyvaus išsilaisvinimo būdams. Skyrius baigiamas grįžtant prie Georgo W. F. Hegelio estetikos įžvalgų, pasiūlytų vėlyvajai modernybei ir postmodernybei būdingam meno „susikasdieninimo“ ar meno „išsimeninimo“ vyksmui aiškinti, svarstant, kaip suvokti meną ir menines praktikas „menui mirus“.

Vakarietiškos vartojimo ir vartotojų visuomenės subrendimo veiksnius bei prielaidas aiškintis skatino nepaprastai spartus vartojimo ir vartotojiškumo ideologijos plitimas iš sovietinės okupacijos išsivadavusioje Lietuvoje. Esminė K. Marxo mintis, nusakanti kapitalizmo pobūdį, – gamyba yra skirta vartojimui, todėl vartojimas tampa ne tik gamybos tikslu, bet ir jos sąlyga bei prielaida. Trečiame knygos skyriuje „Postmodernusis vartojimas ir populiariosios kultūros industrija“ gvildenami vartojimo ir vartotojų kapitalizmo bruožai, paryškinant kultūros, virstančios populiariąja kultūra, reikšmę įsitvirtinant vartojimu grindžiamiems socialiniams santykiams ir vartotojiškam pasaulėvaizdžiui. Kapitalizmo raidos „linija“ brėžiama taip: suprekinama kultūra virsta ženklais, įgaunančiais tapatumų tvirtinimo galią, kuri išsiskleidžia gyvenimo stilių vartojimo paskatomis bei vaizdiniais. Svarstant apie vartojimo ir vartotojų kapitalizmo bruožus, paryškinami kai kurie socialistinio vartojimo ypatumai, aiškinamas socialistinio „poreikių tenkinimo“ pobūdis. Socializmui būdingos įvairiopos stokos sąlygomis išsiugdęs stiprus vartojimo geismas tapo geru pagrindu sparčiau kurtis vartotojų visuomenei, įtikint nelygstama vartojimo „laisvės“ svarba. Tiesa, socializmo sąlygomis veikė ir ideologiškai grindžiama nuostata, slopinanti norą praturtėti, – tas noras buvo laikomas ydinga buržuazine atgyvena ar kapitalizmo sistemos skleidžiamu „virusu“.

Vartojimas dažniausiai suvokiamas kaip individo poreikių ir norų tenkinimas, o neriboto kapitalo kaupimo imperatyvas neribotai plėtrai pajungia ir ekonomiką, todėl vartojimas negali būti tik individualaus vartotojo ir jo pasirinkimo reikalas. Šiame skyriuje aptariant postmoderniojo vartojimo ypatumus pasitelkiamos Johno K. Galbraitho ir J. Baudrillard'o analizės išvados, kad vartojimo kapitalizmo sąlygomis poreikiai ir norai gaminami kartu su prekėmis, o prekės ir suprekintos paslaugos užpildo sukultūrintos ekonomikos kuriamą stoką. Kultūra tampa ekonomine galia dviem atžvilgiais. Kultūra susisaisto su ekonomika taip, kad ima gaminti poreikius ir įtvirtina juos kaip aukštesnio gyvenimo lygio viziją bei siekiamybę, kartu poreikiai diegiami kaip socialinė individualaus tapatumo konstravimo priemonė. Išskleidžiama Theodoro W. Adorno kultūros industrijos samprata, teigianti, kad modernių laikų kultūra yra industrinio pobūdžio, kad ji tampa gaminamų ir tiramųjų prekių srautu, todėl neišvengiamai masiškėja ir populiarėja. Populiarioji kultūra ir masmedijų industrija išplečia galimybes konstruoti reikiamą vartotoją, keisti vartojimo režimus, į vartojimo sritį įtraukti individualaus tapatumo kūrimą bei perkūrimą, taip pat gyvenimo stilius, tikėjimus ir pasaulėjautas. Postmoderniojo vartojimo sąlygomis keičiasi asmenybinė individo struktūra. Tas keitimosi vyksmas nusakomas kaip subjekto fragmentacija. Pastaroji gvildinama pasitelkiant teorinius daugybinio, išcentruoto subjekto vaizdinius. Subjekto fragmentacija siejasi su kapitalistinės globalinės rinkos segmentacija, kuriantis ir plintant tapatumų bei gyvenimo stilių rinkoms ir jų tiekiamų prekių vartojimo įgūdžiams. Tapatumų bei gyvenimo stilių vartojimas įveiksmia transgresijos teikiamą malonumą, transgresiją suvokiant kaip naujų tapatumų konstravimui ir naujų tapatybinių patirčių išgyvenimui būtiną senojo tapatumo įveiką ar atmetimą. Subjektas jau ne atlieka įvairius socialinius bei susigalvotus vaidmenis ar tenkina įvairius polinkius, išlaikydamas tam tikrą subjektinį centruotumą (Aš, savastis), – jis vartoja rinkos teikiamus tapatumų bei gyvenimo būdų fragmentus ir iš jų kuria naujus savo bruožus. Tapatumų vartojimas išplin-

ta postmodernybės sąlygomis įsitvirtinant ženklų, informacijos ir vaizdinių vartojimui. Šio vartojimo ypatumai aptariami gvildenant J. Baudrillard'o išsakytą vartojamosios vertės fetišizmo kritiką. Skyrius baigiamas peržvelgiant postmoderniosios teorijos lauke išplitusius požiūrius į kultūros ir vartojimo sąsajas.

Kapitalizmui nusakyti pasitelkiamas „laisvosios rinkos“ konceptas, kuriuo grindžiamos ir politinės laisvės. Postmodernybės susiklostymas siejasi su neoliberaliosios politinės ir ekonominės darbotvarkės įsivyravimu, o tos darbotvarkės tikslas buvo laisvinti rinkas nuo valstybės priežiūros. Pokomunistiniuose kraštuose buvo ypač tikima nematoma, tačiau visokias gėrybes teikiančia rinkos ranka, turinčia užtikrinti ne tik ekonominę, bet ir socialinę gerovę. Valstybė vis labiau imta vaizduoti kaip mechanizmas, trukdantis laisvajai rinkai veikti, taigi ir išskleisti visas savo galias. Tokį požiūrį diegė įvairios „laisvosios rinkos“ agentūros bei ekspertų grupės, padėjusios pokomunistinių šalių vyriausybėms įgyvendinti sparčiu vadinamojo liaudies turto perdavimu į privačias rankas paremtas reformas. Ketvirtame skyriuje „Rinkos „laisvės“, masmedijos ir demokratija“ aptariama laisvosios rinkos samprata ir paryškinamas ideologinis tos sampratos pobūdis. Vykdomos reformos akivaizdžiai parodė, kad rinkos yra valstybės politikos rezultatas, rinkos steigiamos ir reguliuojamos, o rinkos laisvės ideologija trukdo aiškiai suvokti, jog dėl tos laisvės yra tariamasi ir susitariama, kad ta laisvė gali gyvuoti tik valstybės bei valstybių galių palaikoma ir prižiūrima. Menkinant valstybės galias, siekiama iš visuomenės priežiūros išvaduoti tam tikrus globalinius verslo sektorius, ypač finansų, tas galias pakreipiant didžiųjų korporacijų interesams. Rinkos laisvės ideologija svarstoma pasitelkiant Karlo Polanyi mintis, tos ideologijos įgyvendinimui ir sklaidai aiškintis pravartu buvo prisiminti nepelnytai primiršto propagandos teoretiko Jacques'o Ellulio įžvalgas apie mokslinį propagandos pobūdį. „Laisvosios rinkos“ ideologija kuria kiek įmanoma geresnes sąlygas suprekinimo galiai skleisti. Ta sklaida apima glaudžiai susijusias masmedijų ir politikos sritis. Į masmedijas žvelgiama kaip į verslą,

kurio pagrindinis tikslas yra pelnas. Klausimas – kas, kam ir kaip parduodama. Gvildenant konkrečias suprekinimo apraiškas, prieinama prie išvados, kad masmedijos, įsitvirtinusios kaip ekonomiškai stipriausias politikų ir visuomenės tarpininkas, tampa esminiu suprekinimo galios raiškos būdu. Masmedijos suprekina publiką ir parduoda ją reklamos bei ryšių su visuomene agentūroms, o šios savo paslaugas parduoda politikams. Šitaip viešojoje politikoje įtvirtinami prekiniai pirkimo ir pardavimo santykiai. Tiems santykiams analizuoti pasitelkiama Guy Debord'o plėtotą reginio visuomenės sampratą, nes reginiai bei prezentacijos yra ypatingos politinės rinkos prekės ir sykiu veiksmingos politinio poveikio priemonės. Politikos srityje įsigali prekiniai ir politinės rinkodaros principai, todėl vis kebliau kalbėti apie politinius veiksmus demokratijos plėtros, o ne politinės rinkodaros atžvilgiu ir reikalauti iš prekių bei politinių įvaizdžių, kuriais prisidengia ir su kuriais sutampa politikai, kokios nors apčiuopiamos politinės atsakomybės. Demokratiją ima graužti įvairios su prekiniais santykiais susijusios ydos, išnyksta tiesos nuovoka, pradedamas simuliuoti politinis skaidrumas, kurio ir šiaip niekada nebuvo per daug.

Paskutiniame knygos skyriuje „Postmodernusis urbanizmas ir miestas“ į kapitalizmo raidą bei postmodernybės būvio susiklostymą žvelgiama urbanizmo bei miesto plėtros požiūriu. Kadangi urbanizacija ir miestų plėtra siejasi su globalizacija, čia aptariami tie globalizacijos bruožai, kuriuos vienaip ar kitaip paryškina įvairūs globalizacijos teoretikai. Didžiųjų miestų plėtra, kartais nusakoma kaip urbanistinė ekonomika, ypač paspartėjo XX a. pabaigoje, globalizacijos procesų veikiamai kapitalizmo sistemai pereinant iš fordiškojo į postfordiškąjį režimą. Globaliniai, ar pasaulio, miestai imami laikyti tomis vietomis, kuriose globalizacijos procesai įgauna urbanistinės raiškos formas, savo ruožtu skatinančias pačius procesus. Miesto teorijoje įsivyrąja „dinamiški“ miesto, kaip tinklų ir srautų mazgo, vaizdiniai, kuriuos grindžia H. Lefebvre'o, Manuelio Castellso ir kitų teoretikų paskatintas vietos, erdvės ir erdviškumo permąstymas. Urbanistine erdve pradedama laikyti

daugialypė, kaiti kapitalizmo santvarkos gaminama socialinė erdvė, o urbanistinės teorijos siūlomas reliacinis erdvės bei erdviškumo supratimas papildo ir sykiu keičia esencialistinį supratimą, palaikomą euklidinio tuščios, urbanistinių struktūrų „užpildomos“ erdvės įsivaizdavimo. Erdviniam urbanistiniam kapitalizmo raidos aspektui aiškintis svarbūs H. Lefebvre'o ir D. Harvey darbai. Postmodernybės būvis įvairiais požiūriais siejamas su globaliniais miestais ir jų tinklais, kuriuos iškėlė bei aptarė Saskia Sassen ir kiti urbanistai. Nors išplito įvairios globalinių miestų hierarchijos, visose vyrauja Niujorkas, Londonas, Tokijas ir Paryžius. Vis dėlto postmoderniojo miesto etalonu laikomas Los Andželas, o šio miesto tyrinėjimai paskatino susiklostyti postmoderniojo urbanizmo srovę. Globalinio ir postmoderniojo miesto koncepcijos, taip pat tyrinėtojų sudaromos globalinių miestų hierarchijos pasitelkiamos neseniai pasiūlytai Vilniaus ir Kauno dvimiesčio idėjai bei Vilniaus metropolizacijos galimybėms svarstyti.

Europa urbanizuojasi veikiamą ne tik globalizacijos, bet ir Europos Sąjungos kūrimo paskatintos eurointegracijos. Globalizacijos ir eurointegracijos vyksmai sparčiai keičia valstybės galios ir valstybės santykių su miestais pobūdį. Globalizacija nustato bendras urbanistines bei ekonomines plėtros gaires, o ES vykdoma politika kuo daugiau valstybės galių pakelti į viršvalstybinį ir nuleisti į regioninį („regionų Europa“) lygmenį skatina valdymo decentralizacijos pagrindu plėtojamą įvairialypę miestų partnerystę. Neoliberaliąją rinkos sampratą grindžiama urbanistinė plėtra (globaliniai miestai, metropolinės sritys, urbanistinės aglomeracijos ir regionai) didina miestų ekonominę, politinę ir kultūrinę galias, o miestų tinklai įtvirtina savas, valstybines galias ir kompetencijas peržengiančias raidos sąlygas bei gaires. Miestai ir regionai tampa vis labiau savarankiški, ryškus perėjimas nuo centralizuoto prie daugialypio ar tinklinio, nuo vadybinio prie antreprenieriško tų miestų valdymo. ES įtvirtinama Europos regionizavimo politika ne tik teikia galimybių tiesioginiams regionų bei miestų ryšiams užmegzti, bet ir skatina kurti naujus miestų valdymo modelius,

laiduosiančius valdžios, visuomenės ir verslo partnerystę ir padėsiančius urbanistiniams regionams tapti konkurencingiems globalinėse rinkose. Miestų plėtrą nusako didelės apimties renovacijos darbai, naujos informacinės ir komunikacinės technologijos bei paslaugos, medijų, finansų ir kultūrų industrijų prekės. Kartu neoliberaliuoju požiūriu grindžiama urbanistinė plėtra skatina urbanistinio audinio fragmentaciją, socialinę atskirtį, socialinės reprodukcijos menkėjimą, vadinasi, urbanistinės kilmės socialines problemas, kurioms spręsti reikalinga suderinta miesto ir valstybės politika. Baigiant skyrių, aptariami lietuviškojo urbanistinio kapitalizmo bruožai, svarstoma, kaip Vilniaus miesto politikai, verslo elitas ir urbanistai suvokia valstybės bei miesto santykių kaitą ir į ją atsižvelgia ir kaip urbanistinės plėtros srityje pasitelkiamos europinės praktikos įtraukti į miesto reikalus visuomenę ir bendruomenes socialinių inovacijų bei diskursinių koalicijų pagrindu.

Į knygoje nužymėtus tyrinėjimo laukus bei temas bus gilinamasi ir vėliau. Kasdien regime vis naujas kultūros ir masmedijų suprekinančios galios apraiškas, urbanistinės plėtros pavidalus, ką ir kalbėti apie genetinio diskurso pateikiamą viliojančią ateitį – gyventi ilgiau, sveikiau, gyventi amžinai. Autorius tikisi išsamiau pagvildinti postmoderniųjų filmų reikšmę postmodernybės susiklostymui ir postmodernios pasaulėjautos bei pasaulėvokos įsitvirtinimui, ir ypač futuristinės pakraipos filmų, kuriuose skleidžiami paveikūs įvairių *techno sapiens* pavidalų vaizdiniai, nušviečiantys gyvybės kolonizavimo kryptį bei pobūdį.

1 skyrius

**POSTMODERNUSIS
KAPITALIZMAS:
VARTOJIMAS,
SUPREKINIMAS
IR SUIŠTEKLINIMAS**



POSTMODERNYBĖ IR KAPITALIZMAS

Postmodernusis teoretizavimas nukreiptas į įvairias dabarties būvio sritis – pažinimą, kultūrą, ekonomiką ir politiką. Juo stengiamasi „sugriebti“ esminius praėjusio amžiaus pabaigoje vykusių pokyčių bruožus. Svarbiausiu postmoderniojo teoretizavimo ypatumu laikomas „besivaržančių epistemologijų“ įsivyravimas, rodantis, kad sunyko didieji metafiziniai legitimuojantys pasakojimai, laidavę pasaulio vaizdo, kitaip tariant, tikrovės, struktūrinį stabilumą ir apibrėžtumą, taip pat civilizacijos tikslų bei tiesos nuovoką. Taigi ir teoriškai suvokiama tikrovė, arba istorinė dabartis, įsivaizduojama fragmentiška, kaiti, pavaldi jau ne deterministinei, o nenuspėjamumo logikai, sunkiai į teorinių sąvokų tinklus įtraukiamai heterogenizuojančių procesų dinamikai. Tikrovė įsivaizduojama kupina bifurkacijų „sėklų“, galinčių nukreipti žmogaus gyvenamo pasaulio ar jo sričių raidą nenumatyta linkme ir pakeisti pasaulėvaizdį bei pasaulėžvalgą. Epistemologijų įvairovė savaip teigia postmoderniojo būvio, ar postmodernybės, nusakymą esant neįmanomą, juolab kad suprobleminamas pats pažangos supratimu paremtas istorinio aiškinimo schematizmas. Taigi kyla klausimas, ar, neigiant galimybę aptikti bendresnį postmodernybę kildinantį ontologinį pamatą, verta aiškintis tuos postmodernybės bruožus, kuriuos laikome esminiais, vadinasi, kreipiančiais bendresnio pamato link? Ryškėja paradoksas – net ir sutikę, kad neverta tokio pamato ieškoti, skirtingų pakraipų filosofai vis dėlto bando išskirti ir nusakyti pagrindinius dabartinio būvio (postmodernybė, globalinė sistema, poindustrinė, tinklo, žinijos ar *posthuman* visuomenė) bruožus. Postmodernusis teoretizavimas, neigdamas pagrindo buvimą ir esmių iškėlimą bei jų analizę paremtą metafizinį mąstymą, vis dėlto įvairias regionines ontologijas sieja į bendresnį tikrovės tinklą. Kita vertus, viena dabarties ontologijos ypatybių tampa skirties nuo modernybės tvirtinimas, jo atžvilgiu apmąstomi pagrindiniai modernybės aspektai. Dėl modernybės realumo, ar

tikroviškumo, visuotinai sutariama. Galime teigti, kad modernybė apibrėžtumą įgauna tik neįmanomos teoriškai suvaldyti postmodernybės atžvilgiu, o pastaroji nusakoma kaip nepaliaujama gryoji „skirtis nuo“ modernybės, veikianti jau pačioje modernybėje.

Nors ir daug ginčytasi dėl postmodernizmo ir postmodernybės sąvokų turinio, net neigiantieji postmodernybės „tikrumą“ ar laikantieji ją modernybės apraiška, tam tikra kulminacija, kai tikruoju pavidalu apsidriškia pamatiniai modernybės saviraidos veiksniai (vėlyvoji ar refleksyvioji modernybės stadija), pripažįsta, kad postmodernybės bei postmodernizmo sąvokos jau įsitvirtino teoriniame diskurse. Pasiremdami G. Deleuze'u, sakytume, kad šiuo atveju, kaip ir daugeliu kitų, mums svarbu ne tai, ką postmodernizmas ir postmodernybė reiškia, o kaip šie „dalykai“ veikia ir kokį diskursų „gamybos“ bei diskursų sąsajų režimą nustato. Pripažinus, kad šios sąvokos veikia kaip tam tikri įvairių reiškinių aiškinimo „registrai“, nustatantys ir postmodernybės bei jos diskurso kritikos pozicijas, neišvengiamai prireikia aiškintis to veikimo pobūdį ir ypatumus, o šitai jau dera suvokti kaip tam tikrą postmodernybės turinį.

Postmodernizmo sąvoka išplito aštuntajame XX a. dešimtmetyje, o šiek tiek vėliau postmodernybės supratimas įsitvirtino kaip postmodernusis diskursas (plačiau apie postmoderniojo diskurso susiklostymą ir supratimą žr. Rubavičius 2003a). Praėjusio amžiaus pabaigoje stebėjome sparčią vyraujančių diskursų kaitą: postmodernųjį diskursą netrukus ėmė keisti globalizacinis, pastarąjį – komunikacinis diskursas, o šiuo metu įsivyravauja genetinis ir biotechnologinis diskursas. Vis dėlto vėlesni diskursų „režimai“ išlaiko ir modifikuoja ankstesnių diskursų plėtotas temas bei sąvokas, todėl globalizacinis diskursas neapsieina be postmodernių „elementų“, o komunikacinis diskursas grindžiamas globalizacijos teoretikų idėjomis. Diskursų susisaistymą ir sąveiką liudija M. Castells'o darbai (1989; 1996; 1998). Tačiau kai iškeliamas diskursų, kuriuos galima vadinti postmoderniais daliniais metanaratyvais, kaitos aspektas, kai kurie teoretikai ima abejoti, ar pats postmodernusis diskursas nebuvo vien laikinas diskursų konglo-

merato susiejimas madinga ir nelabai ką sakančia sąvoka, savuoju „post“ nurodančia ir reliacinį pobūdį – turinys reikalauja modernybės apibrėžties ir kartu ją paneigia, atverdama diskursinio užpildo reikalaujančią tuštumą. Kita vertus, galime manyti, kad „post“, reikalaudamas modernybės turinio, verčia mus suvokti esant būtinos, tačiau neįmanomos apibrėžties plyšį, kaip tik ir kildinantį „besivaržančias epistemologijas“.

Būtent antroje XX a. pusėje įsivyravo polinkis įvairias meno stilių, vėliau ir ekonomikos sričių slinktis įvardyti pasitelkiant žodėlį „post“. Drįstume teigti, kad toks „post“ įsivyravimas savaip nurodo esminę kapitalizmui būdingą peržengimo ypatybę – perženginėjami (išsamiau kapitalizmo transgresyvumą gvildensime antrame skyriuje) visi susiklostę ir besiklostantys visuomeniniai bei gamybiniai santykiai, kultūros bei meno stiliai ir gyvenimo būdai, nepaliaujamai skatinama visuomenės saviraida, pajungiant ją technologinių novacijų kaitos ritmams. „Post“ suvoktinas kaip vidinis visokios kapitalistinės esamybės veiksnys, egzistencine siekiamybe įtvirtinantis naują ir kitoniškumą. Taigi naujumas, apimantis ir susiejantis technologijas, gyvenimo stilius ir kultūros gaminius, tampa esminiu ideologiniu dabartinės gyvensenos „šiuolaikiškumo“ principu, jam priskiriamas ir žmogaus išlaisvinimo aspektas. Suprantama, ideologinis, nes nesvarstomas žmogaus pajungties informacinėms bei komunikacinėms technologijoms pobūdis ir būtinumo „prisitaikyti prie rinkos poreikių“ primetama vertybių schema.

Taigi kaip vis dėlto „post“ siejamas su modernybe, jei pripažįstamas postmodernybės kitoniškumas? Kitoniškumas nurodo naujo kapitalistinės sistemos būvio susiklostymą. Modernybė yra kapitalizmo sistemos tarpsnis, ar stadija, (nors, tikriausiai, nesuklystume teigdami atvirkščiai), tačiau net aršiausi postmodernybės naujumo, radikalaus skirtingumo nuo modernybės šalininkai pripažįsta, kad postmodernybė nėra kapitalizmo sistemos įveika. Jei ir kalbama apie kapitalizmo sistemos virsmą, omenyje turimas tos sistemos perėjimas į savo užbaigos tarpsnį, o užbaiga,

prisimenant M. Heideggerį, gali trukti ilgiau už visus ankstesnius etapus. Apibendrinami sakytume taip: postmodernybė yra tokia kapitalizmo stadija, kuriai būdinga ir epistemologijų įvairovė, ir globalinės vartotojų bei vartojimo visuomenės iškilimas, ir tiesos nuovokos sunykimas, įsivyraujant objektyvumui, ir daugelis kitų dalykų, kuriuos iškelia ir nusako postmoderniosios minties laukui priskirtinos teorijos. Postmodernybės bruožu dera pripažinti ir ryškėjantį įvairių modernybės aspektų bei ypatumų iškilimą, taip pat juos aiškinančių diskursų plitimą – šis reiškinys sietinas ne tik su bandymu geriau suvokti postmodernybę kildinančios modernybės prielaidas ir postmoderniuosius kultūrinius modernybės pavidalus, bet ir su postmodernybėje ryškėjančia „praėjusio“ laiko nostalgija (Jameson 1998), – laiko, kuris, manoma, buvo stabilesnis, teikė labiau apčiuopiamas vertybines bei moralines gaires, taip pat su praeties kultūrinių pavidalų „prikėlimu“.

Kad ir kaip žvelgtume į postmodernybę – teigdami tam tikrus jos bruožus, radikalią tų bruožų skirtį modernybės atžvilgiu ar neigdami postmodernybę kaip ideologinį sureliatyvintos ir dekonstrukcija užkrėstos sąmonės konstruktą bei išskeldami modernybės projekto „neužbaigtumą“, – neišvengiamai ieškome esminių dabarties ypatybių ir siejame jas su kapitalizmo raida, ryškėjančiomis ar numanomomis tos raidos slinktimis bei stadijomis. Modernybės, ar naujųjų laikų, supratimas diskusijų jau nekelia, ir, kalbant apie modernybę, dažnai išskiriamas tas industrinio kapitalizmo tarpsnis, kuriam būdingas darbo jėgos formavimas ir suprekinimas. Galima nurodyti ir kitą kapitalizmo raidos tarpsnį, kuriam būdingas aplinkos, žmonių santykių ir kultūros suprekinimas. Pastarasis laikotarpis įvardijamas kaip vartojimo ir vartotojų kapitalizmas. Daugelis įvairių sričių tyrinėtojų sutaria dėl praėjusio amžiaus aštuntojo dešimtmečio svarbos – čia įžiūrimos sisteminės kapitalizmo slinkties prielaidos, susijusios su informacinių ir komunikacinių technologijų, masmedijų (vartosime šį netaisyklingos darybos terminą, norėdami nusakyti tą sritį, kurią apima anglų kalbos sąvoka *media* ir į kurią kreipia *media studies*), biotechnologijų

įsigalėjimu, taip pat atitinkamų visuomenės vaizdinių – reginio, žinijos, tinklo ir pan. – išplitimu. Nesiimdami svarstyti, kiek pagrįsta iškelti būtent šį dešimtmetį (nes, regis, būtų galima nurodyti ir šiek tiek ankstesnį laikotarpį), kaip argumentą pasitelksime išsamiausiai XX a. kapitalizmo slinktis ir ištakas gvildenusio Giovanni Arrighi samprotavimus: „Daugelio buvo nurodyti apie 1970-uosius išryškėję kapitalizmo lokalinį ir globalinį funkcionavimą apėmę pokyčiai, nors dėl tikslesnių apibrėžčių kol kas dar ir ginčijamasi. Tačiau sparčiai daugėja veikalų, kurie teigia tuos pokyčius kreipiant į kažkokį esminį virsmą.“ (Arrighi 1996: 1). Aštuntojo XX a. dešimtmečio pradžią nurodo ir ekonomistai – kaip fordizkosios ekonomikos perėjimą į postfordizką. Porai dešimtmečių po tuomet vykusią įnirtingų ginčų dėl postmodernizmo praėjus, turime pripažinti, kad teisūs buvo kapitalizmo slinkties metą pajutę bei jį nusakyti bandę filosofai ir įvairių socialinio gyvenimo sričių tyrinėtojai, aiškinę, jog Vakarų visuomenės išgyvena sisteminių kultūros keitimąsi, apimančių pojūčius bei pajautas, kultūrines ir socialines praktikas, mokslinį bei filosofinį diskursą (Huyssen 1984). Mūsų plėtojamos temos atžvilgiu dabarties kapitalizmą galima nusakyti kaip informacijos, žmogaus kūno ir ypač genetinės medžiagos *suprekinimo* metą. Suprantama, toks nusakymas yra sąlygiškas, tačiau mums svarbu paryškinti kapitalizmo slinkties pobūdį, tos slinkties „dvasią“ bei logiką, skatinančią suprekinimo sklaidą. Naujos suprekinimo „sriitys“, manytume, kaip tik ir patvirtina postmodernybę įvardijamos slinkties vyksmą. Atsižvelgdami į kolonizacinį kapitalizmo pobūdį, apibendrintai postmodernybę galėtume nusakyti kaip gyvybės užkariavimo (*suišteklينو*) pradžią.

Kalbėdami apie postmodernybę, kaip kapitalizmo raidos stadiją, pasitelksime kai kurias esmines K. Marxo ir M. Heideggerio įžvalgas, jas taikysime įvairiems kultūros, vartojimo ir politikos reiškiniams aiškintis. Kodėl prie K. Marxo „prišliejamas“ ir su juo susiejamas M. Heideggeris? Nes jis yra naujųjų laikų ontologijos ir tų laikų užbaigos aiškintojas. Manytume, kad šių dviejų mąstytojų mintys apie tą pasaulio būvio metą, kuris įvardijamas

kaip kapitalizmas ir modernybė, ne tik grindžia bei įrėmina visas reikšmingesnes „dabarties ontologijas“, bet ir padeda suvokti svarbiausius postmoderniojo būvio bruožus. Nekeliame tikslo aiškintis, kaip K. Marxo mintys veikė M. Heideggerį, kokios buvo to poveikio aplinkybės, kaip M. Heideggeris „skaitė“ K. Marxą, – stengsimės paryškinti, kaip vieno mąstytojo ekonominis bei socialinis kapitalo galios radimosi ir įsivyravimo aiškinimas dera su kito mąstytojo samprotavimais apie naujuosius laikus grindžiančią metafiziką, koks žmogaus, jo padėties susikurtame pasaulyje vaizdinys juos abu susieja ir kaip jų darbuose aiškinama žmogaus gyvenamą pasaulį suprekinanti kapitalizmo galia bei logika. Beje, M. Heideggeris pripažįsta, kad K. Marxas nulėmė metafizikos posūkį, taigi ir pasiekė kraštutinę filosofijos galimybę (Heideggeris 1992: 410).^{*} O ta galimybė atveria filosofijos užbaigos metą.

Abiejų mąstytojų susiejimą grįstume šitaip. K. Marxas išryškino kapitalizmo raidos logiką, kuri reiškiasi kaip kapitalo galia, suprekinanti žmogaus gyvenamą pasaulį ir pajungianti jį vieninteliam tikslui – nepaliaujamai kaupti kapitalą. Šis tikslas nustato griežtas žmogaus veiklos bei savikūros sąlygas. M. Heideggeris iškėlė Būties raidos (užmiršimo) logiką, kuri įtvirtino mokslo, technikos ir gamybos vienovę apskaičiuojančio projektavimo vyksme, žmogaus gyvenamą pasaulį ir jį patį paverčiant žaliava ir ištekliais. Taigi drįstame teigti, kad žmogaus suprekinimas ir suišteklėjimas – tai du vienas kitą palaikantys ir vienas kitą skatinantys istoriniai vyksmai, būtent postmodernybėje pasireiškiantys globaliu būdu; kartu postmodernybės diskursas linksta nuslėpti visuotinį suprekinimo pobūdį, neigdamas galimybę aptikti pamatinius principus ar su-

^{*} Technikos ir techninės pasaulėvalgos įsivyravimą, pasak M. Heideggerio, aiškiausiai atskleidė bolševizmas, kuriam pripažįstamas metafizinis pobūdis. Pagarsėjęs Vladimiro Lenino teiginys, kad „bolševizmas yra tarybų valdžia + elektrifikacija“, tvirtina visokeriopą besąlygišką partijos valdžios susisaistymą su mašinine technika. Valdoma per techniką ir technizavimą, o žmogaus gyvenamame pasaulyje įsivyruoja techninis būties santykis su žmogumi. Toks mašininės technikos reikšmės suvisuotinimas žymi buržuaziniam pasauliui nematytą „metafizinį spurtą“, kurį ir paskatino pasikeitęs būties bei žmogaus santykis, ir žmogus nėra pajėgus to pokyčio svarstyti (Хайдеггер 2009: 189–190).

sikurti bendresnę dabarties būvio ontologiją. Postmoderniaisiais laikais kapitalizmo galia bei modernybės projektas visapusiškai ir neatšaukiamai įsitvirtina, ir tas visapusiškas, vadinasi, galutinis įsitvirtinimas bei išskleidimas nurodo pabaigos ir „peržengimo“ metą, teikdamas galimybę suvokti peržengtą kapitalizmo stadiją, nusakomą kaip modernybę. Gretinant šiuos du mąstytojus, galima iškelti kartinį postmodernybės ir modernybės skirties bruožą – žmogaus kūne ir dvasioje aptikus neišsenkamų išteklių kلودus, laiduojančius naują kapitalo kaupimo viją, suprekinimas pereina į žmogaus kūno ir jo „vidinio“ gyvenimo sritį. Ši atsargų perėmimą ir naujo žmogaus vaizdinio susiklostymą pažymi bei liudija genetinio ir biotechnologinio diskurso iškilimas.

K. Marxo ir M. Heideggerio teiginiai suvoktini kaip kapitalistinio, ar modernybės, būvio analizės „rėmai“, kuriuose socioekonominė plotmė susisieja su metafizine. Abi plotmės tarsi komentuoja ir papildo viena kitą, nurodydamos tam tikras socioekonominės būtiškos slinkties apraiškas ir teikdamos galimybę geriau įsivaizduoti kapitalizmo raidos stadijų pobūdį bei bruožus. Tačiau ir socioekonominės srities analizė teikia metafizikai svarbų dalyką – metafizinės grynosios valios valdyti bruožų įgavusio kapitalo supratimą, kuris savaip sukonkretina būtiškojo vyksmo pobūdį, verčiantį tikrovę išsislaptinti objektyviai ir prekiškai, o šiuo metu – iškilti kaip užvaldytina, nusavintina ir eksploatuotina gyvybės ir žmogaus kūno sritis.

KAPITALO GALIA – GAMYBA, MAINAI, VARTOJIMAS

K. Marxas visuomenės gyvenimą aiškino gvildendamas gamybinės jėgas ir gamybinius santykius, kaip tik ir nulemiančius socialinių bei politinių institucijų susiklostymą ir raidą. Savo tyrimo objektą jis nusakė labai aiškiai ir sykiu išskyrė jo dvilypumą (beje, kildinantį

vėlesnę teorinę painiavą): viena vertus, aptariama *materialinė gamyba*, kita vertus, ją atitinkanti *individy gamyba*. Kitaip tariant, materialinė gamyba savo plėtros poreikiams patenkinti nustato visuomeniškai apibrėžtų individų gamybos gaires ir kuria tos gamybos būdus. Kitas svarbus tyrimo objektas yra gamybos produkto ir prekės „kelionė“. Produktas tampa produktu tik suvartojamas, todėl kapitalistinės gamybos tikslas yra vartojimas. Vartojimas savo ruožtu skatina ir ugdo poreikį. Tačiau industrinės masinės gamybos sąlygomis vartojimas negali būti paliktas savieigai – poreikiai turi atitikti siūlomus gaminius. Taigi poreikiai imami gaminti kartu su produkcija. Tokia yra ir gerokai vėliau nusistovėjusi vartotojų ir vartojimo visuomenės susiklostymo samprata. Kaip tik šitokios visuomenės pavidalą, kuris yra ir neišvengiamas kapitalizmo raidos produktas, jau įžvelgė, išskėlė ir gvildeno K. Marxas. Šiuo atžvilgiu politinėje pasaulio darbotvarkėje įsitvirtinęs neoliberalusis ekonomizmas, visus socialinio gyvenimo reiškinius bei individų santykius aiškinantis naudos ir efektyvumo skaičiavimo pagrindu, yra tik blanki, iškreipta ir pernelyg ideologizuota K. Marxo ekonominės analizės versija. Juk net daugelio kritikuota vadinamoji K. Marxo bazės ir antstatų dialektika iškelia būtent dialektikos, prieštaravimo galios veiksnį, o dabartinis ekonomizmas liko be jokios dialektikos – tik tikėjimas rinkos santykių gebėjimu sukurti laisvės rojų, apeinant sisteminę prieštarą tarp tvirtinamų individo laisvių ir būtinybės prisitaikyti prie nenumaldomų rinkos dėsnių.

Vartojimo tyrinėjimai yra tapę svarbia postmoderniojo diskurso tema. Šios temos naujumas ir šiuolaikiškumas užtemdo tą faktą, kad jau K. Marxas nusakė niekieno taip ir nepaneigtą vartojimo visuomenės gyvavimo principą, teigiantį, jog gamyba sukuria ne tik vartojamą daiktą, bet ir vartojimo būdą; sukuria ne tik objektyviai, bet ir subjektyviai (Marx 1974: 13). Atkreiptinas dėmesys į išskirtą vartojimo būdų gamybą ir subjektyvųjį aspektą – kuriamas visuminis gamybos plėtros poreikiams (J. Baudrillard'as aiškino juos tapus vieninteliais tikrais poreikiais) reikalingas subjektas, kurio įvairias savybes bei egzistavimo bruožus ir gvildena šiuolaikiniai

postmodernieji mąstytojai bei kritinės socialinės teorijos atstovai. Imkime pavyzdžiui visiems žinomą mobiliąjį telefoną, be kurio daugelis nebeįsivaizduoja nei socialinio, nei asmeninio savo gyvenimo. Telefonas gaminamas kartu su jo naudojimo būdu, kurį perimant poreikis ir įtvirtinamas. Tas poreikis bei gebėjimas naujai tvarkyti gyvenimą tampa kultūrine patirtimi bei savastimi, kuri savo ruožtu lengvina naujų poreikių (pavyzdžiui, sąveikauti su įvairiais realybės šou) ugdymąsi. Tai jau subjektyvusis vartojimo būdo aspektas, nusakomas kaip individo mokėjimo bei gebėjimo įgūdžiai ir jo kultūringumas, kitaip tariant, savasties, arba savipatumo, bruožai. K. Marxas ypač iškelia žmogaus gaminto aspektą, teigdamas, kad gamyba ne tik sukuria daiktą subjektui, bet ir subjektą daiktui (ten pat: 13). Kaip tik šis jo teorijos aspektas dažniausiai įvardijamas kaip ekonominis determinizmas, jį stengiamasi paneigti įvairiomis politinėmis „žmogaus išlaisvinimo“ ar jo laisvos valios bei pasirinkimo koncepcijomis. Tačiau kritikai apeina marksizmo klasiko teorinės vizijos perspektyvą – vykstant begaliniam kaupimui kapitalas tampa pats sau kliūtimi ir „ima reikalauti“ peržengti save. Šią perspektyvą visiškai užgožė teorija, esą kapitalizmas įveikiamas, ar peržengiamas, per klasių kovą, kai laimėjęs proletariatas panaikina privatinę nuosavybę ir pradeda kurti beklasę visuomenę. Pastarajai teorinei schemai svarbus sąmoningos žmonių veiklos aspektas – klasinių interesų įsisąmoninimas, revoliucinių tikslų kėlimas, partijų būrimas ir pan., bet į kapitalizmą ir į žmonių visuomenės raidą K. Marxas žvelgia ir gamtamoksliniu požiūriu, derinamu su hegeliškuoju, – kaip į dėsningą sistemos saviraidą, kurios varomoji jėga yra kapitalas ir jo savidauga, nustatanti perėjimo iš vienos stadijos į kitą sąlygas bei gaires. Šiuo požiūriu kapitalizmo sistema gyvuoja tol, kol kapitalas sugeba didinti savo galią (savidauga), įveikdamas vidinių kaupimo prieštaravimų nulemtas krizes; ir neišvengiamai turi ateiti metas, kai kapitalas tampa neįveikiama kliūtimi savajai begalinio kaupimo galiai bei logikai.

Grįžkime prie gamybos. Gaminama produkcija yra ne šiaip vartojami daiktai, o prekės, todėl kapitalistinis gamybos būdas

įtvirtina prekinis santykius, be to, į juos įtraukiamas ypatingas gaminys – vartotojas. Kyla klausimas: ar vartotojas yra prekinų santykių veikėjas, ar jis ir pats įgauna prekės formą? K. Marxo teigimu, prekinė vartotojo forma parodo kapitalistinių prekinų santykių išsiplėtojimo lygį. Ši išvada grindžiama svarstant, koks skirtumas tarp perkamo bei parduodamo vergo ir kaip prekė gaminamo vartotojo. Vergas yra tokia prekė, kuriai negaminamos jokios kitos vartojimo prekės. Kitaip tariant, gamyba nėra nukreipta ugdyti vergo poreikius ir juos patenkinti. O kalbant apie prekės formą įgavusį vartotoją akivaizdu, kad jis yra esminis vartojimui pajungtos gamybos ciklo elementas. Atkreiptinas dėmesys į K. Marxo mintį, kad kapitalizmo sąlygos skiriasi nuo kitų istorinių tarpsnių tuo, kad „gaminiai (arba veiklos) mainomi tik kaip prekės“ (ten pat: 61; *Die Produkte (oder Tätigkeiten) tauschen sich nur aus als Waren*). Vadinasi, prekės forma, prekiniai santykiai ir prekių mainai apima visą žmogų – jo poreikius ir gyvenimo būdą. Čia galima įžvelgti vieną kapitalizmo sistemos prieštarų. Toks žmogaus buvimo ir vartojimo būdas naikina pačios kapitalizmo sistemos diegtą žmogaus vidinio (dvasinio) gyvenimo išskirtinumą ir jo priešinimą išoriniam gyvenimui. Kodėl reikalinga diegti dvasinio gyvenimo išskirtinumo nuovoką? Nes ji susijusi su naujų poreikių ugdymu ir jų įvairinimu, kitaip tariant, dvasinių poreikių, su kuriais siejamos naujos rinkos ir naujos prekės, ugdymu. Tačiau dvasinių jėgų ugdymas reiškiasi kaip prekinę formą įgaunanti dvasinė veikla; taigi ši veikla plečia suprekinamo pasaulio sritį ir šitaip sulygina žmogaus dvasinį bei materialinį gyvenimus. Prieš pusantro šimto metų numatytas veiklų suprekinimas tapo mūsų gyvenamo laiko apreikštimi – juk gyvename paslaugų rinkų pasaulyje ir patys visas savo išgales skiriame tam, kad sugebėtume tapti vienokia ar kitokia paslauga. Žmogus jau nebe ugdomas ar lavinamas – jam teikiamos ugdymo bei lavinimo paslaugos, pastarąsias jis perka ir vartoja. Kita vertus, šiuo metu plečiant intelektualės nuosavybės sampratą ryškėja tendencija įžvelgti ir išskirti vis smulkesnius žmogaus veiklos „elementus“, išradimus ir sumanymus bei įteisinti jų nuosavybę kaip „autorystę“ ar patentuotą „išradimą“ (Amani ir Coombe 2005: 153).

Kapitalizmas kuria tokią gamybos santykių aplinką, kurioje įsivyrąja gryniesi mainų santykiai. Juos skatina nepalaužamai įvairėjantis darbo pasidalijimas. Spartėjant ir gausėjant mainų vyksmams, didėja ir pinigų – visuotinio mainų ekvivalento – reikšmė. Pinigai yra vertė, atskirta nuo prekių ir įgavusi savarankiškos prekinės egzistencijos pavidalą. Taigi prekės, kaip vertės, yra pinigai. Vadinas, prekiniai santykiai yra piniginiai santykiai. Ir niekas kitas. Todėl galime teigti, kad žmonių bendravimas virsta tokiais santykiais, kuriuos neišvengiamai ima grįsti įkainojimas. Kitaip tariant, žmonių egzistavimas tampa įkainojamas ir įkainojantis. Beje, šitai ir yra tas įvairių ekonomizmo versijų atspirties taškas, iš kurio kildinamos visokios žmonių veiklos efektyvumo skaičiavimo teorijos bei ideologijos ir projektinis mąstymas. Tik ekonomizmo skleidėjai neatsižvelgia į vieną svarbų dalyką – prekė yra ir socialinių santykių išraiška.

Prekės, apimančios gaminius, gamybos priemonės, darbo jėgą, vartotojus ir jų veiklas, yra susijusios su tam tikru prieštaringumu: nors kokybiškai skiriasi, visos prekės sykiu yra ekvivalentiškos mainomosios vertės atžvilgiu ir kiekybiškai įvertinamos pinigais. Taigi kokybiniai jų bruožai netenka esminio skirtingumo reikšmės, nes jie automatiškai įgauna piniginę kiekybinę išraišką – ji ir yra prekės ekonominės būties esmė, kurios paradoksalią liudija prekės ir pinigų santykio apsivertimas. Ekonominės egzistencijos atžvilgiu prekė yra „tik gamybinio santykio ženklas, simbolis, tik savosios vertės ženklas“ (Маркс 1980: 85). Taigi, pinigai liaujasi būti prekės ženklu ir prekė ima reikšti pinigus. (Kaip tik šį prekės ženkliskumą, paremtą jau ne apčiuopiamu daiktiskumu, o pinigų vertės abstrakcija, postmoderniajame būvyje išskleidžia kultūros ženklų bei vaizdinių suprekinimas ir juo grindžiama industrija. Šitai rodo prekių ženklo pavyzdys: prekių ženklas tampa visų savo apimamų prekių substancija, o konkretūs gaminiai ją paženkliną.) Paskutinis ekonomikos proceso grandinės gamyba–produktas–prekė–mainomoji vertė–pinigai elementas tampa savarankiškas ir įgyja tokią galią, kad pats ima kildinti ne tik visus tos grandinės

narius bei vyksmus, bet ir apskritai visuomeninius santykius: „Patys pinigai tampa esminiu socialiniu saitu (*das Gemeinwesen*) ir nepakenčia jokio viršesnio visuomeninio ryšio“ (ten pat: 170). Tą visuotiniam gamtos dėsniui prilygstančią galią pinigai įgauna virsdami kapitalu. Taigi kaip tik kapitalo ir jo logikos aiškinimu ne tik galima, bet ir dera grįsti kapitalizmo raidos bei jo stadijų analizę, taip pat tą suprekinimo vyksmu apsireiškiančią logiką būtina bent jau turėti omenyje gvildenant konkrečius modernybės ar postmodernybės būvių bruožus.

Pinigai nėra kapitalas: pinigai kapitalu tampa tada, kai išplėtoti visuomeniniai santykiai sukuria sąlygas individams darbo jėga paversti ir pastarajai pirkti kaip mainomajai vertei. Tačiau kapitalui darbo jėga yra vartojamoji vertė, gebanti suvartojama teikti dar ir pridėtinę vertę. Nesiimsime išsamiai gvildinti nei to proceso, kaip individai virsta darbo jėga, o pastaroji – vartojamąja verte, skirta kapitalui, nei pinigų apyvartos ir kapitalo kaupimo istorinių aplinkybių, tik atkreipsime dėmesį į kelis kapitalo bruožus, nulemiančius tuos visuomenės būvio ypatumus, kuriuos siejame su postmodernybės nusakymais.

Pirmiausia kapitalas yra vyraujantis buržuazinės visuomenės santykis, jos buvimo būdas ir aukštesnė pinigų forma. Kapitalas kyla ne iš darbo, o iš apyvartoje atsirandančios, čia savarankišką egzistenciją įgaunančios mainomosios vertės, ir jis nepaliaujamai sukasi prekės ir pinigų ratu. Tas ratas nėra uždaras, nes kapitalas peržengia savo tapatumą (pinigai + prekės), įgyvendindamas imantinį saviraidos ir veiklos tikslą – savidaugą. Vadinasi, tam tikslui pajungiama ne tik gamybos, bet ir visuomenės raida. Atsižvelgdami į šį tikslą, galime sakyti, kad kapitalas kaip tik ir yra visokių transgresijų, ypač būdingų postmoderniajam būviui ir gvildenamų įvairių transgresijos diskursų, šaltinis, o jo raidos ypatumai nulemia visuomenės būvį. Kad ir kokius „geresnio gyvenimo“ ar „poreikių tenkinimo“ šūkius (tiksliau, šūksnius) visuomenė iškeltų kaip ateities gaires, visos tos gairės vienaip ar kitaip turi atliepti kapitalo savidaugos tikslą, kasdieniame žmonių gyvenime besireiškiantį

kaip naudos imperatyvas. To tikslo ir gairių dermę laiduoja kultūra, teikianti sužmogintus kapitalo tikslo paveikslus, tampančius interiorizuotomis gyvenimiškais vertybėmis. Juk žmonių nepavyktų suburti ar nukreipti abstrakčiu kapitalo dauginimo tikslu, pavyzdžiui, šūkiu „Mūsų laisvalaikis – europiniam kapitalui kaupiti“, tačiau visi kuo puikiausiai prisitaiko prie „investicinio klimato“ ar „sąlygų investuotojams“ gerinimo, taip pat prie „darbo jėgos paslankumo“ programų, kurios pajungia žmones rinkų įgeidžiams ir laiko juos savaime aiškiu visuomeniniu bei asmeniniu gėriu.

Kaip kapitalas įgyja tokią galią, kad tampa vienintele kuriančia ir visuomenės raidą skatinančia galia? Pinigai subendrina prekių mainomąją vertę, o kapitalu virtę pinigai į savo apibrėžtį įtraukia ir vartojamąją vertę – kapitalas peržengia mainomąją vertę ir vartoja vertę kuriantį darbą. Kadangi darbas kapitalui yra vartojamoji vertė, pats iš savęs darbas negali kildinti savo vertės – pastaroji susijusi ne su pardavėju, o su vartotoju. Todėl tik kapitalas nustato darbo sąlygas ir jį įkainoja. Parduodamas darbas tampa mainomąja verte, kuri ir keičiama į pinigus. Galima sakyti, kad kapitalas yra vertės savididos vyksmas. Kapitalas išlaisvina žmogų iš gamtinių poreikių bei ankstesnių luominių santykių valdžios tam, kad imtų gaminti jį kaip vis labiau įvairėjančių poreikių „paketą“, o šis pradedamas laikyti asmenybės dvasinio turtingumo ženklu bei kultūrinėmis saviugdų vertybėmis. Kapitalo apibrėžtis suponuoja pasaulinės rinkos kūrimą, nes kapitalui ribos yra būtinos įveikti (ten pat: 389), ir vis naujų poreikių ugdymą, nes jie ir yra vartojamoji vertė. Išlaisvindamas žmogų iš gamtinių poreikių ir gamtos jėgų valdžios, kapitalas sukuria gamtos ir žmogaus ypatybių visuotinės eksploatacijos, kitaip tariant, visuotinio naudingumo sistemą (ten pat: 90), kurioje sunyksta visi savaime aukštesniais laikytini dalykai, galintys (ar grasantys) patys nusistatyti savo buvimo sąlygas, ir kurioje vyrauja kapitalo savidaugos tikslas. Ta sistema apima visas kultūros ir mokslo sritis, o pastarųjų skyrimas pasidaro sąlygiškas kapitalo apyvartos atžvilgiu (pelno norma). Gamta žmogui irgi netenka savaiminės galios bei vertės ir tampa tik naudingomis žaliavomis

bei ištekliais, todėl teorinis jos dėsnių išmanymas, pasak K. Marxo, pradeda reikštis „vien kaip gudrybė“, pakreipianti gamtą žmogaus, tiksliau – kapitalo poreikiams (ten pat: 311), nes visi socialinių santykių ir gamybos pavidalai yra kapitalo, kaip pasaulinės istorinės jėgos, raidos momentai, pavaldūs struktūrinei būtinybei (Gidwani 2008: 858). Ta „gudrybė“ įgauna įvairias ideologines laisvosios rinkos nuostatų bei „laisvių“ įtvirtinimo formas.

NAUJIEJI LAIKAI: APYSKAITA, TYRINĖJIMAS IR SUIŠTEKLINIMAS

Panašią visuotinio naudingumo sistemą išskiria ir M. Heideggeris, svarstydamas apie tai, kokie yra naujųjų laikų ir žmogaus bei jo gyvenamo pasaulio bruožai, ir tuos bruožus aiškindamas. Visuotinio naudingumo sistema įsivyrąja suišteklinant gamtą ir žmogaus gyvenamą pasaulį, o suišteklinimą skatina ir laiduoja bendra mokslo, technikos ir gamybos vyksmu apsirėišiantis būtiškasis apskaičiuojantis projektavimas, arba, kitais žodžiais tariant, modernybės projektas.

Naujuosius laikus žymi subjekto, mokslo ir matematinę gamtotyrą pajungiančios mašininės technikos iškilimas. Šis vokiečių mąstytojas irgi kalba apie tą kapitalizmo susiklostymo tarpą, kurio pamatiniai bruožai atsiskleidžia svarstant mokslo ir jį grindžiančio esinio bei tiesos santykio klausimą. Klausimas rutuliojamas mokslinio pasaulėvaizdžio pagrindu, palaikančiu ir mūsų gyvenimą. Todėl būtina pasiaiškinti, koks yra tas pasaulėvaizdis ir kaip jis „veikia“ mūsų veikloje bei mąstyme. M. Heideggeris šiuolaikinio mokslo esmę ir modernaus subjekto veiklos sąlygas perteikė keliuose vis reikšmingesnėse esė, iš kurių išskirtinos „Technikos klausimas“ (Heidegger 1954: 15–44; *Die Frage nach der Technik*), „Pasaulėvaizdžio metas“ (Heidegger 1972: 69–104;

Die Zeit des Weltbildes) ir „Metafizikos įveika“ (Heidegger 1954: 71–99; *Überwindung der Metaphysik*), įtrauktos ir į filosofo lietuvišką „Rinktinių raštų“ leidinį (Heideggeris 1992). Čia mes vokiečių mąstytojo svarstymus perteiksime tik bendrai, neišvengiamai juos supaprastindami. Aptardamas šiuolaikinį mokslą, M. Heideggeris paryškina esminį jo skirtingumą ir nuo viduramžių *doctrina* bei *scientia*, ir nuo graikų *episteme*, taigi jau pati mokslo raida žymi Būties raidos stadijas, o dabartinis mokslas tampa moderniųjų laikų būvio bruožu, kartu ir tų laikų galia. Mokslas neatsiejamas nuo tyrinėjimo, kuris atveria ir nustato tam tikrą tyrinėjimų sritį, į ją projektuodamas vyksmų bei įvykių planą. Tam planui pavaldūs tampa visi įvykiai, o pavaldumą laiduoja projektavimo matematiškumas.* Visi gamtos tyrinėjimai įgyvendinami pagal skaičiavimu paremtus matavimus. Iš mokslinio tyrinėjimo matematiškumo kyla jo eksperimentiškumas, todėl daroma apibendrinanti išvada, kad naujųjų laikų tiriamasis eksperimentas išsiskleidžia jam matą teikiančio „tikslaus gamtos projekto rėmuose ir (yra) šiam projektui pavaldus“ (Heideggeris 1992: 142; *im rahmen und im Dienst eines exaktes Entwurfs der Natur*, Heidegger 1972: 76). Mokslo tikslas yra tiriamą dalyką paversti objektu. Mokslas per tiriamąją veiklą išskiria vis naujas tyrinėjimo sritis (suobjektina vis daugiau pasaulio), todėl neišvengiamai specializuojasi – randasi pagal daugybę metodų pateikto pamatinio gamtos projekto atmainų.

Kaip pamatinį vyksmą, nuo kurio mokslas priklauso ir kuris skatina jo raidą, M. Heideggeris išskiria gamybą ir teigia mokslą vis labiau tampant gamybinį. Kaip šitai vyksta? Per mokslo

* Gerokai anksčiau tokias įžvalgas išsakė Georgas Simmelis, teigęs: „Naujųjų laikų pažinimo idealas yra suprasti pasaulį, kaip didelį skaičiavimo uždavinį, procesus ir daiktų kokybinius apibrėžtumus apimančią skaičių sistemą“ (Simmel 2007: 413). Jis taip pat apčiuopė tą kapitalizmo bruožą, kuris visuotiniu būdu reiškėsi kaip apskaičiavimas: „Dvasinės funkcijas, kurias pasitelkę naujieji laikai susitaiko su pasauliu ir tvarko savo vidinius – individualius ir socialinius – santykius, daugiausia galima apibūdinti kaip *skaičiavimo funkcijas*“ (ten pat). O skaičiavimas – tai nauda ir pinigai, todėl ir dvasinių funkcijų srityje neišvengiamai įsivyrąja piniginiai ženklai, tampantys universalia visokias individualybes susaistančia kalba.

institucionalėjimą. Mokslas plėtojasi kaip institucija, nes jam reikia nepaliaujamai kaupti bei tikrinti gautus duomenis ir, pasiremiant jais, numatyti naujus tyrinėjimus, taip pat planuoti bei telkti tyrinėtojų pajėgas. Įsitvirtinant instituciniam mokslo pobūdžiui, metodas nustelbia esinį – gamtą ir istoriją, – ir esinija virsta tyrinėjimo objektu.

Mokslinė veikla gali užsiimti tik tam darbui tinkami žmonės. Taigi mokslinė veikla kuria ir sau reikalingą žmogaus tipą – tyrinėjimo užduotis vykdančią ir tyrinėjimo klausimus keliančią bei sprendžiančią tyrėją. Jo veiklą ima nulemti gamybos tikslai, nes per pažintinį tyrinėjimą esiniai paverčiami galimais disponuoti objektais. Kita vertus, tik tokie objektai ir laikomi esantys, tik jie kildina tą tikrovę, kurią mes laikome realia. Naujųjų laikų žmogaus, kaip subjekto, prieštarumas kyla iš subjektyvumo ir objektyvumo sąveikos. Iš viduramžių išlaisvintas žmogus tampa subjektyviu individualistu, bet tuo pat metu jis palenkiamas kolektyvizmui, kurį tvirtina gamybinio pobūdžio mokslas. Atkreiptinas dėmesys, kad K. Marxas irgi kalbėjo apie išsilaisvinimą iš feodalinės priespaudos bei religijos pančių ir nepaprastą naujų dvasinių galių ir gebėjimų proveržį, žmonių masės pajungus gamybai ir ėmus gaminti vartotoją.

Subjektu tapusio žmogaus esmė pasikeičia – esinį ją pradeda grįsti jos pačios būties ir tiesos atžvilgiu. Pasaulis virsta priešstovinčiu vaizdu, kuriuo – jau pagal savo poreikius – disponuoja žmogus. Ką reiškia vaizdas? Pasak M. Heideggerio, jis yra „priešstatančiojo pagaminimo darinys“ (Heideggeris 1992: 152). Subjektas prieš save stato tą pasaulio vaizdą, kuris pasaulį suobjektina taip, kad jis pasidaro galimas pulti ir užimti. Pažintinis tiriamasis santykis yra antpuolis, pasaulio puolimas ir užgrobimas, pats tikriausias užgrobų sričių nusiaubimas. Mokslinė gamybinė veikla pasaulį puola jį objektindama ir kartu jį nusiaubia suobjektintose jo srityse įtvirtindama mokslinius gamybinius santykius ir praktinio naudingumo principą. Toks žmogaus santykis su gamta ir pasauliu, pasaulio išsislaptinimas subjektui objektyviai yra būtiškasis vyksmas, nepriklausomas nuo žmogaus valios. Todėl mokslo,

technikos ir gamybos jungtis yra ne atsitiktinė, o lemtinga, kylanti iš Būties išsislaptinimo būdo – per objektyvią mokslinę bei techninę gamybą. Mokslas realybę stato taip, kad ji visą laiką išsislaptina kaip objektyvus padarinyš, o atsižvelgiant į mokslo gamybiškumą – kaip gaminys. Naujųjų laikų mokslas gamina objektyvią tiesą, kuria subjektas valdo pasaulį ir save, kaip nepaliojamai objektinamą tikrovės sritį. Galima sakyti ir taip: objektyvi tiesa yra įrankis ir ginklas, kuriuos naudodamas subjektas puola ir nusiaubia tikrovę, save ir savo gyvenamą pasaulį. Tokiame Būties išsislaptinimo vyksme žmogus neišvengiamai egzistuoja kaip gaminys ne tik K. Marso aptarto vartotojo, bet ir metafizinio požiūriu.

M. Heideggeris naujųjų laikų būvį svarsto gilindamasis į mokslo fenomeną, nes kaip tik mokslo srityje ryškėja esminis apskaičiuojantis projektuojantis čia-būties pobūdis ir skleidžiasi subjekto bei objekto priešstova, mokslas įtvirtina plėšikišką žmogaus santykį su gyvenamu pasauliu ir pačiu savimi, taip pat skatina lemtingą to pasaulio suišteklumą, įsiviešpataujant grynosios valios valdyti valdžiai. Atsižvelgiant į M. Heideggerio nurodytą modernybės raidą, išskirtinas ypatingas slinkties metas, kurį pažymi po-statos (*Ge-stell*) aptarimas. Nesiimdami šią svarbią ir sudėtingą sąvoką aiškinti išsamiai, atkreipsime dėmesį tik į vieną mums rūpimą dalyką. Po-stata nurodo tokį subjekto ir objekto santykio pokytį, kai tas santykis iš akivaizdžios priešstovos pereina į ją grindžiantį pagrindą, kurio jau nebeįmanoma „pagauti“. (Panašiai pinigai iš daiktų įvertinančių ženklų tampa daiktų turiniu.) Kitaip tariant, jis nuslepia save tarp kasdienybės įprastumo ir tikrumo. Objektiškumo ir objektyvumo sritis taip išsiplečia, kad sunyksta jai oponavusi subjektiškumo ir subjektyvumo sritis. Manytume, kad ši slinktis žymi perėjimą į žmogaus visokeriopo suišteklumo tarpsnį. Suprantama, žmogaus subjektyvumas nėra sunaikinamas ar paneigiamas, tačiau jis jau veikia subjektyvių tapatumų gamybos ir vartojimo sąlygomis. Nors šio tarpsnio detaliau neaptaria, M. Heideggeris pateikia nepaprastai iškalingus jo apibūdinimus, žadinančius žūties ir pabaigos nuojautas. Tačiau pasaulio žūtis, žemės nuniokojimas ir žmogaus

niokojimas yra ne globaliniai katastrofų sukelti įvykiai, o metafizikos užbaigos vyksmas, galintis trukti labai ilgai – mes juk gyvename pasaulinių karų epochoje, tačiau nei kreipiame į juos dėmesio, nei juos mąstome, tik nepaliaujamai siekiame vis geresnio gyvenimo, vis demokratiškesnės demokratijos, vis didesnės pilietinės visuomenės brandos, kartu kurdami vis naujesnius ir galingesnius ginklus. Pasak M. Heideggerio, „žūties ir nuniokojimo tiksliausia išraiška yra ta, kad metafizinis žmogus, kaip *animal rationale*, įtvirtinamas kaip darbinis gyvulys“ (ten pat: 267). Būties apleistas metafizikos pabaigos žmogus „jau nebeslepia savo pobūdžio – būti svarbiausia žaliava“ (ten pat: 283; *seinen Charakter, der wichtigste Rohstoff zu sein, nicht mehr länger verbrigt*, Heidegger 1954: 92). Žmogaus „žaliaviškumo“ eksponavimas suvokiamas ne kaip žmogaus esybės pažeminimas, o kaip naujų galimybių panaudoti žmogų ir naudingai pritaikyti save laukas. Kaip tik šiuo metu išgyvename būvį, kai pagrindiniai visokių projektų vertinimo kriterijai (beje, akademinė visuomenė visas savo išgales sutelkė projektams rengti, o humanitarinių mokslų srityje įsivyravo projektinis mąstymas), bendruomeninių santalkų reikšmė, politinės ir ekonominės gairės nustatomi pasitelkiant „žmogiškųjų išteklių“ (*human resources*) sampratą. „Žmogiškaisiais ištekliais“ remiasi ir „išteklinių“ mąstymą skatina, skleidžia ir instituciškai diegia (likimo, o gal Būties ironija) ES mokslo plėtros ir mokslinių tyrinėjimų projektų rengimo dokumentai, tampantys visų ES šalių švietimo ir mokslo plėtros kelrodžiais.

POSTMODERNYBĖ – GYVYBĖS SUPREKINIMAS IR SUIŠTEKLINIMAS

K. Marxo ir M. Heideggerio svarstymai veda į tam tikrą „tašką“ – naujųjų modernybės laikų slinktį, kurią paskatino ir kurią nusako visuotinis kapitalo, kaip valios valdyti, įsiviešpatavimas ir žmogaus bei

gyvybės suišteklinimas. Tą modernybės slinktį nurodo bei įvairius jos aspektus gvildena postmodernios filosofinės teorijos, ypač dekonstrukcija, paskelbusi metafizikos ir metafizinio žmogaus įveikos „programą“. Ji įtvirtino nuostatą išardyti binarinėmis opozicijomis grindžiamą mąstymą, kitaip tariant, „arba“ pakeisti nesibaigiančių „ir“ serija. Todėl dekonstrukciją galime laikyti filosofiniu postmoderniojo būvio ženklu. Mums svarbus yra dekonstrukcijos paskatintas vidaus ir išorės opozicijos išardymas, naikinantis žmogaus vidinio pasaulio ir jo socialinės terpės priešstatos nuovoką. Nors individas marksistinės tradicijos laikomas socialinių santykių bei gamybos produktu, tokį žmogaus vaizdinį papildo ir kitas vaizdinys, iškeliantis dvasines bei kūrybines individo galias, kurių išlaisvinimą iš kapitalo valdžios savo tikslu ir skelbė marksistinė ideologija. Dekonstruojant vidaus gyvenimo ir išorinės socialinės terpės opoziciją, iškyla tą opoziciją „suimančio“ ir jos vyksmo sritį nužyminčio žmogaus kūno svarba – kūnas tampa viena reikšmingiausių filosofinių temų. Naują požiūrį į žmogaus kūną ir jo reikšmę filosofijai pabrėžė Michelis Foucault, aiškindamas, kad kūnas yra įrašytų įvykių paviršius (užfiksuotas ir nužymėtas kalbos, o idėjų ištirpintas) ir tuo pačiu – išskaidytas, bet substancinės vienybės iliuziją teigiančios savasties raiškos vieta (Foucault 1977: 148). Dvasinė gelmė bei fiziologiniai procesai (jau seniau sukultūrinti ir sumeninti, o pastaruoju metu ir sugamybinti, vadinasi, suprekinti) ištraukiami į kūno paviršių, į „tiesioginio“ daiktishko sąlyčio su socialine ir kitokia aplinka sritį, kurios žemėlapyje nustato ir nuolat peržymi socialinių ir rinkos galių kova, tiksliau – kapitalo metamorfozės. Netekęs dvasinės gelmės, kūnas įgauna neišsemiamų genetinių ir biologinių išteklių gelmę, kurią nuo gamtos pasaulio skiria vienas esminis ypatumas. Koks? Genetiniai ir su jais susiję ištekliai atiduodami privačios nuosavybės valdžion. Skirtumą geriau įsisąmonintume įsivaizduodami, kad Dmitrijaus Mendelejevo elementų lentelėje pažymėti elementai yra tokia pati privati nuosavybė, kaip ir sudedamosios genomo dalys. Naujų kūno išteklių užgrobimas ir eksploatacija vyksta plėtojant ir įtvirtinant genetinį diskursą. Drįstume manyti, kad šių „išteklių“ nusavinimas bei suprekinimas

yra postmodernioji žmogaus suprekinimo apraiška. Suprekinimo procesas vyksta nuslepianč jį po pagrindinę XIX–XX amžių idėją – žmonijos išlaisvinimu, kadangi, pasak J. F. Lyotard'o, „laisvės pažadas kiekvienam yra pažangos horizontas ir jo legitimavimas“ (Lyotard 1993: 82). Žmogaus bei gyvybės suprekinimas ir suišteklinimas vyksta nepaliamajam skleidžiant jo išsilaisvinimo iš kultūrinių, socialinių ir prigimtinių ar gamtinių apribojimų idėją. Išsilaisvinimo ideologija taip įsivyrąja, kad J. Baudrillard'as įžvalgiai teigia žmonių gyvenant jau po išsilaisvinimo – politinio, seksualinio, gamybinių jėgų, meno, pasąmonės, moterų, vaikų – orgijos, todėl lieka tik simuliuoti laisvinimąsi visokeriopai jį paryškinant ir iškeliant (Baudrillard 1993b: 3). Tas simuliacijai nuslepia vis labiau įsigalinčią metastazinę visų žmogaus gyvenamo pasaulio sričių galią, neįmanomą „sugriebti“ jokia teorija.

Nesiimdami išsamiai gvildinti žmogaus kūno ir genetinių išteklių suprekinimo vyksmo, aptarsime tik tuos šio proceso bruožus, kurie patvirtina minėtuosius koncepcinius dviejų vokiečių mąstytojų kapitalizmo raidos aiškinimo „rėmus“. Genų inžinerijos ir biotechnologijų pramonės plėtra bei tos plėtros teikiamos galimybės paskatino „aukso karštligę“ – apie ją kalba tos srities tyrinėtojai. Naujoji aukso karštligė mokslines pajėgas bei investicijas kreipia į kūno teritoriją, o pastarosios suprekinimas, kad ir koks neteisėtas atrodytų tradicinės jurisprudencijos požiūriu, peržengia mus (Dickenson 2004: 123), kitaip tariant, tampa nevaldomas, šitaip paliudydamas kapitalo ir kapitalizmo sistemos galią peržengti kapitalo savidaugai trukdančias ribas. Kūnas ima panašėti į sritį, kurioje savo „sklypelius“ įteisinti ir nusavinti stengiasi aukso karštligės apimtos mokslo bei verslo korporacijos ir valstybinės agentūros. Tą karštligę pagrįsta būtų vadinti „kūno karštlige“, masinančia pasakiškais pelnais, taip pat naujais visuomenės priežiūros ir valdymo būdais bei technologijomis. Aukso karštligės įvaizdis savaip paryškina kapitalizmo sistemos tęstinumą, kolonijinį jos pobūdį ir kolonializmo virsmą – geografinę ekspansiją per globalizacijos „metą“ ima skleisti kūno išteklių eksploatavimo pavidalu. Kapitalizmas, įsiviešpatavęs geografinėje plotmėje – kolonijinis industrinis kapitalizmas – ir tapęs globalizaciniu kapita-

lizmu, aptinka naują ekspansijos sritį – gyvybę ir žmogaus kūną. Pažymėtina, kad tyrinėtojai, gvildenantys genetikos ir biotechnologijų tyrinėjimų keliamas filosofines, socialines, kultūrologines, etines ir kitokias problemas, dažniausiai neminėdami nei K. Marxo, nei M. Heideggerio, šį kolonizavimo vyksmą nusako nuosavybės (*ownership*) išplėtimo ir suprekinimo (*commodification*) sąvokomis, susiejančiomis jų darbus su K. Marxo įžvalgų pagrindu susiklosčiusia kapitalizmo sistemos kritinės analizės tradicija. Įvairių korporacijų, mokslo bendrovių ir valstybinių agentūrų nuosavybe, kuri rinkai pateikiama kaip įvairios prekės, tampa žmogaus kūno „medžiagos“ ir gyvosios materijos elementai – genai bei proteinais, jų sąveikos procesai. Dabartinis kolonizavimo procesas vyksta nuosavybės ir prekių santykius įteisinant patentavimo būdu. Stipriausia suprekinimo galia, įtvirtinanti suprekinimo nuostatą visame pasaulyje, kyla iš Jungtinių Amerikos Valstijų. Šiuo atžvilgiu dera prisiminti, kad ir vartojimo bei vartotojų kapitalizmas susiformavo JAV, kad iš čia sklinda esminiai globalizacijos impulsai. JAV Aukščiausiasis teismas 1980 m., remdamasis Johno Locke'o nuosavybės samprata, nusprendė, kad genetiškai modifikuotos gyvybės formos yra teisėti išradimai, jas galima patentuoti, taigi ir įtvirtinti nuosavybės teise. Šitaip buvo padėtas juridinis pagrindas DNR suprekinti (Best ir Kellner 2001). Su šia šalimi sietinas ir pasaulinio ekonomikos režimo pokytis – perėjimas iš fordizmosios ekonomikos į postfordizkąją. Tas režimo pasikeitimas žymi ir naują kapitalizmo sistemos stadiją.

GUNDYMAS NEMIRTINGUMU IR GENETINIS-TECHNOLOGINIS DISKURSAS

Nemirtingumas – sena žmogaus svajonė, akinanti jį ieškoti vis naujų bendravimo su anapusinėmis galiomis būdų, stengiantis iš jų išpešti ilgaamžiškumo „receptą“ ar pažadą. Ši svajonė skatino

žmogų įvaldyti kosminės energijos srautus, kad jie teiktų kūnui papildomą gyvybinę galią. Ieškodamas nemirtingumo eliksyro ar akmens, žmogus tyrė gamtą ir savo kūną, dėdamas pamatus tiems dalykams, kuriuos šiuo metu vadiname gamtotyra ir medicina. Nemirtingumo paieškos, kaip ir alchemijos bei žmogaus kūniško pavidalo įveikos praktikos, būdingos visoms civilizacijoms, nepaisant jas skiriančių bruožų. Galima vardyti daugybę įvairiuose pasaulio regionuose paplitusių pasakojimų apie valdovų kovas dėl nemirtingumo paslaptis žinančių išminčių, apie anksčiau niekam nežinotus, o vėliau pagarsėjusius ir daugybę žmonių keliauti pašaukusius nemirtingųjų miestus ar vietas, sudarančias savitą pasaulio geografijos atmainą. Tie pasakojimai liudija nemirtingumo idėjos gyvybingumą bei jos teikiamą galią tiems, kurie sugebėdavo tą idėją pasitelkti savo tikslams. Iš daugelio regionų mitologijos matyti, kad asmeninio kūniško bei dvasiško nemirtingumo idėja buvo reikšminga reguliuojant bendruomenių gyvenimą ir įtvirtinant dorovę. Graikų dievai nemirtingumą suteikdavo didvyriams už atliktus žygdarbius. Nemirtingumas tiems dievams būdingas ir kaip esminis jų pačių bruožas, ir kaip tam tikromis sąlygomis galima perduoti „gėrybė“. Monoteistinės religijos nemirtingumą laiko dievo atributu, vienaip ar kitaip apreiškiančiu per nemirtingą sielą. Nemirtingumo idėja skleidžiasi plačiu nemirtingumo sampratų spektru – kūniškas, dvasinis, reinkarnacinis, prisikėlimo, idealusis (Immanuelis Kantas) ir kitokie nemirtingumai, palaikomi religinių tradicijų, ezoterinių ir literatūros tekstų, meninių vaizdinių ir filosofinių sistemų.

Naujieji laikai vis labiau atsiriboja nuo nemokslinio religinio mąstymo, nuo religinės pasaulėjautos bei pasaulėvaizdžio, nuo tikėjimo simboliais grindžiamos kultūros – tai tiesiog praeities atgyvenos, kurias reikia bet kokiais būdais išgyvendinti. Naujieji laikai teigia žmogaus gyvenamo pasaulio sekuliarizacijos ir mokslinio racionalumo nuostatą ir ją įtvirtina. Taigi nemirtingumo idėja išstumama į kultūros pakraščius. Tačiau idėjos išstūmimas nėra paprastas jos sunaikinimas, nes iš kultūros visiškai ištrinti buvusių

gyvybingų ir svarbių dalykų neįmanoma. Kultūra išsaugo ankstesnių socialinių santykių ir jų simbolinių pavidalų pėdsakus, ir tam tikromis sąlygomis jie atgyja įgaudami netikėčiausius, pavyzdžiui, kapitalistinio feodalizmo ar socialistinės vergvaldystės, pavidalus. Sekuliarizacijos ir mokslinio racionalumo įtvirtinimo vyksmas nemirtingumo idėją išstumia iš visuomenės sąmonės, bet išstumia ar ištrina taip, kad kultūroje palieka gyvybingą stokos įrantą, kuris negali nei išnykti, nei užsitraukti. Kaip galėtume suvokti šį įrantą? Sekuliarizacija ir mokslinė pasaulėžvalga išstumia Dievą kartu su jo nemirtingumo atributu, tačiau Vakarų civilizacijoje išlieka esminis, nors nuolat neigiamas ir sekuliariomis universalijomis keičiamas ryšys su Dievu per žmogui Dievo suteiktą galią ir teisę: „Veiskitės ir dauginkitės, ir pripildykite žemę, ir ją paverkite, ir viešpataukite jūros žuvims ir dangaus paukščiams, ir visiems gyvuliams, kurie kruta ant žemės“ (Pr. 1: 28). Nors įgalinimo viešpatauti žemėje, ją valdyti ir naudoti savo tikslams (o žmogus neišvengiamai pats nustato savo tikslus, nes jam būdinga laisva valia) neįmanoma panaikinti, jis gali būti perkeistas žmogui prisiimant dieviškuosius atributus bei galias. Sekuliarizacinis Dievo išstūmimas – dieviškos kūrybos programą iššifruojančio ir tos kūrybos galią sau susitelkiančio žmogaus paveiklo įtvirtinimas. Šį vyksmą galima įsivaizduoti taip: moderniaisiais laikais buvimą „nesančio Dievo akivaizdoje“ (M. Heideggeris) išgyvenęs žmogus perima nemirtingumo atributą ir galią per savo kuriamas informacines, bio-, neuro- ir nanotechnologijas. Galimybę įvaldyti nemirtingumą (gundymas ir ideologija) teikia kapitalizmo sistemos raida ir jai būdingas mokslo, technologijų ir industrijos susisaistymas, virstantis vienalyčiu procesu. Kapitalizmo raidos kryptis aiški – informacinių, genų modifikavimo, bio- ir nanotechnologijų plėtra. Kad ir kaip interpretuotume sekuliarizacinį vyksmą išstumiant Dievą iš žmogaus gyvenamo pasaulio, ištrinant Jį iš visuomenės gyvenimo ir įtvirtinant gyvybę įvaldžiusio žmogaus paveikslą nesančio Dievo vietoje, drįstume teigti, kad šiuo metu ryškėja, jog žmogaus tikslas – nusavinti ir pasisavinti dieviškąjį nemirtingumo atributą.

K. Marxo ir M. Heideggerio nužymėtos kapitalizmo raidos trajektorijos, kurias subendriname suprekinimo ir suišteklinimo sąvokomis, susisieja žmoguje – prekėje ir ištekliuose. Postmodernybę galima suvokti kaip tokį būvį, kai pasklinda nauji prekiniai žmogaus ir jo gyvenimo būdų pavidalai ir kai aptinkami žmoguje glūdintys neišssemiami ištekliai – organai, audiniai, skysčiai ir galiausiai genai. Suprekinimas ir suišteklinimas savaip marginalizuoja žūties ar užbaigos nuotaikas skleisdami gundymą nemirtingumu. Subjektas sugrąžinamas į kūną, kaip juslinių išgyvenimų, patirčių ir gyvenimo būdų saugyklą, trinant subjektinį jo vaizdinį. Dekartiškojo subjekto samprata, padėjusi pamatus naujųjų laikų mokslui, marginalizavo kūną, atskirdama jį nuo racionalios pažintinės galios subjekto. Kapitalizmui plėtojantis, tas marginalizuotas kūnas pirmiausia buvo suprekinamas kaip darbo jėga. Subjekto sugrąžinimą į kūną liudija tai, kad kūnas ir su juo susijusios sąvokos bei žodžiai „grįžo“ į filosofinį diskursą – tapo pagrindinėmis postmoderniojo filosofavimo sąvokomis. Taigi galima teigti, kad postmodernybei būdingas „kūno sugrįžimas“, kurį palaiko kūnišką nemirtingumą žadantis genetinis diskursas. Nemirtingumas čia suvokiamas kaip pats tikriausias ir galutinis žmogaus išlaisvinimas ne tik iš visokių sociokultūrinių pantių, bet ir iš gamtos, vietos ir laiko „nelaisvės“.

Kūniško nemirtingumo galimybė grindžiama naujausiais nano- ir biotechnologijų, klonavimo, taip pat informacinių žmogaus pavidalų kūrimo sričių laimėjimais. Gundymo nemirtingumu galiai stiprėti ir įvairioms „nemirtingoms“ būtybėms pasklisti padėjo tam tikri postmodernybės, tiksliau, postmodernizacijos bruožai. Kai kuriuos jų jau aptarėme. Išskirsime dar porą ypatybių, svarbių tolesniems svarstymams. Postmodernybei būdingas nepaprastas populiariosios kultūros išplitimas (apie populiariąją kultūrą kalbėsime trečiame skyriuje), naikinantis vieną svarbiausių modernybės ramsčių – aukštosios ir masinės, bei populiariosios kultūrų skirtį, palaikiusią vertybinę sociokultūrinės hierarchijos nuovoką. Dviejų kultūros plotmių skirtumo nykimą lėmė suprekinimo vyksmas – kultūra paverčiama neišsenkamų ženklų ir vaizdinių išteklių sritimi,

ir kultūros prekės imamos gaminti pasaulinėms kultūros rinkoms. Visos kultūros prekės gaminamos vartoti, todėl vartojimas, jo apimtis pradeda lemti prekės kokybę. Kitas svarbus postmodernybės bruožas – įvairių kultūrų ir jomis grindžiamų tapatumų „prikėlimas“, atsižvelgiant į kultūrinės gamybos ir kultūros rinkų poreikius. Rinkai teikiamos įvairios kultūrinės chimeros, pratinančios vartotojus prie keisčiausių būtybių: monstrų, dvasių, atgimėlių, nemirtingųjų, klonų ir panašiai. Filosofijoje savo ruožtu plinta „keisto tapatumo“ (*queer identity*) ir *techno sapiens* teorijos. Vienas ryškesnių pavyzdžių, kaip meno priemonėmis praeitis „prikeliama“ ir tos praeities elementai perduodami ateičiai, įvelkant į juos civilizacijos raidos vaizdinį, – Holivudo žavėjimasis nacių Vokietija, vaizdinių teikiančia ir sumeniamam genetiniam diskursui. Ypač dėl nacių kultūroje vyravusio rasės ir jos grynumo vaizdavimo. Holivudo produkcijos ir ideologijos tyrinėtojai ironiškai tvirtina, kad čia naciai tiesiog mylimi (Barta 1998: 128). Naciams būdingos tvarkos, rasinio grynumo, „blogio imperijų“ vaizdiniai išplitę ateitį įvaizdinančiuose meniniuose filmuose. Bauginantis, bet kartu kaip apžavas veikiantis Trečiojo Reicho spektaklis pasitelkiamas be jokio moralinio atskaitos taško, taigi istorija paverčiama erdvinio vaizdiniu, kuriame blogis veikia kaip kosminė civilizacijos galia (Strzelczyk 2008: 88). Nors įvairaus didingumo mūsų „geriečiai“ tą blogį įveikia, jie negali jo sunaikinti ar juo labiau visiškai išblaškyti „estetinių“ jo apžavų.

Skirtingus postmodernybės bruožus sieja bendresnės įsivyraujančios ir vis labiau socialines struktūras pakeičiančios informacinės bei komunikacinės struktūros (Lash 2002: 46). Tose postmodernizacijos įtvirtinamose struktūrose skleidžiasi technologinis refleksyvumas, teorinius svarstymus visada pajungiantis praktiniams tikslams. Šitai nulemia M. Heideggerio gvildentas mokslinis-technologinis gamybos pobūdis. Technologiniam refleksyvumui nepaprastai parankus genetinis pasaulio aiškinimas – visas pasaulis tarsi sutraukiamas į žmogaus genus, ir jie tampa gyvybės paslapties, evoliucijos ir žmogaus ateities aiškinimo principu, teikiančiu galią gaminti reikiamą žmogaus pavidalą bei ateitį.

Iš visuotinės informacinės-komunikacinės struktūros žmogus jau niekaip negali išskirti tos savimonės vietos, kuri leistų jam suabejoti skleidžiama informacija, – kadangi pats veikia kaip struktūros elementas, žmogus tiesiog vartoja informaciją, o jos tikrumą laiduoja perdavimo sistema. Informacijos vartojimo režimas nekuria sąlygų suabejoti to režimo tikslingumu ir jo nustatomais informacijos tikrumo ar pagrįstumo kriterijais.

Mūsų nurodyti postmodernybės bruožai kuria nemirtingumo vaizdiniais bei nuojautoms palankią kultūrinę, intelektualinę ir pasaulėvaizdinę terpę, kurioje sparčiai plinta minėtasis genetinis diskursas ir jo nustatomos žmogaus bei jo gyvenamo pasaulio aiškinimo gairės. Genetinis pasaulėvaizdis išstumia iš žmonių sąmonės ankstesnius atominį bei kibernetinį pasaulėvaizdžius (pastarąjį genetinis pasitelkia). Kodėl genetinis diskursas šitaip lengvai įveikia kitus pasaulio aiškinimo diskursus? Nes jis tiesiogiai kreipiasi į labiausiai žmogui rūpimus jo kūno dalykus – sveikatą ir ilgaamžiškumą. Žmogaus gabumai, jo tapatumas ir elgesys aiškinami kaip genetiniai ypatumai, o biotechnologijos masina moksliniais žmogaus genetinio gerinimo metodais bei priemonėmis. Postmodernios populiariosios kultūros vaizdiniai ir vyraujantis technologinis mąstymas padėjo genetikai iš mokslo tapti pasaulio apmąstymo ir pažinimo būdu (Silva 2005: 101). Genetinis diskursas susieja naujausias filosofines kryptis (dirbtinis intelektas ir dirbtinė gyvenamoji aplinka, „keisti tapatumai“, protezai, kiborgai, bioetika), kultūrinę bei medijų kūrybą (žmogaus klonai bei informaciniai jo pavidalai kine, literatūroje, kompiuteriniuose žaidimuose) ir politiką (genų patentavimas, žmogaus genomo projektas, sveikatos apsauga, genetiškai modifikuotų produktų sklaida ir apsauga nuo jų, naujų gyvybės pradėjimo formų įteisinimas). Simboliniu ir nepaprastai paveikiu to diskurso branduoliu galima laikyti su genetinio kodo paslaptimi, to kodo šifravimu susijusius mokslinius ir filosofinius svarstymus. Kalbos ir ypač mokslinių pranešimų pavidalo gandai apie laimėjimus, padėsiančius atskleisti genetinį kodą, prikausto plačiosios publikos dėmesį ir netiesiogiai ją įtikinėja tą

kodą esant gyvybės paslaptimi, kurią įspėjęs žmogus galės valdyti visą gyvąjį pasaulį. Kitaip tariant, žmogus galėsias kurti save pagal savo įsivaizdavimą ir poreikius. Paslaptingojo genetinio kodo ir su jo atskleidimu susijusios misterijos tema yra tapusi ypatingu kultūriniu „genu“, „užkrečiančiu“ visas kultūros sritis. Šiuo atžvilgiu puikus pavyzdys – į daugybę kalbų išversta, įvairiais aspektais tarptautiniuose forumuose gvildenta, didžiules teologines diskusijas sukėlusį Dano Browno knyga „Da Vinčio kodas“ (*The Da Vinci Code*, 2003), pagal kurią buvo susuktas visuose pasaulio ekranuose rodytas filmas. Knyga ir filmas paskatino gausų jų įvaizdžius naudojančios kultūros ir medijų produkcijos srautą, taip pat tą produkciją aptariančių mokslinių darbų bangą. Tokioje kultūrinėje terpėje „kodo genas“ tarsi savaime genetikos laimėjimus paskleidžia kultūros produkcijos pavidalais ir apie žmogaus gyvenamo pasaulio reiškinius bei socialines struktūras skiepija genetinius aiškinimus. Nesunku pastebėti, kad kodas yra visų informacinių ir komunikacinių technologijų pagrindas, todėl jo tema kuria kultūrinį informacinių ir biotechnologijų sueities pagrindą.

Svarbus yra technologinis-inžinerinis genetinio diskurso pobūdis, išryškėjęs siejant nano- ir biotechnologijas. Nano ir biotechnologijos suvokiamos kaip būdas, kuriuo įveikiama gyvąją ir negyvąją gamtą skirianti praraja, iš reikalingų atomų bei molekulių kuriant ląstelių dalis ir energijos perdavimo „linijas“. Konstruojamos gyvos mašinos, biologiniai moduliai, kadangi pagrindiniai gyvybės elementai proteinai ir DNR yra nano eilės dydžio. Į ląstelės gyvavimą žvelgiama technologijų požiūriu – išskiriamos vienas ar kitas jos medžiagas gaminančios mašinos, tų medžiagų transportavimo linijos ir mechanizmai, taip pat valdymo blokai: „(...) nanotechnologijų srityje ląstelių dalims ir jose vykstantiems procesams aprašyti taikoma mechaninės inžinerijos kalba: ląstelės ir jų dalys laikomos mikro- ar nanomašinomis“ (Grunwald ir Julliard 2007: 78). Kaip atskira šaka plėtojama nanoelektroninių neuroimplantų sritis: kuriami įtaisai pakenktoms ar blogai veikiančioms sensorinių organų ir nervų sistemos funkcijoms atkurti. Jau dabar

ryškėja galimybės tas funkcijas, pavyzdžiui, regėjimą, ne tik atkurti, bet ir gerinti, todėl neabejotina, kad netolimoje ateityje jos ir bus gerinamos. Sukurta įtaisų, kurie sujungiami su už judėjimą atsakinga smegenų dalimi, kad paralyžiuotieji atgautų kai kurias motorines funkcijas (Paterson 2005: 337). Esama mokslininkų, įsitikinusių, kad nanotechnologijomis įmanoma ne tik atgaminti norimus organus bei gyvūnus, bet ir gaminti juos geresnius ir įvairesnius: sukurtos nanomašinos produkuos biologinių ląstelių elementus. Šitaip žmogus „galutinai“ įsitvirtintų dieviškojo pasaulio kūrėjo vietoje ir „atomas po atomo“ perkurtų visą savo gyvenamą pasaulį. Technologinis-inžinerinis diskursas tokį požiūrį įtvirtina kaip savaime suprantamą, moksliskai pagrįstą – mašinizuojant ir technologizuojant biologinius procesus, pats žmogus tampa technologiniu konstruktu, sudėtinga technine sistema, kurią galima nepaliaujamai gerinti ne tik plečiant jos veiklos galimybes, bet ir pritaikant ją prie naujų aplinkos sąlygų. Žmogaus, kaip technologinės sistemos, vaizdinį stiprina ir vis didėjanti genetinių tyrimų automatizacija: 2009 m. balandžio pradžioje pasaulio mokslinėje spaudoje (*Science NOW Daily News*, balandžio 2 d.) pasirodė pranešimas, kad Kembridžo universitete sukurtas automatinis įrenginys, pats vykdamas genetinius tyrimus: tas Adamu pavadintas automatas pats sau kelia uždavinius, formuluoja hipotezes ir jas tikrina.

Technologinis-inžinerinis genetinio diskurso pobūdis iš pirmo žvilgsnio kertasi su postmodernybę nusakančiais bruožais ir su įvairiose mokslo srityse įsivyraujančiais chaoso, netiesiškumo, neapibrėžtumo teoriniais konceptais. Sunykus didiesiems pasakojimams, pasaulis suvokiamas „besivaržančių epistemologijų“ sąlygomis, kai tiesos pagrindo nebeįmanoma susikurti. Esama manančiųjų, kad postmodernusis paradigmatis mokslo poslinkis išplėtė biologinio gamtos supratimo taikymą, taigi dirbtinio intelekto kūrėjai remiasi ne jau nuo René Descartes'o laikų įtvirtintu mašinos ar automato, o sudėtingu žmogaus proto vaizdiniu (Best ir Kellner 2001: 182). Akivaizdu, kad mokslų – ir socialinių bei humanitarinių – srityje padaugėjo teorinių prieigų, susijusių su principiniu

neapibrėžtumui, kurį stengiamasi „suvaldyti“ pasitelkiant įvairias „chaoso iškeliamos tvarkos“ sampratas. Tačiau būtina atsižvelgti į kelis svarbius dalykus. Tokia tendencija nepaneigia M. Heideggerio nusakyto vyksmo – mokslas susisaisto su technologija ir gamyba, įsivyraujant projektuojančiam apskaičiuojančiam mąstymui. Vis aiškiau regimą taikomąjį, vadinasi, technologinį-inžinerinį mokslo – taip pat socialinio ir humanitarinio – pobūdį rodo išplitęs mokslinės tiesos vertinimas pagal pritaikymo naudą; ji imama laikyti bene svarbiausiu tiesos bruožu. Tai svarbu ir genetinių tyrinėjimų srityje. Taigi iš postmodernybės diskursų įvairovės galima išskirti dvi tendencijas: viena remiasi tuo, kas sąlygiškai vadintina neapibrėžtumu, kita tvirtina technologinį-inžinerinį požiūrį į žmogų ir jo gyvenamą pasaulį. Genetiniais ir nano tyrinėjimais stengiamasi ne tik „suau-ginti“ žmogų su mašina, bet ir visus žmogaus gyvybinius elementus sukurti kaip galimus taisyti ir gerinti mechanizmus.

Negalima teigti, kad visi mokslininkai yra pasirengę beatodairiškai taikyti nano- ir biotechnologijas medicinos srityje ar nusiteikę gerinti žmogų. Vis dėlto šių technologijų plėtra nėra deramai kontroliuojama jau vien dėl to, kad ji atveria naujas (ir neaprepiamas) suprekinimo, vadinasi, anksčiau nežinotų rinkų sritis. Kylančias abejones nustelbia galimybių pailginti gyvenimą, įveikti senėjimą, pagerinti įvairias žmogaus funkcijas vaizdiniai. Apžvelgusi įvairiose šalyse priimtas rekomendacijas, atkreipiančias dėmesį į socialinius ir etinius su nanotechnologijomis susijusius aspektus, Mette Ebbesen daro išvadą, kad skleidžiama informacija, turinti įtikinti žmones naujų technologijų taikymo nauda žmonijai, ir visiškai nesistengiama padėti žmonėms suvokti, kas ir kaip vyksta, nes nenorima, kad visuomenė susidarytų pagrįstą savo nuomonę – juk tokia nuomonė jau turėtų politinį svorį ir galėtų trukdyti greitai pritaikyti mokslo laimėjimus (Ebbesen 2008). Tokios pačios pozicijos laikosi ir genetiškai modifikuotų produktų kūrėjai ir platintojai.

Apibendrinti galėtume taip: gyvybės ir kūno suprekinimą bei suišteklinį lydi visuotiniu pretenduojantis tapti diskursas, genus iškeliantis kaip pagrindinę žmogaus tapatumą, elgseną,

sveikatą ir žmonių santykius lemiančią priežastį, kuria susiejamos esminės filosofijos, kultūros, kūrybos ir politikos temos. Šis diskursas tampa nauju pasaulėvaizdžiu, teikiančiu žmogaus gyvenamo pasaulio aiškinimo principus (plačiau žr. Silva 2005), ir ima pajungti kitus postmodernybę nusakančius diskursus, ypač informacinį. Genetinis-technologinis diskursas teigia aiškią, visiems suprantamą ir mokslo laimėjimais grindžiamą idėją, kuri apima bei pateisina suprekinimo ir suišteklino vyksmą, – žmogus yra genai, o genai yra ištekliai ir prekės. Be to, šis diskursas įtvirtina būtinybę valdyti žmogų ir žmoniją – gerinant žmogaus genus ir organus, vadinasi, ir žmonių santykius, taigi jis numato aiškią politinę ir ekonominę ateities darbotvarkę.

Suprekinimo galia būdinga ir pačiam genetiniam diskursui – jis laikytinas į kūną bei gyvybinę energiją nukreipto kapitalistinio suprekinimo ir suišteklino vyksmo apraiška. Sąlygiškai galima išskirti dvi žmogaus kūno suprekinimo „kryptis“ – žmogaus organų ir iš kūno gaunamų biologinių medžiagų rinkų kūrimas ir genetikos atradimų bei biotechnologijų patentavimas. Daugelis tyrinėtojų pastebi, kad pastaruoju metu nepaprastai sparčiai auga žmogaus organų ir biologinių medžiagų rinkos, todėl visiškai pagrįsta atrodo nuomonė, kad biokomercijos iš žmogaus audinių fragmentų gaunama nauda turi „išsklaidyti visas užsilikusias nuomones“, jog žmogaus kūnas gali būti atribotas nuo verslo santykių ar jog jis gali būti įsivaizduojamas kaip tam tikra nelygstama ir neapskaičiuojama vertybė (Waldby ir Mitchell 2006). Tačiau svarbiausia žmogaus kūno suprekinimo ir suišteklino „kryptis“ yra genetikos atradimų bei išradimų ir manipuliacijų genais patentavimas. Neturėdami galimybių išsamiai aptarti šios srities ypatumų, apžvelgsime tuos genetinių išteklių užvaldymo aspektus, kurie, manytume, patvirtina bendrą kapitalistinio suprekinimo ir suišteklino vyksmo supratimą, nusakytą siejant K. Marxo ir M. Heideggerio įžvalgas.

Kalbant apie globaliniu greitai tapusį kūno suprekinimo ir suišteklino vyksmą, galima išskirti savaip lemtingą datą, ženklinančią laiką, kai šis vyksmas perėjo į naują režimą. JAV Patentų

ir prekių ženklų biuras 1987 m. pakeitė iki tol galiojusią nuostatą nepatentuoti gamtotyros šakos atradimų ir nusprendė, kad gyvūnijos komponentai – genai, chromosomos, ląstelės ir audiniai – yra galimi patentuoti ir paversti intelektine nuosavybe tų tyrinėtojų ar kompanijų, kurie pirmieji išskyrė tam tikras šių komponentų ypatybes, aprašė jų funkcijas ir nurodė praktinio panaudojimo sritis bei būdus. Dera prisiminti, kad 1928 m. šiame biure norėta užpatentuoti volframą, tačiau prašymas buvo atmestas, aiškinant, jog gamtoje esančios medžiagos negali būti laikomos išradimais, kitaip tariant, atradimai nelaikomi išradimais. Naujoji patentavimo nuostata leidžia patentuoti ir gyvūnus bei augalus su pakeistais genais. Transnacionalinės vadinamosios *life-science* korporacijos stengiasi išstumti natūraliąją žemdirbystę ir į savo rankas suimti visas sėklų atsargas, šiek tiek modifikuodamos tų sėklų genus ir šitaip įtvirtindamos nuosavybės teisę. Taip korporacijos tampa sėklų tiekėjomis, o ūkininkai – sėklų naudotojais, neturinčiais jokios nuosavybės teisės į derlių, nes jie juk neišperka patentuoto augalo. Tokių korporacijų tikslas yra užvaldyti mūsų planetos maistinių augalų sėklų atsargas, šitaip visus gyventojus paverčiant jų tiekiamos augmenijos vartotojais, o visą augmeniją bei gyvūniją – biologiniais tų kompanijų nuosavybės teise valdomais ištekliais (plačiau apie bioišteklių nusavinimo tendencijas ir praktikoje įgyvendinamas strategijas žr. Rifkin 2000: 65–69). Natūraliosios žemdirbystės šalininkai spaudžiami pasitelkiant įvairių šalių teismus, jiems teikiami ieškiniai dėl intelektinės nuosavybės gynimo ir apsaugos. Teisinėje praktikoje vis labiau įtvirtinamas supratimas, esą patys ūkininkai turi prižiūrėti savo laukus, kad į juos nepatektų patentuotų augalų, o jei tokių pastebėjo – apie tai privalo pranešti juos pašalinsiančiai kompanijai. Ūkininkas, nepastebėjęs „naujovių“ (o juk iširti naujuosius augalus jis galimybių neturi), gali būti kaltinamas pasikėsiniu į patentuotą nuosavybę ir įtraukiamas į ilgus metus trunkantį ir brangiai kainuojantį teismo procesą (apie konkretų sudėtingo teismo natūraliosios žemdirbystės išstūmimo atvejį žr. Garforth 2006). Valstybė ir jos teisinė sistema linkusi palaikyti

galingas korporacijas, ką ir kalbėti apie kai kurių mažų šalių politinį elitą, masinamą užsienio investicijų ir įgyvendinantį investicinės aplinkos gerinimo politiką.

Genetinis pasaulėvaizdis ir jame švytinti gundanti nemirtingumo idėja nepaprastai paveikūs ir dėl postmoderniosios kultūros, ypač kino filmų, platinamų vaizdinių, kuriamų genų inžinerijos ir biotechnologijų laimėjimų pagrindu, – chimėrų, klonų, transgeninių gyvūnų (plačiau apie tokias technologijas ir jų taikymo perspektyvas žr. Baylis ir Robert 2004), taip pat vis labiau įsivyraujancio mokslinio informacinių ir biotechnologijų diskurso. Žmonijos ateitis siejama su maišytomis gyvybės formomis – transgeniniais ar kitaip genetiškai pakeistais organizmais, padėsiančiais atitolinti, vėliau ir įveikti mirtį. Chimėrų ir transgeninių gyvūnų, jau nekalbant apie klonus, kūrimas jau dabar plačiai paplitęs. Chimėros kuriamos iš kelių embrionų – tam tikroje dirbtinėje terpėje ląstelės ir embrionai tiesiogiai sąveikauja ir susilieja į naują embrioną, o transgeniniai gyvūnai „gaunami“ embrionui įvedus papildomus genus (plačiau apie genetiškai modifikuotus gyvūnus žr. Dewar 2004). Jau prieš dešimtmetį galėjo priblokšti į vieną bandą surinktų iš pažiūros įprastai atrodančių gyvulių ypatybės: karvės duoda pieną, kuriame gausu žmogaus proteino laktoferino, naudojamo priešinfekciniams preparatams gaminti; ožkos duoda žmogaus proteinu antitrombinu ir albuminu pagardintą pieną; avys teikia alfa antitrypsiną, padedantį gydyti cistofibrozę; vištelės pačios sau pasigamina antibiotikų (Best ir Kellner 2001: 173). Daugėja ir įvairiose šalyse sukurtų klonuotų gyvulių (taigi visokios populiariojoje kultūroje plintančios pamėklės gali būti moksliskai paaiškinamos). Daugelis tyrinėtojų sutinka: kad ir kokie barjerai būtų kuriami, žmogaus klonavimo nepavyks išvengti, nes pernelyg daug mokslininkų lenktyniauja, kas pirmas pasieks tikslą. Didžiojoje Britanijoje 2007 m. leista kurti chimėras, tačiau kol kas jų gyvavimo laikas apribotas iki trijų savaičių. Realiau žingsniu nemirtingumo link laikomas nemirtingų ląstelių linijų išskyrimas tiriant vėžinius procesus. 2000 m. sausį BBC transliuotoje mokslinėje programoje „Gyvenimas ir mirtis XXI amžiuje“

(*Life and Death in the 21st Century*) buvo pranešta apie galimybę „nemirtingumą įrašyti į žmonių rasės genus“, o šią galimybę etiniu požiūriu apmąstantis Johnas Harrisas prieina prie tokios išvados: nors nemirtingumas išskaido žmoniją į galinčiuosius ir negalinčiuosius jo siekti, tokio gėrio nėra pagrįsta atsisakyti tik dėl to, kad jo negalima paskirstyti visiems (Harris 2004: 529). Tokiu atveju pagrindiniu etikos klausimu tampa, pasak J. Harris, nemirtingųjų ir mirtingųjų sugyvenimas, ir tam jau dabar dera ruoštis.

Leslie M. Bowen, patvirtindama daugelio tyrinėtojų nuomonę, pabrėžia, kad žmogaus kūnas jau senokai pradėtas laikyti tam tikra visuomeninių išteklių atmaina, kurią verslas ne tik gali, bet ir privalo perdirbti ir pateikti rinkai kaip paklausias prekes: „(...) visas kūnas (gyvas, negyvas ar šaldytas), kūno dalys (gyvybiniai organai, kūno skysčiai ir audiniai, visos medžiagos) ir kūno organų komponentai (ląstelės, DNR dalys) jau tapo vertingomis rinkos prekėmis“ (Bowen 2005: 28). Ji atkreipia dėmesį į susiklosčiusią JAV teisės nuostatą suteikti nuosavybės teises manipuliuojantiems biologine medžiaga (vadinamiesiems išradėjams) ir nepripažinti reikalavimų, kuriuos reiškia tų medžiagų šaltiniai – konkretūs žmonės. Ši nuostata, nepaisant kai kurių išlygų ir stiprėjančios visuomeninių organizacijų kovos dėl galimybių genų nuosavybės teisėmis dalytis su korporacijomis, įsivyrėja šiuolaikiniame pasaulyje. Pavyzdžiui, ES 1998 m. patvirtinta Biotechnologijų direktyva (EUD 1998) draudžia patentuoti žmogaus klonus, embrionų panaudojimo technologijas, bet leidžia patentuoti pavienius kūno elementus, tarp jų ir genus, jei nustatoma galimybė juos panaudoti industriniu būdu. Žmogaus kūno „ištekliai“ ir gyvybės formos suprekinami išplečiant intelektinės nuosavybės sampratą ir tos nuosavybės apsaugos teises taip, kad jos apima genus, proteinus ir biotechnologijas. Patentuojami ir genetiškai modifikuoti gyvi organizmai – 1988 m. buvo užpatentuota vadinamoji Harvardo onkopelė. Pastaruoju metu ryškėja tendencija patentavimą naudoti kaip patikimą būdą rinkai, skirtai naujoms technologijoms, išplėsti ir nusavinti (Amani ir Coombe 2005: 163). Šios tendencijos pavyzdys yra korporacijos

„Human Genome Sciences“ užpatentuotas proteinas, kurio funkcijos patentuojant nebuvo žinomos. Vėliau paaiškėjo, kad kaip tik per šį proteiną į ląstelę įsiskverbia AIDS virusas, todėl dabar jo saviškai gaus atskaitymus nuo visų naujų vaistų, trukdančių ar neleidžiančių virusui praeiti per proteino „vartus“. Patentas įteisino ne tik proteino, bet ir gydymo rinkos dalies nuosavybę.

Kitą nemirtingumo versiją teigia kompiuterių ir komunikacinių technologijų poveikį apmąstantys filosofai ir tyrinėtojai. Ray Kurzweillas įsitikinęs, kad jau trečiojo XXI a. dešimtmečio pabaigoje žmonės su protingomis mašinomis bendraus natūraliu būdu per neuroninius implantus, paskui žmonių su neuroniniais implantais tik daugės. Tikima, kad neuroniniai lustai pajėgs kaupti atsiminimus, duomenis apie žmogaus gyvenimą, būdo bruožus, jausmus, išgyvenimus ir formuos galimą išsaugoti asmens tapatybės „dokumentą“, kurį bus įmanoma perkelti į kitą būtybę (Kurzweil 1999). Tokiam žmogaus evoliucijos vaizdinui pagrindus dėjo Donna Haraway, 1985 m. išspausdinusi „Kiborgo manifestą“. Ji atkreipė dėmesį į vis spartesnį ir įvairialypiškesnį žmogaus gyvenamo pasaulio technologinimą ir padarė parastą išvadą: šių laikų žmogui jau būdingas technologiskumas. Tokia išvada plaukia ir iš M. Heideggerio išsakytos šiuolaikinio gamybinio-technologinio mokslo bei pasaulio vaizdo sampratos. Atsižvelgdama į šiuolaikinio žmogaus technologiskumą, D. Haraway ėmė dekonstruoti visas ontologinėmis laikytas žmogaus ir gyvūno, organizmo ir mašinos bei mechanizmo, fizinio ir nefizinio pasaulių, vyro ir moters perskyras bei atskirtis, rodydama, kaip ma-

* Žodis „kiborgas“ (*cyborg*) nepaprastai išplito. Tai, kaip jis atsirado ir išpopuliarėjo, rodo, kaip šiuolaikinėje kultūroje susisaisio įvairios technologijų inovacijos ir kaip jos įgauna paveikius meninius pavidalus. Šis žodis pradėtas vartoti kariškių, kai NASA užsakė Pentagonui „Kiborgo studiją“ (*Cyborg Study*) žmogaus ir mašinos sujungimo galimybėms tirti. Vėliau kariškiai, vengdami neigiamų „kiborgų kariaunos“ konotacijų, šią sąvoką, jau pradėjusią plisti įvairiose kultūros srityse, liovėsi vartoti. Kariškių žodyne įsitvirtino pakaitalai – „biotelemetrija“, „teleoperatorius“, „bionika“ ir kt., o kine, literatūroje ir teoriniuose diskursuose vis dėlto įsigalėjo „kiborgas“. Karinis kompleksas ne tik skatina informacinių technologijų plėtrą, teikia kultūrai įvairių kovų vaizdinius, civilizacijų raidos scenarijus, bet ir savo tikslams vis labiau pasitelkia šiuolaikinės populiariosios kultūros bei medijų industrijos priemones (plačiau žr. Der Derian 2001).

šina „įsiskverbia“ į organizmą ir žmogų, juolab kad mašina yra savo gyvenimui gerinti žmogaus kuriamas gaminys, perimantis gerąsias žmogaus savybes: „(...) mūsų mašinos stebėtinai gyvybingos, o mes patys bauginamai inertiški“ (Haraway 1991: 153). Svarstymus apie techninių būtybių galimybes pastaruoju metu skatina ir nanotechnologijų laimėjimai – jau dabar veriasi galimybė kurti ir į žmogaus kūną suleisti mažyčius sugedusias ląsteles bei organų vietas remontuojančius prietaisus. Įdomu ir tai, kad, kai kurių religinės pakraipos mąstytojų nuomone, technologinį žmogaus tobulinimą dera suvokti kaip žmogaus evoliuciją *techno sapiens* link ir laikyti tokią raidą žengimu į Dievo karalystę (Jackelén 2002: 293). Žmogaus sutechninimas įsivaizduojamas jo sudievinimo požiūriu. Tačiau šiuo atveju neatsižvelgiama į Dievą ir dieviškumo pajautą ištrinantį šiuolaikinio mokslo pobūdį, didžia dalimi lėmusį sekuliarios Vakarų civilizacijos stadijos įsivyravimą.

Nemirtingumas turi žmogų išlaisvinti iš pavaldumo gamtai, suteikti jam visagalybę gyvybės, erdvės ir laiko atžvilgiu. Žmogus pats ima valdyti savo evoliuciją. Dėl šios priežasties jau nebeatrodo keistas XIX a. rusų religinio mąstytojo Nikolajaus Fiodorovo įsitikinimas, kad gamtą perkeičianti ir sudievinanti žmonija, pereinanti nuo gamtos eksploatavimo prie jos reguliavimo, turi išsikelti tikslą fiziškai prikelti visus žemėje gyvenusius žmones, ir šie, pritrūkus vietos, gali kurtis kitose planetose. Šiam jo įsitikinimui būdingas tam tikras postmodernumas – postmodernioje kultūroje veikia senųjų kultūrų, religinių bei etninių tapatumų, ezoterinių praktikų „prikėlimo“ ir suprekinimo mechanizmas, palaikantis mokslinę žmogaus „prikėlimo“, kaip genetinės rekonstrukcijos, idėją. Mintis apie žmonių prikėlimą ir apgyvendinimą kitose planetose siejasi su J. F. Lyotard'o svarstymais apie Vakarų civilizacijos raidą, nulemtą žmonijos savisaugos ir išlikimo instinkto, – žmonija kuria savo infoneurogenetinį pavidalą, išsigelbėsiantį nuo Saulės sistemą neišvengiamai ištiksiančios baigties pasklindant po Visatą (Lyotard 1996: 13–14). Šiuo atveju nemirtingumo idėja suvokiama kaip civilizacijos ir žmonijos raidos „ašis“ ir tikslas.

Kad ir kaip suvoktume „nemirtingumą“, ginčytumės dėl jo tikrumo ar netikrumo, galima prieiti prie vienos išvados – visos žmogaus gyvenimo ilginimo galimybės, teikiamos genetikos, informatikos ir kitų mokslų laimėjimų, palaikančių gundančią nemirtingumo idėją, jau yra „užimtos“ prekių santykių, taigi ir pats nemirtingumas įmanomas tik kaip prekė. Todėl gundymą nemirtingumu galėtume įsivaizduoti kaip žmogaus išlaisvinimo ideologijos atmainą, kuri pridengia naują suprekinimo ir suišteklinimo sritį – kūną ir gyvybę. Nemirtingumo ideologemos ypatumas tas, kad ji tarsi išlaisvina ir iš prekių santykių – juk nemirtingasis, įgaudamas dieviškąjį atributą, prekius santykius palieka mirtingųjų tikrovėje. Tokiu atveju ši ideologema gali tapti veiksminga žmonių priežiūros ir valdymo priemone – žmonės patys tvarkosi taip, kad gautų galimybę siekti nemirtingumo (lygiai taip, kaip patys siekia vis naujų vartojamųjų gėrybių), kurio „tikrumą“ laiduoja mokslas, kultūra ir švietimas.

POSTMODERNUSIS NEMIRTINGUMAS Z. BAUMANO IR J. BAUDRILLARD'O AKIMIS

Nemirtingumo temos ir pažado svarbą postmodernybei ir postmoderniajai teorijai pabrėžė Z. Baumanas, vieną savo veikalo „Postmodernybė ir jos ydos“ (Bauman 1997) dalį pavadinęs „Nemirtingumas, postmodernioji versija“. Šis pavadinimas pateikia aiškią nuorodą į kompiuterijos žodyną. Z. Baumanas įvairiais aspektais aptaria visą laiką žmonijos puoselėjamą nemirtingumo idėją ir iškelia postmodernioje visuomenėje išryškėjusį prieštaringumą: mokslas siūlo biologinį nemirtingumą, o kultūra ir ekonomika skleidžia žinią apie žmonių perviršį ribotų ir vis labiau senkančių išteklių sąlygomis. Įžvelgiama grėsmė, kad išgyvenimo ir gyvybės pailginimo šansai bus „privatizuoti“ (ten pat: 158), kaip kad jau nu-

tiko daugeliui kitų žmogaus gyvenimo sričių. Suprantama, „privatizavimas“ nurodo ne į kokios nors sau mokslo laimėjimus pajungusios žmonių grupės veiklą ar kėslus, o į kapitalizmo sistemos raidos logiką, kuri vieniems socialiniams sluoksniams suteikia pranašumą prieš kitus galios ir gyvenimo galimybių atžvilgiu pagal tai, kaip tie sluoksniai padeda įgyvendinti besąlygišką „kapitalo laisvės“ principą. Z. Baumanas aiškina, kad postmodernioji masiniu vartojimu grindžiama kultūra šiaip jau nuvertina ar susilpnina svają apie amžinąjį gyvenimą išvydama mirties baimę – mirtis ir mirusiųjų atminimo puoselėjimas „perleidžiami“ profesionalams, kad nebūtų trikdoma vartojimo puota. Antra vertus, „kitų“ mirtis paverčiama nesibaigiančiu vaizdų srautu, kuris suponuoja karnavalinį pačios mirties pobūdį. Tokia „supramoginta“ ir subanalinta mirtis nebekelia stiprių jausmų. Mirties vaizdų potvynį (žiniasklaida, filmai, spektakliai), paverčiant ją kasdienybės spektaklio vaizdiniu bei ženklu, galima suvokti ir šiek tiek kitaip: subanalinta, nureikšmintą mirtis tampa tokiu gyvenamo pasaulio elementu, su kuriuo galima susitvarkyti pasitelkiant technologijas. Sunykus transcendencijos nuovokai, palaikytai religinio tikėjimo ir mirties pajautos, viskas pasidaro pavaldus moksliniam-technologiniam protui, ypač jo skleidžiamai ideologijai. Juolab kad mirties vaizdai vis labiau siejami su atgimimo ar prikėlimo galimybėmis, kurioms vaizdinius pavidalus suteikia masmedijų menai. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad vaikai kompiuterinių žaidimų pratinami „skaičiuoti gyvybes“ – jų galima sukaupti daug ir šitaip įgyti pranašumą prieš turinčiuosius tik „kelias“. Taigi mirties subanalinimas gali ne tiek menkinti, kiek gaivinti svajonę apie nemirtingumą kaip apie moksliniu-technologiniu požiūriu įgyvendinamą projektą.

Z. Baumanas nemirtingumo pažadą sieja su kompiuterinės technikos plėtra prasidėjus „Antrajai medijų erai“. Anksčiau žmogaus biografijos faktai, nuveikti darbai buvo išsaugomi kultūros atmintyje, kuri ir laidavo jo „ilgaamžiškumą“. Dabar technologinė atmintis žmones perkelia į virtualią erdvę, kurioje gyvenama pagal kitus, nuo žmonių nepriklausomus pačios sistemos, ar „matricos“,

dėsnius. Toje aplinkoje žmonių duomenims ir vaizdiniais, apibendrintiems jų paveikslams tenka patirti mutacijas, saugotis virusų, gydytis nuo jų, vengti atakų, o sunaikintieji gali atsikurti. Dirbtinė kompiuterių sistemos, kuri rutuliojasi vis labiau įtraukdama žmonių gyvenamą pasaulį ir jį užvaldydama (kontrolė perleidžiama automatizuotoms stebėjimo įrangoms), atmintis geba išlaikyti visus geidžiančiuosius, tačiau ir joje gyvenimus galima tam tikram laikui ištrinti. Taigi mirtis jau nebe unikalus ir neatšaukiamas įvykis, o tik galimas kartoti išnykimo ar pašalinimo veiksmas. Pasak Z. Baumano, modernybė siekė mirtį dekonstruoti, o postmodernybė dekonstruoja nemirtingumą, paversdama jį kartotinu technologiniu veiksmu ir naikindama būtiškąją mirtingumo ir nemirtingumo prieštarą, todėl „nemirtingumas jau nebėra mirtingumo įveika (*transcendence*)“ (ten pat: 103). Nemirtingumas virtualiame ir virtualizuojamame pasaulyje tampa toks pat galimas pašalinti bei prikelti, kaip ir gyvenimas pasaulyje, kuriame nyksta realumo ir virtualumo skyrimo nuovoka. Drįstume manyti, kad nemirtingumo dekonstravimo ir nemirtingumo prijaukinimo vaizdiny, kalbant apie postmodernybę, truputį supaprastina nemirtingumo, kaip pažado ir gundymo, reikšmę: gundantis mokslo pažadas, apimantis informacines ir nano- bei biotechnologijas, suponuoja įveiką ir įsilaužimą į naują sritį, naują neįtikėtiną mokslo laimėjimą, suteikiantį žmonijai didžiulį gėrį. Todėl genetinis-technologinis diskursas „karščiausius“ laimėjimus pateikia kaip išskirtinius, žmonijai kitokį gyvenimą žadančius „įrankius“, išlaisvinančius ją iš priklausomybės nuo gamtos. Šiuo požiūriu svarbus yra genetinio diskurso skleidžiamas gyvosios ir negyvosios gamtos skirties įveikos ir tų dviejų sričių susiejimo vaizdiny.

J. Baudrillard'as nemirtingumo pažadą kaip tik ir sieja su klonavimo technologijomis. Jam rūpi metafizinis nemirtingumo pažado aspektas – kuo virsta žmogus, kaip individas ir rūšis, įsivyraujant klonavimo technologijai ir ideologijai? Šį klausimą jis svarsto atsižvelgdamas į žmogaus evoliuciją ir iškeldamas esminę mirtingumo reikšmę nelygstamo individo tapsmui. Nemirtingumo troškimas

yra persmelkęs mokslą, technologijas ir jų laimėjimus iškeliančią bei pasaulio vaizdą kuriančią ideologiją. J. Baudrillard'as atkreipia dėmesį į tokią paradoksalią aplinkybę: reali nemirtingumo apraiška glūdi žmogaus ląstelėse, bet ta apraiška pačiam žmogui mirtinai pavojinga. Kas atsitinka, kai žmogaus kūno ląstelės „užmiršta“ mirtį? Jos pradeda nepalaujamai dalytis, gaminti savo pačių kopijas. Kitaip tariant, tampa vėžinės. Jei toks dalijimasis nesustabdomas, žmogus miršta. Vadinas, esama tam tikros genetinės „anomalijos“, kuri paleidžia ląstelės nemirtingumo mechanizmą. Žmogus kilo iš šiaip jau nemirtingos galinčių be galo dalytis organizmų terpės, ir mitologija išsaugojo prisiminimą apie tą nemirtingą būvį: daugelis mitų teigia pirmuosius Dievo kūrinius buvus nemirtingus ir dėl tam tikrų veiksmų ar pražangų tapus mirtingus; atmintis apie tą būvį perteikiama pasakojimais apie dangiškąjį rojų, išvartymą iš to rojus ir galimybę į jį sugrįžti. Gyvosios gamtos evoliucijos požiūriu pirmieji kūriniai irgi buvo nemirtingi ir, tik įgavę galią mirti, jie atvėrė žmogaus būties sritį. Žmogus tampa individu tik išvartas iš rojus ir išgyvenęs lyties skirtingumo dramą. Mūsų ląstelėse įrašytas nemirtingumas klonavimo technologų iškeliamas kaip mokslinė siekiamybė, galinti žmogų išlaisvinti iš jo mirtingumo apibrėžties. Taigi gali būti, kad žmogui teks kovoti dėl mirties, antraip jis sugrįš į tą savo evoliucijos laikotarpį, kurį galima vadinti bakterijų ar virusų etapu – tai to paties genų darinio kopijų „gamyba“.

Mirtingumas nulemia žmogaus individualybę, jo unikalumą ir yra siejamas su lyčių skirtingumu. Apvaisinimo metu spermatozoidas ir kiaušialąstė miršta, kad rastųsi nauja mirtinga gyvybė. Mirtinga gyvybė įveikia nemirtingąją ir iškyla virš jos. Tačiau dabartinėmis biotechnologijomis ir klonavimu evoliuciją stengiamasi apgręžti ir sukurti esamo pasaulio kloną, kurį būtų galima be galo kartoti. Tas klonas būtų genetinių kodų rinkinys. Taigi po didžiosios *revoliucijos*, kurią patyrė lytį ir mirtį iškėlęs evoliucijos vyksmas, mes išgyvename didžiąją *involiuciją*, kuri, pasitelkusi įvairias technologijas, siekia mus iš lyties ir mirties išlaisvinti (Baudrillard 2000: 8). Iš lyties apibrėžtumo laisvinamasi ir per įvairias vaikų

švietimo programas – daugelyje šalių darželius lankantys vaikai pratinami prie pasakų apie vienos lyties princų meilę ir vėlesnį jų laimingą gyvenimą.

Prisiminkime krikščionybės pažadą – paskutinįjį teisimą, kūno iš numirusiųjų prisikėlimą ir amžinąjį gyvenimą. Gal technologijos ir yra priemonė tam pažadui įvykdyti? Jau minėjome, kad kai kurie teologai stengiasi pagrįsti tokią evoliucijos eigą. Tačiau krikščionybės pažadas apima du svarbius dalykus: išlaikoma transcendencijos dimensija ir realusis pasaulis patiria pabaigą. Technologinis mąstymas yra nukreiptas prieš transcendenciją ir stengiasi ją visokiais būdais ištrinti iš žmonijos atminties. Technologijos žmogus užima Dievo vietą tam, kad realiame pasaulyje galėtų pats vykdyti Didžiojo teisėjo funkcijas – skirstyti žmones į vertuosius ir nevertuosius nemirtingumo. Krikščionybės požiūriu galėtume daryti tokią išvadą: kadangi nemirtingumas žmogui „grąžinamas“ užsibaigus pasauliui, nemirtingumo bruožų „gaminimas“ šiame pasaulyje yra to pasaulio naikinimas. Nors teologijos argumentų nepasitelkia, J. Baudrillard'as prieina prie tokios pačios išvados – klonavimas yra žmogaus ir jo gyvenamo pasaulio sunaikinimas, apgręžiant evoliuciją ir sugrįžtant į nediferencijuotą To Paties amžinybę.

Prancūzų filosofas klausia: neįmanoma pabodo lyčių skirtingumas, seksas, kultūra, kad ji nostalgiskai ir technologiškai gręžiasi į praėjusį vienovės būvį? Kas atsitiko, kad ji nebepakelia savo sudėtingėjimo, kaitos ir savyje slypinčios bei individualybės grindžiančios esminės kitybės? O gal vykdomas visa apimantis bandymas: kiek tik įmanoma sudaiktinant žmogų, bandoma nustatyti tuos nesileidžiančius klonuoti, programuoti, genetiškai ir neurologiškai valdyti jo elementus, kurie ir yra tikrojo žmogiškumo esmė? Bėda ta, kad tokio eksperimento žmonija gali neatlaikyti – mokslas ir technologijos nenumato jokių raidos bei eksperimentavimo ribojimo gairių. Tos gairės turėtų kilti iš kultūros ir čia įsitvirtinusios žmogaus sampratos. Tačiau pati kultūra suindustrinama, visuomenė sekuliarizuojama, žmogaus sampra-

ta pajungiamo rinkos ar mokslo plėtros poreikiams ir pradedama tais poreikiais grįsti, todėl mokslo bei technologijų plėtros neberiboja jokios vertybės, jokie su nežmoniškumu susiję draudimai, nuodėmės ar Dievo bausmės baimė. Sunaikinus simbolinę natūraliosios atrankos dėsnį, binariniu kodavimu ir dekodavimu „nutrinant“ simbolinę kalbos funkciją ir perėjus į involiucinį dirbtinės egzistencijos režimą, žmonijos laukia „metonimiška ląstelių amžinybė“ (ten pat: 20). Automatų, klonų ir chimėrų atžvilgiu kalbėjimas apie sielą, sąmonę ar pasąmonę netenka prasmės, o toks kalbėjimas ir kūrė žmogaus esmę.

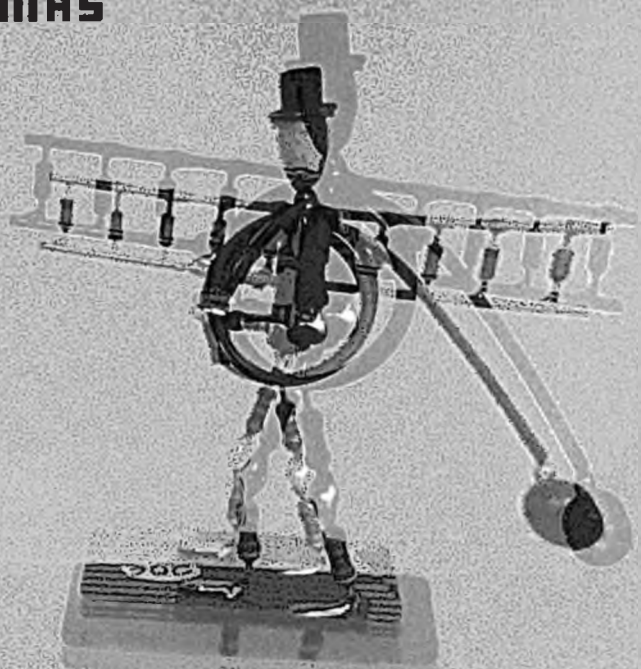
Nemirtingumas, kuriam prielaidas teikia klonavimo technologijos, verčia svarstyti apie tai, kas yra žmogaus klonas. Klonas nėra nei vaikas, nei dvynys – tai materialų pavidalą įgavęs antrininkas, galimas be galo kartoti. Toks kartojimas naikina kitoniškumo pajautą, su ja ir vaizduotės sritį (Baudrillard 1993b: 116). Vadinas, klonavimas iškelia galimybę kartoti identiškas būtybes, nebesikreipiant į jokią originalą. Juk iš senovės gyvūno ar žmogaus liekanų originalo neįmanoma nustatyti, bet, aptikus DNR išlaidusio audinio, tą gyvūną ar žmogų galima atkurti. Suprantama, genetinį antrininką, o ne sielą turintį ar kultūrinį individą. Galima gaminti ir vienodų kūdikių serijas, nes genetiniam kodui kūnas nereikalingas. Nereikalinga ir lytinė sueitis bei apvaisinimas, todėl atkrinta originalo klausimas. Nesvarbu originalas ir automatams ar mechaniniams įtaisams. Žmogui reikalingas transcendencijos Kitas, nes būtent Kitas jam suteikia galimybę tapti nelygstamu individu; žmogus savo būtį grindžia ne pats ir ją grindžia ne jo kūriniai, bet tas esminis Kitas, šitaip palaikantis ir savo paties kaitą. Kitas nustato socialumo režimą, įtvirtinantį žmonių kitoniškumą. Vyrų tampama moters akivaizdoje, o moterimi – vyro. Be Kito, nėra ir kitoniškumo: jį pakeičia kitoniškumo imitavimas, serijinis kitoniškumas, To Paties kitėjimas. Dekonstrukcija kaip tik ir nužymi tą vyksmą, išnykus radikaliai Kitam. Dekonstrukcija veikia Kito nesaties akivaizdoje, minties įvykių ir radikalias prieštaras versdama apmąstymų ir skirtingėjų serijomis. Reikalavimas

„pripažinti skirtingumą“ iš esmės teigia lygiavą: visiems pripažįstant visų skirtingumą, išnyksta išskirtinumas ir jo nuovoka. Kitaip tariant, paneigiamas radikalumo, nesulyginamumo, išskirtinumo, lyčių skirtingumo plyšys – bet juk tik jis gali palaikyti žmonių gyvenamą pasaulį.

Nanobiotechnologijų ir klonavimo plėtra vis spartėja – beveik kasdien pasaulio spaudoje pasirodo pranešimų apie naujus laimėjimus. Norint įsivaizduoti šio vyksmo padarinius, pirmiausia būtina aiškintis, kas vyksta. Tam būtina drąsa suvokti. J. Baudrillard'as šių laikų filosofinei minčiai kaip tik ir kelia užduotį eiti iki hipotezių, reiškinių ir procesų ribų, mąstyti „ant ribos“, nesibijant priartinti net galimos katastrofos ženklų.

2 skyrius

**VISUOTINIS
KAPITALIZMO
TRANS-
GRESYVUMAS**



TRANSGRESIJA IR TRANSGRESIJOS IDEOLOGIJA

Ankstesniame skyriuje aptarėme kapitalizmo sistemos raidai būdingą suprekinimo ir suišteklinimo galią. Postmodernybę nusakėme kaip tokią kapitalizmo stadiją, kai suprekinimo ir suišteklinimo galia įsiveržia į gyvybės sritį, gundydama žmogų prekinio nemirtingumo apžavais. Šiame skyriuje gvildensime kapitalizmo sistemai būdingą transgresyvumą, kuris postmoderniojo filosofavimo lauke svarstomas pasitelkus sąvokas, iškeliančias įvairius socio-kultūrinius ribų peržengimo, sulaužymo ir įveikos aspektus. Ribos apmąstymas suponuoja galimybę ją įveikti, nes ribos sugriebimas mintimi jau yra jos peržengimas, anksčiau ar vėliau apsieiškiantis kūrybiniu ar praktiniu veiksmu. Postmodernaus dekonstravimo nuostata grindžiamas (jei šiuo atveju galima kalbėti apie dekonstruktyvistų nemėgstamą grindimą) filosofavimas kaip tik ir siekia mąstyti ribas ir šitaip rodyti jų sąlygiškumą, nepaliojamą priešribo (savaiminio aiškumo, savumo, normalumo, akivaizdumo, stabilumo srities) ir užribo (neaiškumo, nesavumo, nenormalumo, beribiškumo srities) sąveiką, taip pat iškelti socialinę ir kultūrinę kovą dėl ribų nustatymo ir įtvirtinimo; ši kova yra lemiamas individualių bei grupinių tapatumų kūrimo veiksnys, susiejantis kūną, sąmonę ir teritoriją. Dekonstravimo nuostata transgresijos atžvilgiu veikia besąlygiškus dalykus „versdama“ sąlygiškais, besąlygiškus akivaizdumus, tapatumus, tabu ir normas „versdama“ sąlygiškais socialiniais konstruktais, įtvirtinamais tam tikrame nusistovėjusiame galios konfigūracijos lauke. Kitaip tariant, dekonstravimas jau savaime yra filosofinės transgresijos veiksmas, iškeliantis besąlygiškumui būdingą sąlygiškumą ir šitaip jį decentruojantis ir destabilizuojantis. Šiuo atžvilgiu filosofinė dekonstrukcija gimininga modernistinėms meninėms praktikoms, kurios sąmoningai laužė (perženginėjo) socialinius, kultūrinius ir psichologinius draudimus, ypač susijusius su seksualumo raiška ir socialiniu tos raiškos valdymu: jį palaiko nepaliojamas, daugialypis aiškios moteriškumo ir

vyriškumo skirties, taip pat keistų seksualumo pavidalų nenormalumo tvirtinimas. Šios praktikos paskleidė paveikį meninę ir politinę išsilaisvinimo ideologiją – transgresiją, suvokiama kaip tabu bei normų laužymas, kurį palaiko meninis veikimas „riboje“, imta laikyti esminiu ir individualaus išsilaisvinimo iš visuomenės primestų įvairialypių apribojimų, ir revoliucinio proveržio veiksmu. Tiesa, vėliau peržengimo veiksmai tapo meninės praktikos tiražuojamais, taigi suprekintais ženklais. Ta ideologija nepaprastai gajios apraiškų ne tik gausu šiuolaikinėse teorijose, gvildenančiose išlaisvinamo ir išlaisvinto seksualumo raišką ir jos svarbą individualiam bei grupiniam tapatumui kurti ar politiniams tų tapatumų įtvirtinimo veiksams, – ji palaiko išlaisvinantį šiuolaikinio vartojimo vaidmenį iškeliančius tyrinėjimus.

Modernistinių meninių praktikų ir jų skleidžiamos ideologijos veikiamas susiklostė bei įsitvirtino individualistinis transgresijos supratimas – tabu bei normų laužymas yra individualus ir sykiu kūrybinis *par excellence* laisvinimosi veiksmas, taip pat asmenybės saviraiškos būdas (vėliau – imitacijos, kurios jau galimos suprekinėti). Toks supratimas savaip suaktualino romantinį kūrėjo genijaus įvaizdį, sykiu jį susocialino, supolitino ir nudvasino. Romantikai genijaus kūryba laikė individo socialines apibrėžtis peržengiantį dvasinį proveržį, kurio vertę laiduoja dvasios absoliutumas, o modernistinei meninei ideologijai, besirutuliojančiai sekuliarizacijos sąlygomis ir besistengiančiai išvengti sąsajų su dvasia bei dieviškumu, svarbesni buvo socialiniai dalykai – epatažas, tabu ir šventumos ženklų „išrengimas“ ar laužymas. Nudvasinant meninės kūrybos vyksmą, pats transgresijos veiksmas pradedamas laikyti svarbiausiu kūrybos ir kūrinio meniškumo bruožu ar net juos kilinančiu šaltiniu.

Kiek individualistinis transgresijos įsivaizdavimas yra pagrįstas? Nėra sunku įvardyti tokio įsivaizdavimo prielaidą: veiksmą lemia individo apsisprendimas, o išsilaisvinimas yra individo siekiamybė ir jo patiriama būseną. Tačiau ši prielaida apeina kelis dalykus: individo socialumą bei socialinę laisvės turinį ir, svarbiau-

sia, socialinę reguliančiųjų tabu ir normų pobūdį. Nesigilindami į individo socialumą, į socialinę individualybės suvokimo ir jos ugdymo sąlygotumą (nes tektų kartoti tai, kas daugeliui gerai žinoma), atkreipkime dėmesį į tabu bei normas, kurie visokius transgresijos veiksmus paverčia socialiai reikšmingais ir neišvengiamai paliečiančiais kitus žmones, taigi pastarųjų atžvilgiu prievartiniais įvykiais. Su transgresija siejamo išsilaisvinimo ideologija tabu bei normas pateikia kaip tam tikras transgresijai besipriešinančias, priešstovinčias ir individualumo raišką ribojančias socialines duotybes. Šitai laikoma savaime aišku, nereikalinga išsamiau svarstyti. Transgresija laužo ar peržengia normą (nesvarbu, sekuliarią ar sušventintą), todėl sudrebina socialinę sistemą. Peržvelgę istoriją, atrasime gausybę pavyzdžių, kaip tragiškai sulaužomi pačių laužytojų likimai. Tačiau mums dera kalbėti ne apie istorines sistemas, o apie visiškai konkrečią mūsų visų gyvenamo kapitalizmo sistemą, kurios sąlygomis plėtojamos ne tik transgresyvos meninės praktikos, bet ir įtvirtinama transgresijos samprata ir ideologija.

Reikšminga, kad transgresija vis labiau suvokiama kaip įtvirtintų bei kuriamų normų, tapatumų ir normalumų sąlyga. Postmoderniojo teoretizavimo lauke išplitusi George'o Bataille'aus mintis, esą transgresija tabu ne paneigia, bet peržengia ir užbaigia. Ši mintis paryškina peržengimo būtinybę visokioms apibrėžtims steigti ir įtvirtinti. Suprantama, truputį ironiškai skamba šios minties užbaigos motyvas – pats transgresijos (ir minties) veiksmas suponuoja pakartojimą: užbaigą būtina kartoti, o tabu gali gyvuoti tik peržengimo neįmanomybės sąlygomis. Šiuo atžvilgiu išryškėja normos mąstymo aporiškumas – normos (pavyzdžiui, konstitucijos) steigtis yra „nenormalus“ veiksmas. Mums rūpi ir seksualinis transgresijos aspektas, pasitelkiamas vartotojo tapatumui ir vartojimo ideologijai, pagardintai išsilaisvinimo apžavų, įtvirtinti. Stengiamės pagrįsti mintį, kad vartotojų visuomenėje kūno ir seksualumo išlaisvinimas neišvengiamai įgauna ir prekinį, ir vartojimo sistemos prievartą nuslepiančią ideologinį pobūdį.

Taigi kokie kapitalizmo sistemos bruožai ne slopina, bet skatina transgresyvumu grindžiamą individualizmą, jo raiškos praktiką ir ją išaukštinančios ideologijos sklaidą?

KAPITALIZMO SISTEMOS TRANSGRESYVUMAS

Galima būtų daug kalbėti apie tai, kaip kapitalistinė globalizacija, jos „ugdoma“ vartojimo ir vartotojų visuomenė nepalaujamai keičia ir laužo socialines normas bei socialinius santykius, taip pat pateikti gausybę tokio laužymo pavyzdžių. Tačiau mums svarbu ne tiek konkrečios kultūrinių ir meninių laužymų apraiškos, kiek tai, kas jas neišvengiamai kildina ir palaiko. Todėl vėl tenka atsigręžti į tas K. Marxo mintis, iš kurių akivaizdu, kad šitai nėra joks ypatingas dabartinės kapitalizmo raidos ženklas. Jau „Komunistų partijos manifeste“ pranašišškai teigiama: „Visi nusistovėję, aprūdiję santykiai ir su jais susijusios amžių pašventintos sąvokos bei pažiūros – suardomi, visi naujai atsirandantys santykiai pasensta, nespėję sukaulėti“ (Marksas ir Engelsas 1988: 68). Atkreiptinas dėmesys į kelis šios minties, K. Marxo pagrindžiamos kapitalo saviraidos studijose, aspektus. Kapitalistinė sistema pakeičia feodalinę, sulaužydama čia vyravusius santykius, normas, pažiūras ir tabu, paskui pati rutuliojasi nuolat laužydama visus naujai atsirandančius santykius, neleisdama jiems „sukaulėti“. Vadinasi, transgresyvumas laikomas sisteminiu kapitalizmo bruožu, kildinančiu individualius transgresijos veiksmus. Galima daryti prielaidą, kad individuali transgresija yra kapitalizmo sistemai reikalingas ir tą sistemą nepalaujamai tvirtinantis (į klausimą, kaip tvirtinantis, atsako vartojimo tyrinėjimai) veiksmas. Kitas svarbus dalykas tas, kad marksizmo klasikų retorika rodo juos besižavint kapitalistinės sistemos trans(a)gresyvumu – nusistovėję, vadinasi, visuomenės normaliais laikomi santykiai įvardijami kaip „aprūdiję“, o nusistovintys – kaip „kaulėjantys“. Šiek

ties ironiškai galėtume teigti, kad individualistinei transgresijos, kaip išsilaisvinimo malonumą teikiančio veiksmo, sampratai būdinga marksistinė dvasia, nes marksizmo klasikai paniekinamai žvelgė į visokius tabu ir normas, o jų laužymą laikė kapitalizmo sistemos poreikius tenkinančiu, todėl naujam žmogui būtinu atlikti darbu.

Transgresyvumas ryškus ir žvelgiant į teritorinę bei erdvinę kapitalizmo raidą. Į ją dėmesį atkreipia ir teritorijos reikšmę kapitalo akumuliacijos vyksmui iškelia D. Harvey. Kapitalizmas nepaliaujamai kuria tam tikras santykiškai stabilias gamtines ir socialines aplinkas, kad, išnaudojęs stabilumo teikiamas galimybes, laiku atėjus, jas peržengtų, ir jau naujose vietose būtų ieškoma išteklių, kuriami transporto tinklai ir urbanistiniai dariniai (Harvey 2001: 229). Dėl šios priežasties, spartėjant finansinio investicinio kapitalo cirkuliacijai, vienur regime vietas, kuriose gyvenimas pradeda virte virti, kitur – netikėtą degradaciją.

Toks bendras transgresyvus kapitalizmo sistemos bruožas. Mums labiau rūpi pasiaiškinti vartojimo kapitalizmo stadijai būdingą transgresyvumo sklaidą. Visuotinai pripažįstama, kad vartojimas laiduoja šiuolaikinio kapitalizmo gyvybingumą ir plėtrą. Vartojimo indeksas laikomas reikšmingu šalies ekonomikos ir visuomenės gyvybingumo rodikliu. Vartojimo ir vartotojų kapitalizmas gvildinamas įvairiais aspektais, vartojimo tema – viena svarbiausių postmoderniojo teoretizavimo lauke, ji siejama su pagrindiniais kultūros gamybos pokyčiais ir naujų informacinių bei medijų technologijų sklaida. Postmoderniajam teoretizavimui būdinga kapitalizmo pokyčius gvildinti vartojimo įvairinimo ir sykiu vartojimo universalinimo atžvilgiu, iškeliant vartotojo „gaminimą“ ir vartojimo ideologijos įtvirtinimą. Transgresijos svarbą suprekinimo vyksmui, vartojimo sklaidai ir vartojimo ideologijos įtvirtinimui iškelia įvairūs vartojimo tyrinėtojai, vartojimo požiūriu žvelgiantys į kitus socialinio gyvenimo aspektus ir besiaiškinantys, kaip ekonominė, politinė ir kultūrinė galios suvienija savo pastangas vartojimui skatinti ir vartotojiškumui indoktrinuoti (plačiau žr. Strasser 2002). Šitai ir vėl verčia atsigręžti į K. Marxą, išskyrusį tuos kapitalizmo raidos

bruožus, kurie savo grynuoju vartojimo pavidalu išryškėjo mūsų gyvenamu „užbaigos“ ar „peržengimo“ metu, nors pats vartojimo ir vartotojų kapitalizmo modelis susiklostė jau trečiajame praėjusio amžiaus dešimtmetyje.

Vartojimo kapitalizmo tarpsniu, kurį išsamiau aptarsime kitame skyriuje, gaminamas sistemai reikalingas visuminis vartotojas, kitaip tariant, gaminamas vartotojo tapatumas. Tačiau pastarasis – kaip nuostatos ar įsitikinimo vartoti, poreikių įgyvendinimo ir juos įgyvendinant numatomų patirti malonumų derinys – įtvirtinamas klibinant, ardant, laužant „kietą“, stabilų, „sukaulėjusį“ tapatumą ir jį laiduojančius socialinius (ypač šeimos) santykius. Individo tapatumų gamyba tampa įvairių rinkų ir jų kovos lauku – taigi tapatumas darosi vis nestabilus, paslankesnis (*flexible*), vis labiau fragmentuotas, galimas konstruoti ir perkonstruoti. Individo tapatumų raiškai bei konstravimui svarbi yra viešumo ir privatumo sričių skirtis ir kova dėl tos skirties ribų.

VIEŠUMO IR PRIVATUMO RIBŲ PERŽENGIMAS

Privatumo sritis pirmiausia nusakoma kaip didesnio „leistinumo“, palyginti su viešumu, laukas. „Leistinumas“ apima su viešai pripažįstamomis dorovinėmis, moralinėmis ir juridinėmis normomis siejamą kūnišką seksualinę raišką. Viešuma reguliuojama griežtesnių normų nei privatumas. Privatumo srities atskyrimas nuo viešumos, viešo ir privataus atribojimų įtvirtinimas yra įnirtingų, nors ne visuomet aiškiai apsiareiškiančių politinių kovų arena. Todėl privatumo ir viešumo atribojimo bei jų skirties dekonstravimas, juolab peržengimas, irgi yra politinis veiksmas, veriantis vis naujus kovos dėl privačių tapatumų raiškos įtvirtinimo viešumoje, vadinasi, ir politikoje barus. Bene svarbiausias tų kovų aspektas yra kūno ir seksualumo raiškos supolitininimas, kitaip tariant, legalizavimas tų kūno

ir seksualumo bruožų, kurių išviešinimas dar neseniai buvo laikomas ne tik nepadoriu, socialiai nepriimtiniu, bet kai kada ir baustinu veiksmu. Tokios raiškos sritis buvo „apimama“ nepadorumo, iškrypimo ir nusikaltimo kategorijomis. Galima teigti, kad visiems visuomeniniams seksualiniams judėjimams dėl teisės viešai reikšti savo seksualumo ypatumus būdingi du aspektai: transgresijos ir pilietiškumo (*citizenship*) įtvirtinimo viešumoje, keičiant susiklosčiusias normas ir požiūrius. Šį vyksmą nužymi seksualus piliečio (*sexual citizen*) sąvoka. Seksualus pilietis yra žmogus, kuris sąmoningai veikia sociokultūrinės ir politinės įtampas kildinančioje viešo ir privataus skyrimo (ribojimo) zonoje, siekdamas viešai įtvirtinti savo seksualinį tapatumą. Kaip šiuo atveju suvokiamas transgresyvumas? Transgresijai būdingas nuolatinis savipatumo prasmų kūrimas ir perkūrimas, metantis iššūkius įprastoms institucijoms bei tradicijoms, tokius subjektus (tapatumus) laikiusiems už viešumos ribos arba juos marginalizavusioms (Weeks 1998: 36). Transgresijos veiksmui būdingas perviršis, nes tas veiksmas laužo ir socialines, ir politines normas, verčia valstybės institucijas į piliečio sampratą įtraukti seksualumo raiškos kildinamas prasmes.

Toks transgresijos veiksmas savaip atliepia vartojimo kapitalizmo skatinamą tapatumų kūrimą ir perkūrimą iš vartojimui gaminamų tapatumų „detalių“, kuriose įrašytas sociokultūrinių normų laužymo ir peržengimo kodas. Vartojimo kapitalizmo principą tapatumų vartojimo atžvilgiu galėtume nusakyti taip: visos socialinės normos, vienaip ar kitaip ribojančios seksualumo raišką, įtvirtinamos tam, kad būtų peržengtos dėl peržengiant patiriamo įvairialypio malonumo. Su seksualiniais judėjimais glaudžiai siejasi tapatumų ženklus (*identity markers*) platiems gyventojų sluoksniams gaminančios kultūros industrija. Ypač urbanistinės aplinkos žmonės savo sudėtingus socialinius tapatumus ir sykiu individualybę viešumoje pateikia ir čia įtvirtina derindami kultūros industrijos gaminamus lyties, etniškumo (prigimtiniu laikomo ar pasirinkto), socialinio sluoksnio ir kultūrinio stiliaus skirtingumo ženklus (Zukin 1998: 835). Toje aplinkoje vis didesnę ekonominę

galia įgaunanti kultūros industrija skatina daugiakultūriškumą – etninių bei kultūrinių diasporų steigimąsi, taigi ir jau ryškėjančią stabilesnių kolektyvinių tapatumų poreikio tendenciją.

Seksualaus piliečio gyvenimas, kuriam būdingas transgresyvumas, tampa svarbia kultūros ekonomikos sritimi. Viena vertus, nauji savipatumai kuriami ar konstruojami iš industriniu būdu gaminamų skirtingumo ženklų ir juos palaikančių vaizdinių, kita vertus, transgresyvumu paženklinti judėjimai darosi reikšminga kultūros industrijos sritimi. Pavyzdžiui, gėjų ir lesbiečių, transvestitų ir kitokių keistų subjektų paradai ir karnavalai paženkлина išskirtines turizmo industrijos vietas ir sykiu skatina vietinės kultūros industrijos (pramogų, poilsio, seksualinio vartojimo ir pan.) plėtrą bei sklaidą.

Transgresijos karnavalinimą galima išskirti kaip ypatingą transgresyvaus veiksmo bruožą, socialinius ir politinius transgresijos aspektus susiejantį su vartojimu ir kultūros bei turizmo industrijomis, taip pat tą veiksmą įvelkantį į žavios, geidulingos visuotinės linksmybės drabužį. Transgresijos karnavalinimas padeda įpratinti prie trans(a)gresyvių tapatumų tą publikos dalį, kuri yra linkusi išlaikyti „sukaulėjusias“ normas, ribas ir socialinius santykius, gundant ją šventės malonumais ir ekonomine nauda. Todėl visiškai pagrįstai tvirtinama, kad karnavalinimas tapo svarbia globalizacijos ypatybe – kultūros industrija teikia daugybę šokiruojančios muzikos, televizijos ir kitokių masmedijų formų (Langman ir Cangenie 2003: 167), o turizmo industrija įtvirtina karnavalinių malonumų vartojimo maršrutus.

MALONUMAS IR TRANSGRESIJA

Seksualaus piliečio ir su juo susijusio transgresyvumo samprata apima tris išskirtinas patiriamo malonumo „atmainas“: seksualinį, valdžios (politinį) ir išsilaisvinimo (ideologinį) malonumą.

Išsilaisvinimas linkstamas suvokti kaip seksualumo išlaisvinimas ir naujų jo raiškos formų įtvirtinimas viešumoje, keičiant čia vyrausią sociopolitinių santykių konfigūraciją ir priimtino (įprasto) tapatumo nuovoką. Taigi transgresijos veiksmui būdingas politinis prievartos aspektas – socialinių normų ir tabu laužymas verčia kitus prisitaikyti prie naujo socialinio bei kultūrinio būvio. Suprantama, transgresijos gerbėjai ir ideologai aiškina, kad tokiais veiksmais jie išlaisvina ne tik save, bet ir visuomenę, nes naujos seksualumo raiškos galimybės, taip pat nauji potyrių suvokiniai ir diskursai apie juos padeda pačiai visuomenei geriau suvokti save, todėl yra visuomeninis gėris. Kad ir kaip būtų, kitiems transgresyvus veiksmas dažnai yra prievartinis jų normalaus gyvenimo bei normalumo supratimo laužymas. Kaip tik šį prievartos kitų atžvilgiu aspektą būtina turėti omenyje gvildenant transgresijos teikiamą malonumą: malonumą teikia ir seksualinės raiškos laisvinimas, ir jos primetimas (valdžia, politika) kitiems, iš pastarųjų atkovoiant tam tikrą viešumos sritį. Pasitelkdami religijos sąvokas, galėtume teigti, kad malonumą teikia iš „sukaulėti“ linkstančios visuomenės ar bendruomenės išplėstas nuodėmės legalizavimas ir šventų dalykų (pavyzdžiui, santuokos sakramento) desakralizavimas. Tokį malonumo dvilypumą atitinka ir šiuolaikiniame mene, masmedijų kultūroje išplitę prievartos ir prievartą patiriančios bejėgės aukos vaizdiniai (gaminiai), taip pat įvairios „meninės“ šventumos simbolių išniekinimo ar jų susaistymo su pornografija apraiškos. Kaip tik transgresija grindžiamoms meninėms praktikoms būdinga pasitelkti šokiruojančiai gundantį viešai demonstruojamo atviro lytiškumo, nešvankumo, religijos išniekinimo paveikumą, nes jis pritraukia ne tik žiūrovus, bet ir masmedijas. Šiuo atžvilgiu dera atkreipti dėmesį į obsceniškumo įsivyravimą šiuolaikinio meno srityje gvildenusio Paulio Virilio priminimą, kad žodis „obsceniškas“ kyla iš lotyniško *obscenus*, reiškiančio baisingos lemties ženklą (Virilio 2000: 50). Jis pateikia tipišką pavyzdį: amerikietė Angela Marshal 1997 m. vienoje Londono meno galerijoje pardavinėjo savo kūrinius kartu

su „lytiniu aktu“ – ji aiškino, kad nepergulėjusi su ja publika nėra jos publika. Taip lytinė sueitis sutvirtina ir socialinius, ir meninius saitus.

Seksualumo išlaisvinimą esminiu būdu individui laisvintis iš jį varžančių represinių tradicinės visuomenės – o kaip tik tokia yra Lietuvos visuomenė – pančių laiko ir pagrindinius tokio požiūrio argumentus, teigiančius nelygstamą išlaisvinto seksualumo ir kūno teikiamo malonumo vertę, dėsto Artūras Tereškinas. Svarbiausias žmogaus gyvenimo tikslas, pasak jo, – siekti malonumo, todėl plečiant patirtinų malonumų sritį būtina sąmoningai laužyti visas įprasto, normaliu laikomo seksualumo ir lytinių santykių apibrėžtis, vyro ir moters skirtingumo nuovokas, vadinasi, ir normatyvaus socialinio normalumo palaikomus asmeninius bei kolektyvinius tapatumus. Išsilaisvinti padeda ne tik naujos elektroninės komunikacijos priemonės bei masmedijos, bet ir teoriniai išsilaisvinimo diskursai, parodantys, „kaip ribos tarp to, kas normalu ir „iškrypėliška“, yra sukuriamos, interpretuojamos ir kokiais būdais toms dirbtinėms riboms galima priešintis“ (Tereškinas 2001: 19). Teorinis diskursas sutvirtina išsilaisvinimo per seksualumo bei kūno raišką ideologiją ir viešojoje erdvėje veikia kaip politinė galia. Teorinis ir ideologinis A. Tereškino įkarštis nukreiptas prieš vietinę kultūrą, kurioje dar gajus lyčių skirtingumo ir jo kildinamų normalių lytinių santykių supratimas, varžantis seksualumo raišką ir neleidžiantis patirti tų malonumų, kurie prieinami išsilaisvinusiųjų bendruomenėms. Taigi pats išsilaisvinimas tampa normatyviniu principu, o jo įtvirtinimas imamas laikyti politinės galios apraiška.

Visiškai pagrįstai pašiepdamas kūno ir kūniškumo demonizavimą – dažniausiai savo ruožtu tam tikrą erotizmo raišką, – A. Tereškinas beatodairiškai, vadinasi, ideologiškai kviečia išlaisvinti aistras iš bet kokių apribojimų, peržengiant net vaizduotės galimas nustatyti ribas: „Piliečio ir tautiečio kūnas neįsivaizduotinas nesublimuotas, apsuptas išlaisvintų aistrų žaismo“ (Tereškinas 2001: 119–120). Tačiau tereikia šiek tiek sukonkretinti

išlaisvintų aistrų pavidalus ir atkreipti dėmesį į tų aistrų objektą – Kitą, pavyzdžiui, pedofilijos ar nekrofilijos objektą, ir iškyla tam tikras normatyvumo barjeras – *negalima*. Transgresijos atžvilgiu tas „negalima“ ima veikti kaip gundymas ar net obsesija, ir tai lemia sąlygišką konstrukcinį visų „negalima“ pobūdį. Peržengimo galimybė skatina kurtis įvairius išlaisvintų aistrų teikiamus malonumus patirti akinančias rinkas, todėl visuomenė yra verčiama vis smulkiau teisiškai nusakyti leistinų malonumų sritis. Taigi ryškėja malonumo principo ir transgresijos universalinimo paradoksas – kūniškumo ir seksualumo raiškos išlaisvinimas savo ruožtu skatina visuomenės kontrolės diskursų, kartu ir transgresijos veiksmų juridinimą – išsilaisvinimas įterpiamas į juridinių paslaugų rinką. Kad ir ką kalbėtume apie laisva partneryste grindžiamą malonumo ir transgresijos politiką, pats malonumo ir transgresijos principas nustato aiškią Kito poziciją – malonumo objektas ir priemonė. Tas principas suponuoja manipuliavimą kitais ir prievartą jų atžvilgiu – juk nei malonumas, nei transgresija negali patys kildinti save ribojančios galios. Jei Kito skausmas man teikia malonumą ir skatina mano seksualinę raišką, tai numatomas malonumas niekaip negali manęs versti elgtis taip, kad aš jo vengčiau. Todėl juridinis aktas būtinas, Kitą norint apsaugoti nuo bejėgės aukos pozicijos. Galėtume klausti ir kitaip: ar gali vartojimo teikiamas malonumas imti riboti vartojimą? Šiuo atžvilgiu neįtikina jokie kreipimaisi į įstatymus ar, išskiriant nusikalstamą elgseną, daromos išlygos, nes įstatymai yra sąlygiški socialiniai konstruktai, lygiai kaip ir nusikalstamos veikos apibrėžtys.

Atsižvelgiant į vartojimo kapitalizmo logiką, galima teigti, kad išlaisvinimo ideologija pasitelkiama vartotojo tapatumų rinkai plėsti ir nepaliaujamo vartojimo nuostatai tvirtinti. XX a. pabaigoje populiarioji ir vartojimo kultūros iškėlė idealizuotų kūno vaizdinių vertę – kūnai suvokiami kaip suprekintų sveikatos, grožio ir mados pavidalų santalkos, skatinančios vartojimą, kur suprekinti kūniški malonumai nustato tapatumų kūrimo gaires (Langman 2003: 223). Jokia seksualumo ir kūno raiška jau

neįsivaizduojama be seksualinių paslaugų rinkos. Seksualumas ir kūnas segmentuojami ir suprekinami, bet koks išlaisvintas jų „segmentas“ (pavyzdžiui, kūno puošimo ar žalojimo vietos) kildina paslaugas ar prekes siūlančią rinką. Suprekinimas yra nuosavybės santykių įtvirtinimo forma, o nuosavybės santykiai supo-
nuoja nebe išlaisvinimą, bet valdymą ir pavaldumą.

Iškalbingas suprekinimo ir transgresijos, įvilktos į laisvinimosi ideologijos ir meniškumo apvalką, pavyzdys yra profesionalaus anatomo Güntherio von Hagenso skulptūriniai kūnai. Jis sumanė mirusių žmonių kūnus išsaugoti padengiant juos specialiu plastikumu. Nuėmus įvairius lavono sluoksnius ir „liekanas“ su-
tvirtinus plastikumu, padaromos savotiškos skulptūros. Preparuoti lavonai būdavo naudojami mokslo tikslams tik tam tikrose vietose, o menininkai, jei prireikdavo, naudojo gyvūnų kūnus. 1998 m. Manheime G. von Hagensas surengė parodą, pavadintą „Žmonių kūnų pasaulis“ (*Human Body Worlds*). Paroda buvo skandalinga ir sulaukė 780 tūkstančių žiūrovų antplūdžio. G. von Hagenso „pagaminti“ kūnai stovėjo antikinių skulptūrų pozomis, kai kurie jų rankose lyg trofėjų laikė savo odą, kiti rodė savo vidurius. G. von Hagensas atliko daugialypės transgresijos aktą – jis peržengė ne vieną ribą ir sulaužė ne vieną tabu, tačiau būtina turėti omenyje, kad tai buvo labai pelninga transgresija, autoriui suteikusi ir pasaulinės įžymybės statusą, o šis šiuo metu irgi yra galimas pelningai panaudoti kapitalas. Pirmiausia išviešintas, į dienos šviesą ištrauktas buvo kapas, peržengta viešos vietos ir kapo duobės riba. Parodų salė tapo savotiškomis kapinėmis, kuriose rodomi preparuoti lavonai. Šitaip iš dalies elgiasi ir mumijas eksponuojantys muziejai, tačiau tai linkstama laikyti normalia veikla. Patį preparavimą galima suvokti kaip laidojimo veiksmą – juk prieš laidojamas lavonas tam tikru būdu paruošiamas visose kultūrose. Parodos lankytojams suteikiama galimybė įžengti į kapus ir dalyvauti anapusiniame „vyksme“ – lavonams apsieiškiant kaip meno objektams. Lavonų kūnai išverčiami – jie rodo savo vidurius, jais manipuluojama kaip paprastais objektais. Šiuo atžvilgiu dekons-

truojama archeologija, jau senokai naršanti po kapavietes, bet nelinkusi savo veiklos laikyti šventvagiška ar išniekinančia mirusiųjų – laikoma, kad pats mokslinis tyrinėjimas atriboja mokslininką nuo tokio jo veiklos vertinimo, kaip kad lavono pervardijimas „tyrimo objektu“ nutraukia saitus su religijos ir moralės klausimais. Kodėl šito negali atlikti „menine“ laikoma veikla? Taigi peržengiama mokslinės ir meninės veiklos riba, iki šiol dar gana aiškiai jausta su žmonių fizinėmis kančiomis, ligomis ir mirtimi susijusiose srityse. Pats G. von Hagensas išdidžiai pareiškė naikinęs paskutinius tabu, vadinasi, laisvinąs žmoniją. Neabejotina, kad rasis norinčiųjų pasipuikuoti tokiomis skulptūromis, tad rasis ir tokių objektų rinka, ir gamintojų, atveriančių naujas meninio lavonų pritaikymo galimybes.

Meninėms praktikoms apskritai būdinga peržengimo, laužymo ideologija. Ji labiausiai veikia per performansus, ypač susijusius su kūno galimybių „praplėtimu“ ir kūno sampratos keitimu. Performansų kūrėjai pasitelkia technines priemones tam, kad parodytų, jog žmogaus kūnas nėra joks natūralus inkliuzas dirbtinėje aplinkoje – kūnas yra natūralus dirbtinės terpės elementas ir jį galima keisti ar tobulinti naudojantis mokslo ir technologijų laimėjimais. Pavyzdžiui, ir kūnas, ir smegenys gali veikti tiesiogiai įjungti į pasaulinį interneto tinklą ar didelių kompiuterių tinklus. Tokio į dirbtinę info-, techno- ir videosistemą įjungto kūno ir smegenų vaizdinys daro didelį įspūdį ir keičia žmogaus supratimą bei pasaulio vaizdą. Žmogaus kūnas imamas laikyti dariniu, prie kurio galima prijungti daugybę jį pagerinančių įtaisų arba kurį galima prijungti prie tų įtaisų taip, kad prijungimas būtų jau nebe tiek galimybė, kiek būtinybė. Robotikos, informatikos, interneto susaistymu su kūnu ir smegenimis garsėja Stelarcu pasivadinęs graikų kipriečių kilmės australų performansininkas Steliosas Arkadiou (apie šio menininko kūrybą žr. Smith 2005). Jo projektai, pavyzdžiui, 2002–2003 m. įgyvendintas „Prosthetic Head Project“, skatina *techno sapiens* ir jo protezų filosofinio diskurso raidą.

IŠLAISVINANTI GEISMO MAŠINA

Išsilaisvinimas – malonumas – geismo ekonomika. Kol bus apeinamas ekonominis išlaisvinimo imperatyvas, vadinasi, ir socialinės gamybos aspektas, tol bus sukamasi subjektyvaus išsilaisvinimo mitologemų terpėje. Tačiau seksualumo išlaisvinimą suvokiant geismo išlaisvinimo požiūriu, problemiškas darosi pats subjekto supratimas, kadangi geismas panaikina subjektą ir subjektyvumą, kaip socialinius produktus. Taigi norint išlaikyti teorinę subjekto išsilaisvinimo plotmę, socialinę gamybą būtina laikyti tiesiogine geismo investicija. Toks apvertimas būdingas G. Deleuze'o ir Felixo Guattari geismo mašinų sampratai. Čia šios sampratos ypatumų neaptarsime – mums svarbi išlaisvinanti geismo galios vizija, siejanti visus šių mąstytojų filosofinės kūrybos tarpsnius. G. Deleuze'as ir F. Guattari geismą laiko gamyba: geismas nėra stokojamų dalykų geidimas ir negali būti siejamas su stoka, antraip neišvengiamas vidaus ir išorės dualizmas, kurį geismas ir turi įveikti. Geismas pirmiausia gamina psichinę tikrovę. Susiejant geismą su stoka, stokojamą dalyką tenka pripažinti esant vaizduotės produktą. Šitaip geismą ir aiškina psichoanalizė. G. Deleuze'o ir F. Guattari teigimu, geismas gamina tikrovę, kadangi jis veikia tikrovėje, ir niekur kitur, nes yra „pasąmonės autoprodukcija“. Geismas nieko nestokoja, nes ko nors stokoti gali tik socialinis produktas – subjektas. Veikiant geismui, netenkama subjekto. Vienintelis dalykas, ko stokoja geismas, ir yra subjektas. Kitaip tariant, geismas stokoja pastovaus, nustatyto subjekto, nes toks subjektas randasi tik geismo suvaldymo sąlygomis, todėl geismas yra tapatus savo objektui ir būtinas suvokti kaip mašina, susieta su objekto mašina ir ją apimanti (Deleuze ir Guattari 1994: 26). Tos mašinos produktas yra nepaliaujamai gaminama tikrovė, o iš tarp gamybos vyksmo ir gaminio atsirandančio „tarpo“ ištraukiamas likutis – nomadinis subjektas, galintis kildinti ir palaikyti išsilaisvinusį subjektą. Ne poreikiai palaiko ar tenkina geismą, atvirkščiai – poreikiai yra kontrproduktai geismo gamina-

mos tikrovės atžvilgiu. Taigi ir stoka yra geismo mašinos veikimo kontrapadarinys, „deponuojamas, paskirstomas, vakuolizuojamas gamtinėje ir socialinėje tikrovėje“ (ten pat: 27). Stoką gamina ir paskirsto socialinė tikrovė. Ji taip pat gamina poreikius, kuriuos individui primeta, nustatydama subjektinius geismo, kaip poreikių raiškos bei tenkinimo, būdus. Šiuo atžvilgiu poreikiai, kaip ir K. Marso požiūriu, gaminami kartu su produktais. Rinkos ekonomikos sąlygomis stoka yra rinkos funkcija, todėl galime daryti paradoksalią išvadą, kad, kalbant apie rinkos ekonomiką, poreikių tenkinimas yra ir naujų poreikių gaminimas, kitaip tariant, nepalaujamas stokos dauginimas. Nors socialinė tikrovė yra ir tiesiogiai geismo gaminama tikrovė, joje įsivysto kontraprodukcija, kuri veikia kaip tą tikrovę suvaldančios geismo mašinos, nustatančios geismo atžvilgiu „kontr“ dalykais grindžiamas savireprodukcijos sąlygas.

Kaip geismas išlaisvina, kaip įmanoma panaudoti jo gyvybinę galią? Naudojant vadinamąją „užtrumpintą“ socialinę produkciją – meninių praktikų gaminamas galingas socialines fantazijas, sutelkiančias geismą ir pradedančias veikti socialinę tikrovę kaip jai priešiškos institucijos. Kitais žodžiais, meninio avangardo produktai, revoliucinės utopijos apčiuopiamai mažina geismo investicijas į socialinės ir institucinės tikrovės mašinas ir šitaip jas silpnina. Svarbu ir tai, kad „užtrumpinta“ meninė gamyba stiprina likutinį nomadinį subjektyvumą, vadinasi, daugina jau vien savo buvimu socialinę tikrovę keičiančių subjektų gretas. Iškeldamas „estetinio posūkio“ svarbą dabarties sąlygomis, F. Guattari teigia, kad kaip tik meninės praktikos turi kurti tokias geismo mašinas, kurios atsisieja nuo galingos natūralios tarpasmeninės ir socialinės pusiausvyros, taip pat tokias, kurios apverčia tvarką ir atlieka Kito vaidmenį savipatumo autocentravimo politikos atžvilgiu (Guattari 1995: 32). Tačiau kyla klausimas, kaip „estetinis posūkis“ galėtų išvengti tų suprekinančių vartojimo kapitalizmo pinklių, kurios menines praktikas pavertė gamybiniais ištekliais, vis labiau apimančiais ir nomadinio subjektyvumo „sluoksnius“, ir kurios kūrėjus vis aktyviau skatina rengti bei įgyvendinti rinkodaros logika grindžiamus

projektus. Transgresyvi kapitalizmo sistema įtikinamai rodo gebėjimą suprekinėti antisisteminius nusiteikimus, judėjimus ir praktikas. Socialinė tvarka laiduojama ir stiprinama decentruojant savipatumą ir diegiant transgresijos palaikomo tapatumo konstravimo principą. Socialinių fantazijų, taip pat geidžiamų gyvenimo stilių ir būdų gamyba – masmedijų ir reklamos verslo sritis, teikianti ir priemonės socialines fantazijas versti individualiomis. Vartojimo industrija sėkmingai įvaldė takaus subjektyvumo gamybą, laisvinimąsi iš socialinių subjektyvumo pančių pavertusi vartojimo ir tapatumo kūrimo, vadinasi, vartojamo tapatumo principu. Naujos prekinių tapatumų rinkos veriasi suprekinant genetinius žmogaus ir visų gyvų organizmų aruodus. Be to, meninės praktikos tapo svarbia kultūros industrijos šaka – menininkai kuria galimus tiražuoti vaizdinius ir ženklus, jų dariniuose „įrašomas“ individualaus (pasirinktinio) tapatumo, kuriam būdingas socialinis išskirtinumas, kūrimo kodas, paverčiantis juos kolektyvinėmis individualaus vartojimo fantazijomis.

MENINĖ TRANSGRESIJA „MIRUS MENUI“

F. Guattari iškelta meno ir estetikos svarba žmogaus išlaisvinimui verčia prisiminti ne tik avangardinio meno ideologiją, teigusią būtinybę „sudrebinti buržuazinę visuomenę“, bet ir meno raidos metmenis, nužymėtus klasikinės estetikos, kur jau buvo numatytas estetinio santykio su meno kūriniu suirimas ar peržengimas. Sisteminio transgresyvumo principą įvardijo G. W. F. Hegelis. Jis išklėlė dialektiniam vyksmui būdingą *Aufhebung*, apimančią peržengimą, pakeitimą ir tam tikrą išlaikymą naujoje raidos stadijoje.

Kita vertus, dėl masinės ir populiariosios kultūros išplitimo, ženklų bei vaizdinių virtimo globalinei rinkai pateikiamomis prekėmis, vadinasi, ir dėl augančio populiariosios kultūros meni-

nio reikšmingumo estetinis, sublimacinis, nuo aplinkos ir „kitų“ atsiribojantis santykis turi „peržengti“ save ir kartu į tai įtraukti masiškumą, vartojamumą, kasdieniškumą, kultūrinį kitoniškumą. Tokio peržengimo užuomazgų galime įžvelgti pačioje klasikinėje estetikoje – čia buvo „apčiuopti“ tam tikri sąvokiniai „taškai“, ar „siūlės“, kur glūdėjo galimybės eiti už racionaliosios metafizikos brėžiamų ribų. Kaip tik šias galimybes nurodė ir apmąstyti pradėjo dekonstrukcija.

Vieną tokią neišvengiamą klasikinės estetikos peržengimo ir metafizinės tradicijos įveikos perspektyvą žymėjo I. Kanto var-tota ir vėliau Hanso Georgo Gadamerio aptarta „bendro jutimo“ (*Gemeinsinn*) sąvoka, kreipianti į tam tikrą istorinį visuomeninį da-rinį, galimą nusakyti ir kaip bendra kultūra. Dekonstrukcija ėmėsi narplioti kitą I. Kanto estetikos „siūlę“, konceptualizavimo plotmę susiejusią su neįmanomo konceptualizavimo sritimi ir šitaip ją nu-kreipusią į tą (ne)estetinės patirties sritį, kurią žymi didingumo kategorija. Ši kategorija yra lyg racionalaus, objekto ir subjekto priešprieša grindžiamo filosofavimo išvada, teigianti, kad klasiki-nė estetika – kuri yra esminis grindžiamasis filosofinės sistemos sandas, apmąstantis tikrovės ir juslių sąlyčio konceptualizavimą aktyvios sąmonės struktūromis – negalima išskleisti kaip raciona-li teorija. Kitaip tariant, estetika pažymi racionaliosios filosofijos sistemai būdingą ir būtiną „neracionalumą“. Estetika yra pirminis juslinės materijos konceptualizavimas, kurį „iškelia už skliaustų“ ir šitaip juo pasiremia, nebesvarstydamas, kiek tas pagrindas racio-nalus, visoks abstraktus aukštesnio lygmens filosofavimas.

Didingumui, kuris apibūdinamas kaip „neigiamas pasitenki-nimas“, būdingas absoliutumas, peržengiantis apibrėžtų ar įformin-tų dalykų ir objektų lyginimą, todėl didingumo suvokimas, pasak I. Kanto, „įrodo esant sielos sugebėjimą, pranokstantį kiekvieną ju-timų mastą“ (Kantas 1991: 103), o šitai kreipia į begalybę bei neapi-brėžtumą. Taigi didingumo kategorija nužymi tam tikrą koncepcinį lauką, galintį sietis ir su Rytų estetinių teorijų sąvokomis, į begaly-bę ir neapibrėžtumą kreipiančiomis savaip. Teigdamas didingumo

kategorijos svarbą ne tik I. Kanto estetikai, bet ir visai jo filosofinei sistemai, G. Deleuze'as aiškina, kad iš žmogaus kylantis didingumas teikia galimybę laisvai, spontaniškai sutarti protui ir vaizduotei (skonis nepajėgus paskatinti proto žaismės), tačiau tas spontaniškumas randasi ypatingomis skausmo, prieštaros, nesutarimo sąlygomis ir yra išgyvenamas „ant ribos“, susidūrus su beformiais ar deformuotais dalykais (Deleuze 2000: 69). Ribos peržengimas yra sukrečiantis patyrimas, nes jis žymi ir pasaulio, ir tapatumo pasikeitimą, persiformavimo tarpsnį, kai neveikia racionali pasaulio „sugriebimo“ struktūros. Sukrėtimas tuo stipresnis, kuo aiškesnė buvo ribų, vadinasi, ir kultūrinių bei meninių apibrėžčių pajauta ir suvokimas, kitaip tariant, gyvenamo ar mąstomo pasaulio akivaizdumą duotybę, kurią palaiko metafizinės kilmės mąstymas opozicijomis. Didingumo kategorija kaip tik ir kreipia į tarpinę, ar užribio, sritį, kur išryškėja visokių opozicijų sąlygiškumas: čia ima veikti „tarp“, leisdamas įvairiems neracionalumams ar ano pasaulio pavidalam patekti į šį proto tvarkomą pasaulį. Viena tokių tarpinių sričių yra mitologinės pasaulėjautos ir tradicinių tikėjimų bei kultūros pasaulis, tampantis vis svarbesniu dabartinės kultūros industrijos vaizdinių aruodu: globalizacijos sąlygomis į globalinę kultūros rinką išmetami hibridiniai įvairių kultūrų dariniai, o jų suvokimas ir vartojimas aktualizuoja mitologinio, sakytume, plastiškumo ar kentauriškumo gebą, sukasdienina stebuklingumą ir neįprastumą. Ribos, formos ir mato – žmogaus gyvenimo apibrėžčių – įveika laiduoja ne-žmogaus pasaulio buvimą ir kelia ne baimę, bet ją viršijantį stingdantį siaubą. Populiariosios kultūros ir tradicinių tikėjimų aplinkoje, kur anapusinis pasaulis kartkartėmis įsiveržia į šiapusinį, tai yra gana įprastas, nors ir keistokas reiškinys, galimas suvaldyti tam tikrais ritualais. Kaip tik šitokią pasaulėjautą gaivina naujųjų kibertechnologijų kultūros vaizdiniai ir pavidalai – jau susitaikytą su kiborgų, kompiuterinių ir biologinių klonų, „matricos“ gaminių būtybių dauginimusi.

Vaizduotės ir intelekto sutarimas I. Kanto estetikoje yra grožio vertinimo pagrindas, o didingumo išgyvenimą kildina iš

esmės konfliktiškas vaizduotės ir proto sutarimas, skatinamas vaizduotės negebėjimo išreikšti užribio, visų matų ir mastų įveikos. Nei meno, nei gamtos objektai didingumo idėjos neteikia, nes jiems būdinga aprėžtis, forma, matas, o didingumas reiškiasi už visokio lyginimo ir apibrėžtumo. Didingumas kyla iš žmogaus, bet jo idėjai reikalinga žalia gamta (*rohe Natur*), su kuria siejasi įprastą suvokimą peržengiantys milžiniški, stebinantys, negirdėti, baisingi ar monstriški dalykai (Derrida 1987: 124). Dėl šios priežasties didingumo neįmanoma pavaizduoti. Į šį didingumo ypatumą atkreipė dėmesį ir J. F. Lyotard'as, aiškindamas, kad kantiškasis didingumas geriausiai nusako išryškėjusį modernistinio ir avangardinio meno siekį išreikšti tai, kas neišreiškia, vaizduoti tai, kas nepavaizduojama, todėl visiems pastarųjų dešimtmečių menams suvokti reikalinga pasitelkti ne grožio, bet būtent didingumo kategoriją (Lyotard 1996: 135). O tai, kas konceptualiam modernistiniam menui, palaikančiam aiškią skirtį ir prieštarą tarp „tikrojo“ ir masinio, populiariojo meno, yra nepavaizduojama, pavidalus lengvai įgauna populiariojoje kultūroje ir masiniuose vaizdiniuose. Čia anas, vaizduoti ar mąstyti neįmanomas pasaulis nėra atskirtas nuo šio pasaulio, anas pasaulis apgyventas visokių galimų atpažinti dvasių, kaukų, kinų lapių, nemirtingų daosų, zombių ir kitokių būtybių, turinčių daug galimybių bendrauti ir su mumis. Šiuolaikinėje populiariojoje kultūroje įsivyravęs mitologinės kilmės visų žmogaus gyvenamo pasaulio objektų bei reiškinių erotinimas, smurto ir prievartos garbinimas savaip atliepia Paulo de Mano aptartą kantiškajam didingumui būdingą galios ir smurto bruožą: viena vertus, visų ribų peržengimas ir sąlytis su beformišku yra siaubingas, sukrečiantis išgyvenimas, nes tas sąlytis naikina ir subjekto apibrėžtumą, antra vertus, gamtos ir estetinio didingumo sąveika yra ta kovos vieta, kur protas turi įveikti gamtos jėgas (Man 1996: 71).

Vis spartesnis įvairialypis kultūros suprekinimas, kasdienybės dalykų ir populiariosios kultūros dirbinių „estetinimas“ krepia į tą klasikinės, grožio kategorija grindžiamos estetikos įveikos

suvokimo plotmę, kurią nurodo G. W. F. Hegelio išsakyta „meno užbaigos“ idėja. Didysis menas išeina už savo ribų ir atsisako savo tikslų romantinio meno etapu, ir tas „išėjimas už“ yra perėjimas į kasdienio gyvenimo tikrovę ir neišvengiamas virtimas masiniu ar populiariuoju menu arba, XX a. filosofų kalba, meniniu kultūros industrijos gaminiu. Kaip menas iš klasikinio pasidaro romantinis ir kodėl pastarasis susisieja su kasdienybe? Į šį klausimą atsakysime nužymėdami tą G. W. F. Hegelio minties eigą, kuri grindžia visuminę jo romantinio meno sampratą (Hegel, 1955: 495–505).

Meno plėtra paklūsta bendram dvasios raidos principui. Klasikiniame mene grožis įgavo savo pilnutinę išraišką, nes čia grožis yra tiesioginė dvasios apraiška jusliniu pavidalu. Nuo išorės atsiskyręs ir savarankiškas tapęs dvasingumas visiškai persmelkia išorines savo apraiškas, suidealina jas ir įgyja substancinio individo formą. Tačiau ši dvasios raidos stadija nėra galutinė, nes dvasios raidą lemia tapatumo sau principas – ji turi vėl atsigręžti į save ir gyvenimą savyje suvokti kaip vienintelę tikrovę. Tik įgyvendindama tapatumo sau principą, dvasia gali patirti esminę savo prigimtį – saviraidos neribotumą ir laisvę. Suvokdama esminį vidinį savo subjektyvumą, dvasia išeina iš klasikinio meno srities ir pereina į romantinio meno stadiją. Absoliutus beribis dvasios subjektyvumas turi įsikūnyti tik į save besigilinančiame, savimi ir sau gyvenančiame substanciniame subjekte. Todėl romantinio meno tarpsniu įsivyrąja kitoks menininko tipas. Moderniojo meno istorija liudija, kad visokiems „modernizmomams“ kaip tik ir būdinga iškelti subjektyvumą, siejamą su romantinio meno kultu, ir sykiu neigti antropomorfines „panašumo“ formas. O juk klasikinio graikiškojo antropomorfiškumo įveika, pasak G. W. F. Hegelio, yra tikrojo žmogiško subjektyvumo pripažinimas. Taip iškyla ypatinga pavienio subjekto, jo vidinio dvasinio gyvenimo reikšmė, o menui pasidaro svarbu išreikšti subjektyvius dvasinius išgyvenimus.

Kadangi tikrove tampa subjekto subjektyvumas, jo vidinis dvasinis gyvenimas, ta tikrovė į save įtraukia aplinką bei istoriją ir ima reikštis įvairiais pavidalais, nelygu nuolat besikeičiančios aplin-

kybės. Kodėl šitai įvyksta? Dvasiniai žmogaus išgyvenimai susisieja su jo gyvenamo pasaulio reiškiniais, ir pastarieji virsta jo dvasinių kolizijų apraiškomis. Esminis dvasinės raidos ypatumas tas, kad, įgyvendindama savitapatumo principą, suvokdama subjektyvumą kaip vienintelę tikrovę ir siekdama absoliutumo, dvasia nuvertina savo atžvilgiu išorinius dalykus – išorės ir vidaus skirtingumas yra beveik neįveikiamas. Tačiau tik „beveik“, nes absoliutas tampa absoliutu tik apsirėiškęs. Todėl ir į save įsivokiantis substancinis subjektyvumas turi reikštis tam tikromis formomis. Tas formas ir teikia nuvertintoji nereikšminga kasdienė tikrovė (*gewöhnliche Wirklichkeit*). Vidinis dvasinis turinys perteikiamas atsitiktiniais išoriniais kasdienės tikrovės dariniais, todėl mene atsiveria daugybė galimybių įsikūnyti bjaurumo bruožams. G. W. F. Hegelio išskirtas neribotas bjaurumo žaismės galimybių laukas nužymėjo vėlesnio meno raidos tendenciją, taip pat kasdienybės prekinio estetinio įsivyravimą ir populiariosios kultūros išplitimą.

Kuo labiau reiškiasi tikrasis romantinio meno turinys – absoliutus subjektyvus vidujiškumas, – tuo labiau išorinis pasaulis netenka dvasingumo, idealumo ir grožio. Taigi romantinis menas išskyla dviejų pasaulių prieštaroje: dvasinis pasaulis visiškai atsisiskiria nuo išorinio, o pastarasis virsta vien „empirine tikrove“ (*empirische Wirklichkeit*). Dvasinis gyvenimas jau nesiima, kaip kad buvo klasikinio meno etapu, formuoti išorinės tikrovės – ta tikrovė jam reikalinga tik tam, kad atsitiktiniais dariniais ir vyksmais paliudytų ar primintų nelygstamą dvasingumo ir jausmų vertę. Todėl romantinis menas pasitelkia visokias „po ranka papuolusias“ išorinio gyvenimo apraiškas ir medžiagas, paprasčiausius namų apyvokos daiktus. Galutinis to meno taškas yra visiškas vidinio ir išorinio gyvenimo sąsajų atsitiktinumas, todėl ir esminių būties aspektų suirimas, „per kurį menas pats pasinaikina“, rodydamas, kad tiesai pažinti reikalingos jau kitos, aukštesnės, formos (ten pat: 505). G. W. F. Hegelis neteigia, kad meno nebelieka – meno „pasinaikinimas“ yra jo reikšmės sumenkėjimas, pagrindo bei tikslo (grožis) sunykimas ir „estetinis“ susisaistymas

su empirinės tikrovės elementais. Galime sakyti, kad menas netenka savo substanciskumo ir įsivyrėja prekinio meno dirbinių formos, tik pažymintys ir imituojančios dvasinio gyvenimo reikšmes ir grožio kūrimą. Grožis virsta grožybėmis, kurios savo ruožtu yra bjaurasties raiškos laukas.

Pasikeitusį meno industrijos pobūdį ir meno dirbinių suvokimą galima aiškinti ir atsižvelgiant į įsivyravusias biopolitikos nustatomas sąlygas. Paprastai kalbant, biopolitika suvoktina kaip vadinamųjų „žmogiškųjų išteklių“ valdymas. Tuo visose Vakarų šalyse užsiima gausybė valstybinių institucijų, nustatančių politinės ir vadybines „žmogiškųjų išteklių“ gausinimo ir kuo veiksmingesnio jų panaudojimo gaires. Biopolitika valdo švietimą, aukštąjį mokslą, sveikatos apsaugą ir gyvenimo kokybės gerinimą. Visose šiose srityse tuos „išteklius“ galima gausinti ar gerinti jų kokybę, pavyzdžiui, intelektinę ir kūrybinę. Pasak Boriso Groysso, biopolitikos sąlygomis įsigali biurokratinė ir technologinė dokumentacija, apimanti planavimą, potvarkių leidimą, statistinius tyrinėjimus ir įvairius projektus, todėl vienaip ar kitaip į tikrovę norinčios kreiptis meninės praktikos turi veikti tarpininkaujamos dokumentacijos ir informacijos (Groys 2008: 56). Dokumentacija, informacija, statistika yra ne tik būdas kreiptis į tikrovę – be jų neįmanoma šių dienų meninėms praktikoms būdinga socialinė kritika. Todėl galima teigti, kad meninis gyvenimas ir kūryba nuo meno kūrimo pereina prie meno dokumentavimo (ten pat: 53), kuris nesuteikia galimybių nesuinteresuotam kontempliaciniam suvokėjo santykiui su meno kūriniu – kūrinys, įgaunantis neišvengiamą dokumentų pavidalą, ar dokumentai, apsireiškiantys kaip meninis vyksmas, iškyla iš dokumentinės tikrovės ir į ją nugrimzta, palikdami diskursinius dokumentinius pėdsakus, kuriuose galima įžvelgti ir kapitalo cirkuliacijos ženklą.

Tarp daugybės meninių praktikų esama ir tokių, kurios skatina kritinį požiūrį į vartojimo visuomenę, tam tikrus socialinius bei politinius reiškinius ir sykiu kuria meninius ir teorinius konceptus, „iškeliančius“ įvairius kasdienybės aspektus. Pripažindami prekinį

ir medijinį šiuolaikinio meno pobūdį, S. Bestas ir D. Kellneris estetinio kontempliavimo supratimą keičia estetiniu pažintiniu, savaip suaktualindami hermeneutinę H. G. Gadamerio nuostatą menui teikti pažintinę reikšmę, peržengiančią siaurus mokslinio pažinimo vaizdinio rėmus. Pažintinė meno funkcija reiškiasi per meno kūrinių bei praktikų gebėjimą kurti ir skleisti estetinius kognityvinius žemėlapius (*aesthetic cognitive maps*). Kaip šie žemėlapiai veikia? Jie sudramatina ir sukonkretina socialinių galių ir kasdienybės sąveikos konfigūracijas, išskleisdami teorinei refleksijai neprieinamą socialinės kasdienybės aspektų „fenomenologiją“ (Best ir Kellner 2001: 52). Toks menas žiūrovą ne tik įtraukia, bet ir verčia jį suvokti rinkose vis naujus meno dirbinius verčiančias suktis jėgas. Estetiniai kognityviniai žemėlapiai negali paneigti ar išvengti suprekinančios kapitalizmo logikos, bet jiems pripažįstama geba fiksuoti tos logikos apraiškas ir burti jų svarstymo aplinką. Tų žemėlapių įvairovė kuria visuomenės kritikos lauką, padedantį įžvelgti, kaip vyraujanti kapitalo galia veikia visokius išlaisvinimus, ir dokumentuoti to veikimo pėdsakus. Suprantama, „estetinė kritika“ negali virsti sistema oponuojančia ar ją paneigiančia jėga, nes veikia pačios sistemos palaikomame institucijų ir meninių praktikų tinkle.

3 skyrius

**POSTMODERNUSIS
VARTOJIMAS
IR POPULIARIOSIOS
KULTŪROS
INDUSTRIJA**



VARTOJIMO IR VARTOTOJŲ KAPITALIZMAS

Pirmame skyriuje aptarus bendrą kapitalizmo raidos pobūdį, nulėmtą žmogaus gyvenamą pasaulį suprekinančios ir suišteklinančios kapitalo galios, dera išsamiau pasiaiškinti, kaip keičiasi kultūra ir kultūrinė kūryba modernybei pereinant į postmodernybę. Kapitalizmo raidai gvildinti pasitelkėme esminę K. Marxo mintį, kad kapitalizmo sistema yra nukreipta į vartojimą, o vartojimas palaiko kapitalizmo raidą, taip pat paryškinome sisteminių kapitalizmo transgresyvumą. Dabar modernybės perėjimą į postmodernybę svarstysime vartojimo ir jo poreikių įsivyravimo požiūriu, taikydami vartojimo ir vartotojų kapitalizmo sąvoką, iškeliančią kultūros svarbą laiduojant poreikių ir vartojimo dermę, taip pat įtvirtinant vis naujas kultūrines poreikių sritis, nusakomas kaip gyvenimo stilių ir tapatumų vartojimas.

Kultūrą ir poreikius susiejus su gamyba, daroma prielaida, kad ir kultūros dalykams, ir poreikiams, kuriuos linkstama priskirti intymiajai subjekto valios, geismo ir norų sričiai, būdingas jiems lyg ir svetimas gamybos bei produkcijos aspektas. Mūsų iškeltą gamybiškumą suvokti sudėtinga pirmiausia dėl to, kad individo poreikiai yra laikomi jo laisvės ir laisvos saviraiškos forma, kuriai dvasinį turinį teikia kultūra. Manoma, kad individas laisvai ugdo savo poreikius – o šie esmiškai struktūrina jo savastį ir savipatumą – ir tenkindamas tuos poreikius išreiškia savo individualybę. Individualybės raiška yra jo laisvės matmuo. Kultūrą siejant su gamyba, ne tik nurodomas pasikeitęs kultūros ir visuomenės pobūdis, bet ir suprobleminami tam tikri kultūriniai akivaizdumai, kurie dar visai neseniai, ypač pokomunistinių visuomenių sąlygomis, buvo neabejotini. Akivaizdumus grindė vyravusi kultūros ir individo samprata, galima apibūdinti kaip modernistinę. Ja rėmėsi ir socializmo ideologija. Tai sampratai būdingas aukštosios ir masinės, populiariosios kultūrų skyrimas, dvasinės ir materialiosios kultūrų priešinimas. Skyrimas palaiko aiškią vertybių hierarchiją

ir apibrėžtą žmogaus dvasingumo vaizdinį – kultūra žmogui teikia būdus dvasiniams poreikiams ugdyti ir tenkinti. Taigi kultūra ir žmogaus kultūringumas žymi jo išsilaisvinimo iš materialinių poreikių vergijos laipsnį, kitaip tariant, dvasinę distanciją materialinių poreikių atžvilgiu. Net sisteminis kapitalizmo ir socializmo kultūrų lyginimas buvo paremtas šiuo lyg ir akivaizdžiu dvasingumo ir materialumo priešingumu, teikiant jam ideologinę ir utopinę reikšmę: ateitis buvo įsivaizduojama kaip toks visuomenės būvis, suprantama, komunistinis, kai įsivyras dvasiniai poreikiai ir kūrybinė žmogaus dvasinių galių raiška. Tos visuomenės nariai būsią jau ne individai, kuriems būdingas labiau kapitalistinis individualizmas, o asmenybės – kūrybinio prado reiškėjos.

Tačiau pati socializmo sistema, kaip tam tikras modernųjų laikų industrializavimo ir gamybos plėtros padarinys, buvo glaudžiai susijusi su Vakarų pasaulio ir jo ekonomikos raida. Todėl vartojimas buvo jai svarbus – juk abi sistemos varžėsi gyvenimo lygio ir kokybės srityje. O čia vertybines orientacijas ir gyvenimo lygio standartus nustatinėjo vakarietiškoji visuomenė, jau senokai gyvavusi kaip vartotojų visuomenės. Prisiminkime aštuntajame ir devintajame praėjusio amžiaus dešimtmečiais Sovietų Sąjungoje plitusius šūkius, kviečiančius „didinti plataus vartojimo prekių gamybą“, „geriau tenkinti augančius darbo žmonių poreikius“ ir kitus. Vartojimo imperatyvas būdingas ir vadinamojo brandaus socializmo visuomenei, tik jis buvo ideologiškai „užtamsinamas“: teigta tuos poreikius kylant visai kitu – ne išnaudojimo ir ne nelygybės – pagrindu. Kita vertus, socializmo ekonomika nebuvo perėjusi (ir negalėjo pereiti) į vartojimo ekonomikos stadiją, kur pasikeičia kultūrinis ir ideologinis ekonomikos „aptarnavimo“ pobūdis. Socialistinio lagerio žmogui būdingą vartojimo alkį akivaizdžiai atskleidžia kad ir pagrindinis turistinių kelionių į užsienio šalis tikslas – apsipirkti. Beje, ši tema dar laukia įdėmesnio kultūros antropologų žvilgsnio. Apie tą tikslą puikiai žinojo ir tuo sėkmingai manipuliavo partiniai ideologiniai organai – keliones į užsienio šalis reikėjo užsitarnauti, o išleidimo procedūra buvo tikrą ar potencialių turisto nuopelnų sistemai ir

jo patikimumo įvertinimas. Dėl šios priežasties iš sovietinės okupacijos išsilaisvinusioje Lietuvoje įsivyravusį vartojimo kultą derėtų suvokti dvejopai – ir kaip vartojimo kapitalizmo sistemos su jai būdinga vartojimo kultūra bei ideologija įsitvirtinimą, ir kaip socializmo sistemoje subrendusių vartojimo lūkesčių ir fantazijų proveržį. Šie du vyksmai neabejotinai vienas kitą sustiprina. Vartojimo rojaus utopijai įsivyrauti pokomunistinėje visuomenėje puikią dirvą paruošė komunistinė ideologija, kreipusi žmones į visuomenės gyvenimą ateities rojaus sąlygomis; taigi vartojimo rojaus utopija tiesiog keičia komunistinę utopiją, ne paneigdamą, o sau pajungdama ankstesnės ideologijos subrandintą tikėjimą ir lūkesčius. Tik norų jau nebereikia „atidėti“ – juos galima įgyvendinti čia ir dabar. Vartojimo rojus pasiekiamas kiekvienam, ir į jį patekti nereikia didelių pastangų – tik „pirk ir laimėk“.

Vartojimo ekonomika ir ideologija įsigali nepaprastai sparčiai, todėl visuomenė skaidosi pagal vartojimo suvokimą ir atsidavimą jam, pagal vartotojiško gyvenimo būdo ir vartojimo kultūros modelių taikymą pereinamojo visuomenės būvio sąlygomis, kurioms būdingas ypatingas postmodernumo bruožas – visi tie būdai ir modeliai „veikia“ jų neatitinkančio ekonominio būvio pagrindu ir todėl yra ypač ideologizuojami. Iš čia kyla požiūrio į vartojimą ir vartotojiškumą dvilypumas. Daugelis vyresniosios ir vidurinėsios kartos kultūros žmonių viešai padejuoja dėl „fejerverkinio“ ar „reklaminio“ dabartinės kultūros pobūdžio, bet – simptomiška – neužsimenama, kad ta „reklaminė“ kultūra yra kertinis kapitalistinės vartojimo ekonomikos elementas. Kalbama apie dabartinės mūsų kultūros bėdas, bet jos niekaip nesiejamos nei su kapitalizmo sistema, nei su vartotojų visuomene. Šitaip išvengiama kritiškumo kapitalizmo atžvilgiu – juk šitai primintų sovietinio marksizmo tradiciją ir kreiptų į socialistinę praeitį, nuo kurios ideologiškai jau „atsiribota“. Tačiau net ir tada, kai vartotojiškumas pripažįstamas esminiu kapitalizmo sistemos bruožu, išlaikomas dvasinės ar aukštosios ir materialiosios, populiariosios kultūrų atskyrimu grindžiamas dvasingumo suvokimas,

Vakaruose įveiktas plėtojant vartojimo ekonomiką. Taigi kultūros suprekinimas ir sumasėjimas laikomi tam tikra kultūros liga, kurią būtų galima gydyti pačios kultūros priemonėmis: suburiant kultūros žmones „terapiniam“ darbui, pasitelkiant valstybės institucijas „dvasinei“ veiklai plėtoti, rengiant šviečiamojo pobūdžio akcijas ir panašiai. Svarbus dar vienas išlaikomas kultūros ir ekonomikos skirtingumo „akivaizdumas“, parodantis, kad pagrindiniai kapitalizmo sistemos bruožai šiuo metu dar menkai tesuvokiami. Dabartiniam kapitalizmo tarpsniui kaip tik ir būdingas įvairialypis ekonomikos ir kultūros susilieėjimas. Viena jo formų galima laikyti rinkodaros principų įsivyravimą kultūros ir švietimo srityse. Todėl vartojimo kultūra jau nebėra didžiosios kultūros segmentas, kuriam tik iš bėdos lipdomas „kultūros“ ženklas, – vartotojiškumas yra persmelkęs visą kultūrą ir atskleidžia jos suprekinimo laipsnį. Norint išryškinti įvairių kultūros sričių vartotojiškumo konfigūracijas, būtina ypatinga refleksija, neišvengiamai besikertanti su vyraujančiomis ideologemomis. Toliau stengsimės pagrįsti mintį, kad kultūra yra tapusi rinkai kultūros prekes ir paslaugas gaminančia ekonomine galia, kuri teikia būdus vartojimui skatinti bei įvairinti ir platina bei įtvirtina vartotojiškumo ideologiją.

Nors sąvoka „vartojimas“ iš pirmo žvilgsnio atrodo aiški, šiuolaikinis vartojimas yra sudėtingas reiškiny, kuriam būdinga sava tyrinėjimų tradicija. Todėl ir šios sąvokos turinys apima daug daugiau nei enciklopedijų nusakomas „perkamų prekių ir paslaugų naudojimas“. Kita vertus, būtina atsiriboti nuo tos sąvokos „vartojimas“ turinio dalies, kurią apibūdina tvirtinimas, kad visi žmonės visais laikais yra vartotojai. Mums svarbus kapitalizmo sistemai būdingas vartojimas, ir ypač tas, kurį išskėlė sistemos perėjimas „nuo gamybos prie vartojimo“. Vartojimas suvokiamas kaip procesas, vykstantis tam tikrame socialinių, kultūrinių ir ekonominių praktikų lauke, o vartotojiškumu vadinama tą procesą skatinanti ideologija, kurios pagrindinis tikslas yra žmonių akyse įtvirtinti nelygstamą kapitalizmo sistemos „gerumą“ ir „pirmumą“ (Bocock 1993).

Pastaruoju metu ypač intensyviai tiriama vartojimo procesų įvairovė, kultūrinė vartojimo reikšmė, kai prekėmis tampa kitų šalių vaizdai ar gyvenimo stiliai. Įprasta tapo kalbėti apie vizualinį ar audiovizualinį, seksualinį ar tapatumų vartojimą. Postmoderniojo teoretizavimo lauke vartojimas yra viena svarbiausių temų, todėl šiuolaikinis vartojimas dažnai vadinamas postmoderniu. Šios temos reikšmingumą patvirtina ir tai, kad vis daugiau rašoma nacionalinių vartojimo istorijų, svarbias sociokultūrinio būvio slinktįs siejant su vartojimo būdų bei priemonių kaita ir ryškinant vartojimo įtaką nacionalinio tapatumo kūrimui moderniaisiais laikais*. Postmodernusis vartojimas, kurį aptarsime vėliau, siejamas jau ne tiek su gėrybių vartojimu ir juo grindžiamu socialinės padėties įtvirtinimu ar prestižu, kiek su individualaus tapatumo kūrimu, pasirenkant, pritaikant sau ir keičiant gyvenimo būdus bei stilius (Glennie 1998: 927–928). Šiuo atžvilgiu vartojimas tampa kultūros mechanizmu, formuojančiu šiuolaikinį gyvenimo būdą, nes tik vartojimas žmonėms teikia tam tikrą galios pavidalą (*semblance of authority*) tvarkyti ir kurti savo kasdienį gyvenimą (Miles 2000: 25). Svarbus vartojimo ypatumas tas, kad prekių pasirinkimas vis labiau tapatinamas su laisva kūrybine individo raiška – pasirinkimo laisve.

Vartojimo ekonomikos iškilimas lėmė vartotojų ir vartojimo visuomenės subrendimą. Vartojimo ir vartotojų visuomenė vadinamos tokios visuomenės, kur nuo vartojimo kultūros ir įgūdžių ima priklausyti socialinės terpės gyvavimas – socialinių tapatumų kūrimas, socialinių santykių pobūdis, jų palaikymas ir perdava.

* Vartojimo proceso istorinio periodizavimo problemas išsamiai aptaria ir XIX a. vartojimo dinamikos tyrinėjimų apžvalgą pateikia Peteris N. Stearnsas (Stearns 1997), tik jis visiškai nekalba apie šiuolaikinio postmoderniojo vartojimo, kuris rutuliojasi postfordiškios ekonomikos sąlygomis, stadiją ir periodizaciją; vartojimo reikšmę kapitalizmo ekonomikai susiklostyti, statusą bei galią įtvirtinančius socialinių sluoksnių vartojimo būdus, vartojimo poveikį viešajai erdvei aptaria Matthew Hiltonas (Hilton 2000) ir Marko Gotdienerio rinkinyje pristatomi tyrinėjimai (Gotdiener 2000).

Žvelgiant iš socialinės komunikacijos perspektyvos, galima teigti, kad vartojimo kultūra teikia pagrindinius socialinės komunikacijos kodus. Socialinius santykius palaiko kultūriniai žmonių bendravimo (komunikacijos) būdai, tam bendravimui reikalingi ir „susigaudyti situacijoje“ padedantys kultūriniai interpretaciniai įgūdžiai ir nuostatos. Vartojimo ir vartotojų kultūros sąvoka apima tuos kultūrinius vartotojo įgūdžius ir įpročius, kuriuos išugdo suprekintų kultūros gaminių vartojimas. Nors jau 1908 m. išleistame veikale „Naujasis civilizacijos pagrindas“ (*The New Basis of Civilization*) amerikiečių ekonomistas Simonas N. Pattenas, tarsi patvirtindamas K. Marxo įžvalgas, tikino, kad persitvarkančioje civilizacijoje įsigali naujoji moralė, kuriai „būdinga ne taupyti, o didinti vartojimą“ (žr. Miller 2004: 42), iš esmės sutariama, jog pirmiausia trečiajame praėjusio amžiaus dešimtmetyje vartojimo visuomenė susiklostė JAV. Šį dešimtmetį išskiria ir globalizacijos teoretikai: Malcolmo Waterso teigimu, „apie 1920-uosius įsitvirtino globalinės finansinio kapitalo ir tarptautinių santykių sistemos, o masinė gamyba tapo vyraujančiu industrijos organizavimo būdu“ (Waters 2001: 66). Savaip anuo laiku vykusią sistemingą kapitalizmo slinktį užfiksavo rusų naujojo meno teoretikas ir šauklys Borisas Arvatovas, iškėlęs ir svarstęs būtinumą susieti meną ir gyvenimą. Jis kapitalizmo sistemos būvį nusakė taip: „Ne rinka žmogui, o žmogus rinkai – tokia yra paradoksali kapitalistinio ūkio formulė“ (Арватов 1923: 3). Ši koncentruota išvada rodo, kad kapitalizmo sistemos tikslingumas, vėliau imtas pagrįsti neoliberaliosios ekonomikos teorijų ir neoliberalizmo ideologijos, kuri vartojimą „vaizduoja“ kaip pagrindinę individo laisvės raiškos sritį, buvo suvokiamas gana seniai.

Masinė gamyba, masinė kultūra, kultūros industrija, vartotojų visuomenė – šios sąvokos glaudžiai siejasi ir viena kitą grindžia įvairiuose diskursuose. Išskirtina tokia esminė vartotojų visuomenės kūrimosi prielaida – verslo pasaulyje išplito įsitikinimas, kad ekonomikos plėtrą gali užtikrinti tik nesiliaujantis poreikių didėjimas, kitaip tariant, ekonomikos plėtrai būtinas masinis

vartojimas. Atsižvelgiant į ekonomikos logiką, pagrįsta teigti, kad masinė gamyba skatina masinį vartojimą. Victoria de Grazia masinės gamybos įsivyravimą nusako kaip fordiskąją ekonomiką, o vartojimo režimų keitimąsi aiškina kaip buržuazinio XIX a. vartojimo perėjimą į fordiskąjį vartojimą, kuris tampa kertiniu vartotojų visuomenės bruožu (žr. Confino ir Koshar 2001). Amerikietiškoji vartojimo sistema ir kultūra palaipsniui įsigalėjo Europoje, ypač po Antrojo pasaulinio karo. Europinio vartojimo transformacijos apima trečiąjį–septintąjį praėjusio amžiaus dešimtmečius, o septintojo ir aštuntojo dešimtmečių sandūra žymi europietiškosios vartotojų visuomenės brandą ir naują vartojimo režimą: ekonomika pereina į ženkly, ar postfordiskąją, fazę, o visuomenė – į postmodernųjį būvį. Vartojimo tyrinėtojų nuomone, vartotojų visuomenė subręsta tada, kai vartotojas tampa pagrindiniu istorijos veikėju, į kurį nukreipiama valstybės bei korporacijų politika, ir kai sunyksta klasinis vartojimo pobūdis ir jo lemtas socialinis apibrėžtumas.

Spartus vartojimo visuomenių kūrimasis neoliberaliųjų reformų pagrindu vyko ir tebevyksta subyrėjus Berlyno sienai, kai Rytų ir Vidurio Europos šalys išsilaisvino iš sovietinės okupacijos. Tų šalių visuomenės išgyveno pagreitintą kapitalizmo raidą, maišantis sovietinio, moderniojo ir postmoderniojo gyvenimo dariniams, kultūrinėms formoms, gyvenimo būdams. Taigi 1989 metus galima laikyti dar viena išskirtina data, pažymintčia kapitalistinės vartojimo ir vartotojų visuomenės vidinę kaitą. Kitas svarbus įvykis – paskutinį praėjusio amžiaus dešimtmetį Kinijos valdžia pradėjo vykdyti vadinamąją vartojimo revoliuciją, kuria siekiama spręsti iškilusią perprodukcijos ir ekonomikos perkaitimo problemą. Planingai ideologiškai keičiama kinams būdinga darbo etika – pora švenčių dienų paversta švenčių savaitėmis, per kurias skatinama keliauti, turistauti ir vartoti. Nors ideologiniu požiūriu iškeliamas vartotojo poreikių tenkinimas ir vartotojo pasirinkimo laisvė, griežto komunistinio valdymo sąlygomis ta laisvė nuslepia įsivyraujantį naują politinį visuomenės valdymo būdą

(Ngai 2003: 475). Kinijoje – taip, kaip išsivysčiusiose šalyse, – vartojimas tampa ekonominės raidos matu ir demokratijos sklaidos pavidalu, „paryškinančiu“ vartotojo laisvę. Kinijos pavyzdys rodo, kad kapitalizmą ir vartojimo bei vartotojų visuomenę galima kurti net nedemokratinės partinės vienvaldystės sąlygomis, kur vartotojo laisvė yra partinio visuomenės valdymo instrumentas, laiduojantis ekonomikos konkurencingumą globalinėje rinkoje.

KULTŪROS SUPREKINIMAS IR SUIŠTEKLINIMAS

Kultūros tapimą masinio vartojimo preke ir meninių praktikų svarbą industrinei ekonomikai apmąstyti ėmėsi Theodoras W. Adorno. Jo pasiūlyta plačiai paplitusi sąvoka „kultūros industrija“ nusako ir masinę kultūros prekių gamybą, ir masinį tų prekių vartojimą. „Kultūros“ ir „industrijos“ derinys yra perimtas vidinės įtampos, nes Th. W. Adorno samprotavimai ne tik persmelkti „aukštosios“ kultūros ilgesio, kurį vėlesnėse kitų mąstytojų teorijose nuslopino mintys apie kultūros demokratėjimą, bet ir grindžiami vertybine kultūros lygių hierarchija. Esmine kultūros galia jis laiko meninę kūrybą, o industriją suvokia kaip kultūros ir meno objektų masinio gaminimo ir tiražavimo technologiją. Norint apčiuopti kultūros industrializavimosi procesą, būtina išsiaiškinti, kaip išsikristalizavo pats kultūros ir meno suvokimas, palyginti neseną istorinį savimonės produktą. Th. W. Adorno atkreipia dėmesį į lyg ir akivaizdų dalyką: meno autonomijos būvis ir to būvio supratimas susiklostė kapitalizmo ekonomikos sąlygomis kartu su meno bei nemeno skirties ir masinio meno nuovoka, turinčia aiškų pavaldumo užtaisą. Meninei estetinei autonomijai gimininga laisvės idėja apibendrina valdžios santykius ir valdymo principą. Pastarasis aiškina, kad kuo labiau meno kūrinys išsilaisvina iš išorinio tikslingumo (laisvinimosi procesas užfiksuotas I. Kanto

estetikoje), tuo labiau ryškėja organizacinis hierarchinio to kūrinio valdymo principas (Adorno 2001a: 30). Kultūros industrija išskyla įveikdama savotišką apstulbimą nuo aukštosios kultūros ir meno valdžios, tai kultūrai bei menui būdingos pavergiančios galios ir nelaisvės „įrankių“, kuriuos pridengia įvairiai teigiama laisvės, ypač dvasinės ir kūrybinės, idėja. Meninio išsilaisvinimo programos bei idėjas kaip tik ir skleidė vėlyvojo modernizmo ir avangardo menas. Kaip kultūros industrija įveikia aukštąją kultūrą? Šis vyksmas – tai ideologinis ir materialus kultūros bei meno „išmeninimas“, atskleidžiant, kokia nepagrįsta yra „tikrosios“ kultūros ir „tikrojo“ meno kitoms sritims primetama atskirtis bei pajungtis, ir naikinant visokius meno ir gyvenimo skirtingumus. Menas yra tam tikra visuomenės poreikio išraiška, o kultūros industrija imasi tą poreikį tenkinti, meną paversdama meno dirbiniais ir prekėmis – fetišuodama visiems kūriniams būdingą prekiškumo aspektą. Tik vargu ar tai yra, kaip teigia Th. W. Adorno, regresyvus grįžimas prie archajiško, pirmųkščio meno iškilimui būdingo fetišavimo – juk kultūros ir meno suprekinimas atitinka kapitalizmo raidos logiką, kuri grindžia pastangas visą žmogaus gyvenamą pasaulį įtraukti į prekių santykių tinklą. Kita vertus, regresyvumas šiuo atžvilgiu galimas suvokti ir kaip vėliau ypač išryškėjęs postmodernusis „atsigrįžimas“, pasitelkiant ar prikeltiant ankstesnių istorinių tarpsnių kultūrinį simbolinį paveldą ir su juo susijusias praktikas.

Vartoti pateikiama abstrakti kultūros prekių „būtis-kitiems“, tačiau šis procesas apgaulingas. Meno kūrinio „būtis-kitiems“ turėjo galios per estetinio suvokimo aktą žmogų įtraukti į save ir atsieti jį nuo aplinkos. Tas atsiejimas teikė žmogui galimybę ne tik peržengti savo ribotumą, bet ir išlaikyti, sutvirtinti ir teigti savo autonomiją – juk estetiškas santykis savaime paneigia ir socialinį, ir psichologinį masiškumą. Todėl menas ir buvo esminis kultūrinis dvasinės savikūros būdas. Industrijų gaminamos kultūros prekės taikomos visokiems dvasiniams „virpesiams“ sukelti – jos jau nebepakylė, nebeįtraukia žmogaus, tik iliustruoja,

ornamentuoja, apipavidalina jo gyvenimą. Dėl šios priežasties atkrinta estetiškos sublimacijos būtinybė – kultūros prekės pritaikomos prie vadinamųjų poreikių; svarbu tai, kad jau pats pritaikymas yra kultūros vyksmas, turintis užtikrinti ne prekių tinkamumą žmonėms, bet žmonių tinkamumą gaminamoms prekėms, šitaip naikinant išskirtinio estetinio santykio ir estetiškos sublimacijos nuovoką. Iš masinės gamybos kylanti masinė kultūra į kultūrinį vyksmą įtraukia daugybę tų žmonių, nuo kurių ankstesnė aukštoji kultūra buvo atsiribojusi (tai šiuo metu linkstama vadinti „kultūros demokratėjimu“), tačiau buvę kultūros „autsaideriai“ kultūringi tampa tik vartodami vis galingesniu srautu tiekiamas kultūros prekes. Kultūros sistema netenka aiškios vertybinės kultūringumo hierarchijos, visi jos lygiai susimaišo ir visos kultūrinės vertybės pasitelkiamos masinei gamybai, o masinė kultūra toliau skatina „nepalaujamai sieti visokiausius dalykus“ (Adorno 2001: 83), tvirtindama įsitikinimą, kad kultūrai ir menui suvokti nereikalingi jokie išskirtiniai gebėjimai ir išsilavinimas.

Th. W. Adorno „kultūros industrijos“ samprata siejasi su Walterio Benjamino „mechaninės reprodukcijos amžiumi“ ir kreičia į K. Marxo „dvasinę gamybą“, nusakančią kapitalo galią įveikti visus materijos ir dvasios „atskyrimus“. Šią kultūros industrinio apmąstymų tradiciją savaip pratęsia postmoderniojo būvio teoretikai, vienaip ar kitaip pasiremdami tuo „poreikių gamybos“ suvokimo kontekstu, kuris grindžiamas amerikiečių ekonomisto J. K. Galbraitho įžvalgomis ir jas su K. Marxo idėjomis siejusio J. Baudrillard'o mintimis. Reikšminga tai, kad „poreikių gamybos“ problema pradėta gvildinti šeštojo ir septintojo XX a. dešimtmečių sandūroje, kai ėmė ryškėti tam tikri naujosios ekonomikos ir naujo vartotojų visuomenės būvio bruožai, vėliau imti gvildinti postfordiškosios ekonomikos tyrinėjimų srityje. Dera priminti, kad Europoje tarp kairiosios pakraipos intelektualų vyravo nu-siteikimas prieš buržuazinį vartotojiškumą, suvoktą kaip XIX a. pabaigos klasiniu vartojimu paremtas išskirtinumo teigimas arba kaip kapitalistų sugalvotas būdas revoliuciniam darbininkų klasės

užtaisui silpninti. Mūsų pasitelktų mąstytojų sąsają reikia paryškinti ne tik dėl to, kad ja remiasi (dažniausiai nutylėdamas) įvairios postmodernistinės ekonomikos ir kultūros sąveikos interpretacijos, – svarbiausia, kad ji savaip grindžia vadinamojo „kultūros posūkio“ supratimą ir padeda intensyvuoti hermeneutinį socio-kultūrinės teorijos ir ekonominių diskursų „pokalbį“.

PASITURINČIOS VISUOMENĖS EKONOMIKA IR POREIKIAI

Žymaus amerikiečių ekonomisto J. K. Galbraitho darbus verta prisiminti dėl kelių priežasčių: anuo metu jie buvo ir iki šiol liko reikšmingi teoriniu bei ideologiniu požiūriu, svarbus yra jų pirmeiviškumas, reikia išskirti ir čia dėstomą ekonominę logiką, kuri šiuolaikinių vartojimo tyrinėtojų dažnai yra apeinama. „Poreikių gamybą“ J. K. Galbraithas aptarė kaip neišvengiamą ekonomikos raidos dalį. Kita vertus, jo mintys paryškina neoliberaliosios ekonomikos teoretikų ideologiškumą – juk neoliberalioji teorija teigia individo laisvę ir kuria laisvo individo poreikių tenkinimo strategiją, kurią „poreikių gamybos“ samprata pernelyg nužemina, išskeldama industrinį poreikių diegimo ir primetimo pobūdį laisvosios rinkos sąlygomis. Lietuvoje vartojimo ekonomika diegiama ir vartotojų visuomenė kuriama skleidžiant „laisvo pasirinkimo“, ekonomikos ir socialinio gyvenimo išlaisvinimo, remiantis rinkos principais, ideologemas, savo ruožtu pridengiančias neišvengiamus naujus nelaisvės būdus, kuriuos ši ekonomika kaip tik ir įtvirtina.

J. K. Galbraitho knyga „Pasiturinti visuomenė“ (*The Affluent Society*) pasirodė 1958 m., o 1969 m. buvo išspausdintas pataisytas jos leidimas (Galbraith 1969), kuriame atsižvelgta į kai kuriuos anuo laiku vykusios ekonomikos ir kultūros kaitos aspektus, ypač į rinkodaros ir reklamos ekonomikos plėtrą. J. K. Galbraithas

atkreipė dėmesį į dvi esmines prielaidas, kurios grindė visas ekonomikos teorijas ir ekonomistų svarstymus apie vartotojų poreikius ir jų reikšmę ekonomikos plėtrai. Nors tos prielaidos tarsi akivaizdžios, nebuvo bandyta aiškintis, koks jų vaidmuo konstruojant teorijas ir kas išryškėtų pradėjus svarstyti jų pagrįstumą. Laikoma savaime aišku, kad vartotojo poreikiai yra neišsemiami, begaliniai, todėl jų niekaip ir niekada neįmanoma visiškai patenkinti. Kodėl neįmanoma? Į šį klausimą atsakoma labai paprastai, nors minėta prielaida besiremiančios teorijos iš pirmo žvilgsnio gali pasirodyti labai sudėtingos. Kad ir kiek tenkintume poreikius, jų nemažėja, nes randasi vis naujų psichologiškai paremtų geisimų, norų, svajonių, kuriems įgyvendinti reikalingos naujos prekės ir paslaugos. Vadinasi, tiesiog būtina gaminti vis daugiau ir vis įvairesnių gėrybių, nes ir poreikiai darosi vis įvairesni. Ši prielaida ekonomikos teorijai nepaprastai svarbi – ja remiasi begalinės ekonomikos plėtos samprata ir vaizdinys (BVP didėjimo fetišas), šiuo metu įsitvirtinę ne tik ekonomikos teorijose, bet ir politikoje, taip pat *sustainable development* pavidalais*. Iš tiesų jokia ekonomikos teorija nekalba apie būtinybę lėtinti plėtrą, mažinti vartojimą ar sutelkti jį tam tikriems visuomeniniams tikslams siekti. Šiuo atžvilgiu galėtume išskirti tik Immanuelio Wallersteino plėtojamą idėją apie galimą geresnę ir teisingesnę sistemą, kuri būtų grindžiama jau ne kapitalo begalinio kaupimo imperatyvu ir logika, išnaudojimu, visuomenės poliarizavimusi turto ir ekonominės bei politinės galios atžvilgiu, o socialiniais bendruomenių interesais, dabartinį gamybos būdą keičiant kitu – pelno nesiekiančiais decentralizuotais susivienijimais (*nonprofit decentralized units*), naikinančiais naudos kultą ir,

* Ši prielaida gyvybinga ir dabar, ypač pokomunistinėse šalyse, kuriose dar nesuklostė savas kritinio požiūrio į pereinamąsias visuomenes ir ekonomikas diskursas. Ji grindžia įvairius ekonominės raidos bei modernizavimo scenarijus ir pasaulinių finansinių institucijų projektus. Globalizacijos tyrinėtojas Masao Miyoshi tvirtina: „Didžiama ekonomistų niekada nesuabejojo ekonomikos plėtra kaip esminiu socialiniu poreikiu. Vartojimas dėl vartojimo, įgyvendinamas per suplanuotą susidėvėjimą ir nepasotinamą geismą, – iš tiesų optimalus švaistymas, o visuomenė ramiai su tuo sutinka ir įtraukia tai į kasdienį kiekvieno gyvenimą“ (Miyoshi 2001: 292).

kalbant apie socialinius santykius, tvirtinančiais sugyvenimo nuostatą (Wallerstein 1998). Antra prielaida formuluojama šitaip: kadan gi vieni žmogaus poreikiai yra įgimti, o kitus jis išsiugdo, pats žmogus yra savo poreikių šaltinis ir šeimininkas – ekonomika tiesiog tik vis geriau juos tenkina. Ideologinės ir politinės šios prielaidos konotacijos, susijusios su individo laisve ir pasirinkimu, yra akivaizdžios.

Ideologinį šių prielaidų aspektą verta paryškinti dėl to, kad jis skleidžiasi kaip vartotojiškumo ideologija. Tą ideologiją grindžiantį įsitikinimą, kuris sykiu yra ir visaip teigiama „žinia“, bendriausiai galima nusakyti taip: žmonių nereikia niekaip ypatingai įtikinėti, kad pirktų, nes jie visada nori pirkti. Kitaip tariant, noras pirkti yra pirminis žmogaus būdo bruožas. Norimi dalykai nėra apskrių verslininkų ir jiems padedančių rinkodaros bei reklamos specialistų prasimanymas – tai kiekvienam žmogui būdingi siekiniai, ryškėjantys įvairiais jo gyvenimo tarpsniais ir savaip juos paženklinantys: tada įsigijau butą, tada pirkau mašiną, tada keičiau ją į geresnę, galų gale – užsisakiau kapo vietą. Postmoderniojo būvio ir kartu postfordiškosios ekonomikos ypatumas tas, kad čia įvyksta vadinamasis didysis vartotojo išlaisvinimas – žmogus gali išpildyti savo norą pirkti ir savo poreikius tenkinti prekių pertekliaus, o ne jų trūkumo sąlygomis. Todėl daroma išvada, kad dabar pagrindiniu ekonomikos veikėju ir pagrindine ekonomine galia tampa suverenūs vartotojas (*sovereign consumer*), o jo poreikiai lemia ekonomikos raidą (Ledziak 2000: 113). Savo suverenumą šis vartotojas įgyvendina jau ne tiek geisdamas naujų dalykų ir patirdamas jų teikiamą malonumą, kiek rinkdamasis iš siūlomų prekių gausybės, taigi pasirinkimas virsta pagrindine žmogaus laisvės raiška. Pasirinkimas ir su juo susijusi laisvė pradedami laikyti kertiniu egzistenciniu bruožu – tos laisvės neberiboja stoka, todėl į vartojimo sritį įtraukiami žmogui charakteringiausi prasmės kūrimo, perteikimo ir įtvirtinimo būdai, nulemiantys socialinių santykių pobūdį, individo savivaizdį ir jo socialinį statusą. Pavyzdžiui, prekių ženklas jau seniai nesiriboja vartojamąja verte – simbolinis jo turinys, kaip svarbus žmogaus tapatumo ir statuso kūrimo ir

palaikymo elementas, yra paveikęs ir socialinius bei asmeninius santykius. Kadangi socialinis ir simbolinis prekių, tiksliau, jų ženklų turinys neišvengiamai pasitelkiamas tapatumams ir gyvenimo stiliams kurti, vartojimas pradedamas laikyti išskirtiniu kūrybiniu darbu, kuriam reikalingi ir įgūdžiai, ir išmanymas, ir lėšos. Šitaip vartojimo ideologija nusavina tuos prasmų laukus, kuriuos individas naudoja saviraiškai ir saviteikiai. Švelniai ironizuodami, galime teigti, kad suverenaus vartotojo pasirinkimo laisvė yra suvoktos būtinybės vartoti apraiška. Fordiškam kapitalizmui buvo būdinga žmogaus darbą ir gebėjimus susiaurinti iki tam tikros funkcijos ar jos dalies (konvejerinė gamyba), šitaip didinant produktyvumą, kuris įtvirtino vartojimo režimą. Postfordiškai kapitalizmo stadijai vėl prireikia kūrybinių ir interpretacinių žmogaus galių, nes pereinama prie ženklų ir vaizdinių gamybos bei vartojimo, o šiuos gaminius vartoti įmanoma tik suvokiant jų teikiamas prasmų kūrimo galimybes, – tokių prasmų, kurios laikomos savos.

Ekonomistai atmeta neekonomistų samprotavimus apie būtiniausias (maistas, apranga) ir ne tokias būtinas prekes, jie netoleruoja gėrybių ir prekių skirstymo, kuris vienos rūšies prekėms teiktų pirmenybę prieš kitas ar kaip nors kitaip vertybiškai jas išskirtų. Toks pat jų požiūris ir į poreikius: išskirti būtinus poreikius reikštų savaime nuvertinti kitus poreikius arba teikti jiems klasinį išskirtinumą. Kita vertus, vadinamųjų būtiniausių poreikių srityje šiuo metu kaip tik ir vyksta intensyviausi suprekinimo procesai (pavyzdys gali būti seksualiniai poreikiai). Vertybinis poreikių išskaidymas taip pat kelia grėsmę neribotos ekonominės plėtros scenarijui. Ir vis dėlto, klausia J. K. Galbraithas, kas yra ir kur glūdi tas demonas, kuris žmogų paverčia nepasotinamu vartotoju, kuris spaudžia jį nepalaujamai geisti vis naujų dalykų, kuris neleidžia jam liautis ir patirti visuminio pasitenkinimo? Vienintelis racionalus atsakymas į šį klausimą galėtų būti tik tas, kuris pačią gamybą, jos plėtrą ir produkciją susieja su žmogaus poreikiais ir norais. Kitaip tariant, gamybos ir poreikių didėjimo paralelizmą galima suvokti tik tada, „jei poreikiai randasi *pari passu* su gaminiais“ (Galbraith

1969: 147). Poreikiai neišvengiamai gaminami kartu su prekėmis, o prekės (ir paslaugos) užpildo pačios gamybos kuriamą ir įtvirtinamą stokos tuštumą. Kodėl galima kalbėti apie neišvengiamumą? Nes prekės išreiškia ir socialinius santykius. Žvelgiant antropologų akimis, norai ir poreikiai kyla ne iš individo – jų pobūdį, vertingumą, ribas nustato socialinė terpė, norų bei poreikių raiškai teikianti socialinių ryšių turinį: vieniems galima norėti vienu, kitiems – kitų dalykų (Douglas ir Ney 1998: 53). Net pačiose skurdžiausiose ir vadinamosiose primityviose visuomenėse žmonių norai bei geismai yra kultūriškai grindžiami ir socialiai apibrėžiami, nes poreikiai atlieka daugybę socialinių funkcijų: jie laiduoja ne tik išgyvenimą, bet ir socialumą, jais įtvirtinama socialinio gyvenimo pripažįstama prasmė ir individualumo bruožai (Schudson 1984). Kapitalistinė gamyba, socialinius santykius verčianti gamybiniais ir prekiniais, per prekes išreiškia ir socialinės terpės valdomą norų bei poreikių struktūrą.

Jau anuo metu buvo aiškiai suvokiama, kad tarptautinė ekonominės plėtros strategija remiasi žmonių pratinimu prie naujų kasdienio vartojimo prekių. J. K. Galbraithas ironiškai nurodė, kad pats svarbiausias ekonominės plėtros imperatyvas besivystančių šalių atžvilgiu yra užtvindyti jas kosmetika, automobiliais, dviračiais, konservuotu maistu, amerikietiškomis cigaretėmis bei filmais ir įpratinti tų šalių gyventojus šias prekes vartoti (Galbraith 1971: 272). Jis manė, kad šitaip laisvalaikio sąskaita skatinama intensyvinėti darbą, nuo kurio priklauso vartojimui skiriamos pajamos, bet šiuo metu būtent laisvalaikis yra tapęs vartojimo skatinimo strategijų kovos lauku. Suprantama, J. K. Galbraitho padaryta išvada, jog sistema veikia taip, kad žmogaus poreikiai visada „viršytų“ pajamas (ten pat: 274), galioja ir dabar. Kitaip tariant, vartotojui lemta gyventi tarp dviejų būtinumų: pavyzdžiui, reikia mokėti mėnesinę įmoką už paskolą būstui ir seną automobilį keisti nauju. Tam buvo sukurta finansinė skolinimo industrija, išrasta naujų rizikingų finansinių „produktų“, kurie finansų sritį pavertė didžiuliu burbulu, apėmusiu pasaulinę ekonomiką ir sukėlusiu

2008 m. prasidėjusią pasaulinę ekonomikos krizę. Tačiau grįžkime prie svarstomos temos.

Pagrindęs būtinybę gamybos procesą susieti su poreikiais, J. K. Galbraithas kelia klausimą, koks mechanizmas formuoja, diegia, „užveda“ troškimą vartoti ir vartojimą paverčia žmogaus gyvenimo būdu. Juk akivaizdu, kad poreikių gamyba yra kitokio pobūdžio nei, pavyzdžiui, automobilių, nors ir poreikiai, ir automobiliai gaminami bei skirstomi kaip masinė produkcija. Poreikių gamybos mechanizmas yra socialinės ir kultūrinės kilmės. J. K. Galbraithas paryškina svarbią Jameso S. Duesenberry mintį, kad pagrindinius socialinius jų aptariamą visuomenės tikslus nulemia aukštesnio gyvenimo lygio standartai. Tuos standartus nusako tam tikra vartojamų prekių apimtis ir vartojimo pajėgumas. Aukštesnio gyvenimo lygio įmanoma siekti tik vis labiau didinant vartojimą. Vėliau gyvenimo lygis susiejamas su vartojimo lygiu ir perkamąja galia apskritai, jais imamas „matuoti“ valstybių išsivystymas. Šiuo metu gyvenimo lygio standartai jau yra susiję ir su vartojamais prekių ženklais bei gyvenimo stiliais. Kultūra, žiniasklaida, reklama aukštą gyvenimo lygį įvairiais būdais įtvirtina kaip didžiausią ir labiausiai geistiną vertybę, ir žmogus tiesiog neturi galimybės nesiekti aukštesnio lygio, nes šitaip jis ne tik kad netektų aiškos motyvacijos ar gyvenimo tikslo, bet ir sąmoningai susipriešintų su vyraujančia vertybine orientacija, kitaip tariant, marginalizuotųsi. Žmogaus socialinė padėtis, vadinasi, ir jo saviptumas yra tiesiogiai susiję su gyvenimo lygio standartais.

Gyvenimo lygio standartai nustatomi pagal vartojamas prekes ir technologijas: žmogui ar šeimai tenkantis gyvenamasis plotas, išlaidos maistui, buities technika, aparatūra, informatizavimo apimtis ir t. t., – todėl tų standartų diegėjai lemia žmogaus gyvenimo būdą ir pastarojo tikslumą. Juk pagrindinis pokomunistinių šalių, tarp jų Lietuvos, piliečių gyvenimo tikslas reformuotojų irgi buvo įvardijamas paprastai – geriau gyventi, gyventi kaip Europoje. Beje, nepaisant ideologinės vartotojiškumo, kaupimo ir kitų kapitalizmo sistemos „ydų“ kritikos, gyvenimo lygio kėlimas laikytas

reikšmingu socializmo sistemos raidos tikslu. Tas lygis buvo svarbi ideologinės kovos arena – ideologiniai darbuotojai nuolat aiškino, kad gyvenimo kokybė vis gerėjanti, o vienam gyventojui tenkantis įvairių gaminių kiekis „pasiveja“ ar „lenkia“ išsivysčiusių Vakarų šalių gyventojams tenkančiuosius. Socializmo sistemos pranašumą turėjo užtikrinti tam tikras moksliskai ir ideologiškai pagrįstas, saikingas, komunizmo statytojo doroviniu kodeksu paremtas vartojimas.

JAV buvo susiklosčiusi išsamių vartojimo ir reklamos tyrinėjimų tradicija, todėl J. K. Galbraithui nebuvo sunku nustatyti, kad esminį gamybos ir vartojimo ryšį užtikrina reklama ir rinkodara, savomis priemonėmis kuriančios, skiepijančios ir skatinančios vis naujus norus ir geisumus. Naujos prekės pateikiamos taip, kad sukeltų susidomėjimą ir kad būtų galima nujausti jų simbolinę vertę gyvenimo lygių hierarchijos ar prestižo atžvilgiu. Reklamos ir rinkodaros verslo apimties didėjimas rodė ir teberodo, koku mastu „sugamybinami“ žmogaus poreikiai. J. K. Galbraithas svarsto, kodėl išlieka gyvybingas aiškinimas, kad šitaip tenkinami individualūs žmogaus poreikiai. Jau minėjome, kad svarus yra ideologinis tokio aiškinimo krūvis, kai teigiama individo laisvė ir vertė. Kaip tik kapitalizmo sistemos sąlygomis laisvo individo išsiugdytų poreikių tenkinimas imamas laikyti pasiūlą nulemiančia paklausa. Tokia paklausos ir pasiūlos samprata ne tik grindžia įvairias ekonomikos teorijas, bet ir suponuoja iliuzinį lygiavertės gamintojų ir vartotojų partnerystės vaizdinį, kuriam suteikiamas ideologinis vartotojo ir paklausos pirmumo bruožas. Šis vaizdinys būdingas ir neoliberaliosios ekonomikos teorijoms. Išskirtina prieš tokį ideologizavimą nukreipta J. K. Galbraitho mintis: kadangi visi poreikiai yra reklamos susintetinami, rinkodaros katalizuojami ir visokių įtikinėtųjų manipuliacijomis apipavidalinami, tai ir poreikių būtinumas tampa ekonominės sistemos ir reklamos produktu (Galbraith 1969: 151). Būtinus poreikius nustato ne individas, o sociokultūrinė sistema, veikianti per socialines grupes, jų vertybines orientacijas ir preferencijas. Toje sistemoje svarbiausias yra populiariosios kultūros

vaidmuo. Kodėl? Nes socialiniams santykiams palaikyti ir plėtoti reikalingus kultūrinius bei interpretacinius įgūdžius išugdo populiariosios kultūros vartojimas, žmogų įtraukiantis nuo gimimo – per mažylių žaislus, televiziją, reginius. Populiariosios kultūros tikslas yra skatinti vartojimą, ugdyti naujus vartojimo įgūdžius ir laiduoti naujų kultūros prekių gamybą. Tam populiarioji kultūra pajungia visas socialinio gyvenimo sritis ir jas persmelkia, tiesa, nevienodai (Miller 2004: 29). Todėl toliau gvildinsime populiariąją, vartoti ir vartojimui skatinti skirtą kultūrą.

POPULIARIOJI KULTŪRA: VARTOJANTIS IR VARTOJAMAS VARTOTOJAS

Pradėsiu iš toliau. Vienas ryškiausių industrinio kapitalizmo perėjimo į vartojimo kapitalizmą bruožų – nykstantis populiariosios ir masinės kultūros bei aukštosios kultūros skirtingumas ir jo nuovoka, nekalbant apie šių kultūrų priešinimą. Šitai žymu peržvelgus akademinę veiklą: šiuolaikiniai kultūros tyrinėjimai apima sportą, madą, žaidimus, pirkimą bei daugybę kitų dalykų ir yra vykdomi taikant tokį pat teorinį išmoningumą, koku remtasi aiškinant aukštosios kultūros reiškinius. Tai rodo, kad nyksta kultūros sričių ribos, hierarchijos, o pati kultūra sukultūrina tas žmogaus gyvenimo sritis, kurios dar visai neseniai nebuvo su ja siejamos (Connor 1997: 215). Kitas svarbus dalykas tas, kad kultūra į kultūrinės gamybos sritį įtraukia technologijas. Galėtume pasakyti ir kitaip – naujosios technologijos jau yra kultūrinės kūrybos dariniai.

Nors populiariąją kultūrą, apimančią įvairias gėrybes ir veiklos sritis, aiškiai apibūdinti (ir ypač nužymėti jos skirties nuo medijų kultūros ribas) nėra lengva, kai kurias vyraujančias apibrėžtis pravartu pagvildinti. Dominicas Strinati laikosi Dicko Hebdidge'o išsakyto gana supaprastinto požiūrio į populiariąją kultūrą kaip į

visiems prieinamų artefaktų – knygos, filmai, moda, televizijos programos ir pan. – visetą (Strinati 2002: xvii). Suprantama, populiarioji kultūra tuos dalykus apima, tačiau šiuo atveju neatsižvelgiama į vartojimo ir vartotojo svarbą populiariajai kultūrai gyvuoti, nenurodomas prekinis tos kultūros aspektas ir jos galia suprekinti įvairias žmogaus gyvenimo bei jo gyvenamo pasaulio sritis. Tam tikrą populiariosios kultūros sampratos problemišumą liudija ir Johno Fiske samprotavimai apie prieštarinę šios kultūros esmę. Populiariosios kultūros prieštaringumą lemia industrinis jos pobūdis. Viena vertus, populiarioji kultūra yra pelno siekiančios industrijos gaminiai, kultūros prekės. Kita vertus, ją formuoja žmonių, o ne industrijos interesai. Todėl vartojimas supriešinamas su populiariaja kultūra, iškeliant kultūros aspektą: „(...) populiarioji kultūra nėra vartojimas, ji yra kultūra – aktyvus prasmų bei malonumų gaminimas ir skleidimas socialinėje sistemoje: kultūros, kad ir kaip suindustrintos, neįmanoma tiksliai aprašyti vien prekių pirkimo bei pardavimo sąvokomis“ (Fiske 2001: 23). Ši prieštara patikslinama paryškinant aktyvų populiariosios kultūros pobūdį ir iškeliant jos tinkamumo kasdienio gyvenimo reikmėms kriterijų: „Populiarioji kultūra kuriasi kapitalizmo teikiamiems kultūros ištekliams sąveikaujant su kasdieniu gyvenimu“ (ten pat: 129). Šiuo atžvilgiu reikšmingas žmonių rinkimasis, kas jiems tinka. Tačiau juk pats kasdienis gyvenimas, jam būdingos vertybės, rūpesčiai, reikmės ir siekiamybės yra sisteminio pobūdžio, o žmogus renkasi iš tos sistemos – vartojimo kapitalizmo – teikiamų gėrybių, palaikančių vyraujančią pasaulėvaizdį ir jam būdingas vertybines orientacijas. Šioje sistemoje žmonės veikia kaip vartotojai, ji grindžiama vartojimu ir jo plėtra, o tos plėtros imperatyvas svarbus kasdiniame gyvenime.

Michelis de Certeau kaip tik ir iškėlė aktyvų kultūrinį vartojimo pobūdį, paryškino kultūrinę vartojimo reikšmę, aiškindamas, kad populiarioji kultūra yra tam tikra „darymo veiksmų“ visuma, ir tie veiksmai yra kombinaciniai ar panaudojamieji vartojimo būdai, įveiksminantys bendrąjį kasdieniškąjį *ratio*, kuris mąstymą susieja

su tinkama elgsena (de Certeau 1988: xv). Vartojimo laiduojama mąstymo būdo ir elgsenos, veikimo dermė, pasireiškianti įvairiais populiariosios kultūros pavidalais, lemia Danielio Millerio išvadą apie kultūrinę apsipirkimo reikšmę – nuo K. Marxo laikų kapitalizmas, kaip prekėmis ir prekiniais santykiais grindžiamos prekyvimo praktikos, daug labiau apėmė socialinę ir politinę tvarką (Miller 2001: 167). Priešinimas, kuriuo remiasi J. Fiske, sąlygiškas dar ir dėl to, kad dabartinis kapitalizmas skatina individualų vartojimą – pasirinkimas jau įtrauktas į suprekinimo procesą. Populiarioji kultūra vis dažniau aptariama skirtingumo atžvilgiu ir nusakoma kaip skirtingumo vartojimo kultūra. J. Fiske neatsižvelgia ir į minėtąją kultūrinę bei socialinę pirkimo funkciją: pasak Johno Tomlinsono, pirkimas yra viena populiariausių kultūrinių Vakarų visuomenės veiklų, o „pirkimo elementas“ būdingas visiems laisvalaikio leidimo būdams (Tomlinson 2002: 98). Toks laisvalaikio leidimas įgauna dvasinės veiklos bruožų, kartu savaip šią veiklą keisdamas.

Požiūris į vartotoją, vartojimo subjektą, kaip į vartojimo kapitalizmo sistemos elementą, kitaip tariant, kaip į ypatingą tos sistemos gaminį, laiduojantį sistemos funkcionalumą, nepaneigia nei individualaus vartotojo pasirinkimo, nei individualių vartotojo poreikių tenkinimo, – jis iškelia ir gvildena tam tikras tokio individualumo ir jo raiškos laisvės sąlygas. Teigiama, kad vartojimo laisvės pobūdį lemia sociokultūrinė sistema, o ji įgyvendinama prekių mainų ir visų žmogaus gyvenimo sričių suprekinimo (rinkų kūrimo) pagrindu. Vartojimo individualumas labiau pabrėžiamas tada, kai tampa individo refleksijos tema, kai pradedama svarstyti, kaip jį paversti priešinimosi sistemai būdu, susiejamu su asmenybės savikūra ir tam tikrą sistemos įtvirtinamo vartojimo ir individualaus vartojimo neatitikimą nurodančia saviraiška. M. de Certeau, teigdamas individo ir individualumo reikšmę, aiškino, kad „vartotojas negali būti identifikuojamas (ar apibūdinamas) jo įsisavinamais dienraščiais ar prekių produkcija: tarp asmens (kuris visa tai vartoja) ir tų produktų (jiems primestos „tvarkos“ indeksų) esama įvairuojančio dydžio tarpo, kurį atve-

ria asmeninis produktų panaudojimas“ (de Certeau 1988: 32). Tas tarpas nėra absoliutus – jis suvoktinas kaip kultūroje (kasdienėje, populiariojoje ar vartojimo) nepaliaujamai sprendžiamas (ar įveikiamas) individo ir sistemos (laisvės ir tvarkos) prieštaringumas. Šiuo metu gamybos produktu tampa patys vartojimo būdai (gyvenimo vartojimo stiliai), teikiantys reklamuojamą ir numanomą pasitenkinimą. Vartojimo priežiūros ir skatinimo instancijos, įgyvendinančios esminį rinkų plėtros imperatyvą, fiksuoja tam tikrų vartojimo būdų ir su jais susijusių prekių ženklų darinio „veiksmingumą“, kurį lemia individualaus vartojimo pobūdis, kylantis iš M. de Certeau nurodyto „tarpo“, ir paverčia tą kombinaciją preke. Kita vertus, populiariojoje kultūroje glūdinti vartojimo sistema verčia vartotoją ieškoti galimybių, kaip savo individualų vartojimo būdą paversti preke ir jį pateikti rinkai. Toks skatinimas apima didelę masmedijų rinkos dalį.

Dabartinės kultūros gamybos sąlygomis, įvardijamomis kaip „kultūros posūkis“, masinė prekių ir ženklų gamyba skirta individualiam vartotojo tapatumui ir gyvenimo stiliui konstruoti, o serijinis skirtingumas, palaikomas individualaus vartojimo ideologijos, tampa globalinės rinkos preke. Todėl populiarioji ir medijų kultūros apima ne tik „visiems prieinamus artefaktus“, kultūros prekes, bet ir vartojimo būdus, įgūdžius bei jų lavinimą ir glaudžiai siejasi su vartojimo kultūros samprata. Juk naujų prasmų kūrimas ir malonumo teikimas – svarbiausi populiariosios ir vartojimo kultūros tikslai. Šiuo atžvilgiu pagrįsta ir verta įsidėmėti yra Fredrico Jamesono išvada, kad „suprekinta masinė kultūra išties yra sykiu superstruktūra ir infrastruktūra“ (Jameson 2005: 154). Taigi pačioje masinėje kultūroje veikia įvairūs „kultūrų“ skirties veiksniai, nuslepiantys ar iškeliantys infrastruktūrinius jų bruožus. Esminį populiariosios ir medijų kultūrų sąryšį, lemiantį sąlygišką jų skirties pobūdį, paryškina komunikacinis kultūros, kaip terpės (*medium*), supratimas: kultūros terpė individams teikia galimybes ir būdus eksternalizuoti, objektyvuoti ir internalizuoti, subjektizuoti prasmingas gyvenamo pasaulio patirtis (Grossberg, Vartella, Whitney 1998: 21). Įvairių kultūrų

kaupiami simboliai gyvuoja kartu su savo perteikimo ir palaikymo būdais, kurie laidavo ir tebelaiduoja jų galią bei prasmę (Schudson 1989: 154). Anksčiau simboliai ir jų perteikimo būdai buvo labiau susiję su konkrečiomis bendruomenėmis, jų funkcija buvo palaikyti socialinius santykius ir pasaulio tvarką. Rinkos sąlygomis simboliai netenka dalies socialinės svarbos ir virsta kultūriniais dekontekstualizuotais „ištekliais“, pasitelkiamais kultūrinei gamybai. Šiuolaikinės medijos kultūros produktus teikia pavieniams vartotojams ar tam tikroms vartotojų grupėms, todėl simboliai supaprastinami iki informacijos, su jais siejamos patirtys pateikiamos kaip prasmės, o tikėjimo ir bendrumo dalykai – kaip paaiškinimai (ten pat). Tačiau kultūros prekių gamyba ne tik dekontekstualizuoja įvairių kultūrų simbolius – prekės tiekiamos tarptautinėms rinkoms, – bet ir savaip juos rekontekstualizuoja, atsižvelgdama į vartotojo prasmingos saviraiškos poreikį, kuris patenkinamas perkuriant prasmes ir savaip jas vartojant.

Abi šios mūsų aptariamų kultūros sritys (jei jas vienaip ar kitaip skiriame) plėtojasi skatindamos didinti vartojimą, skleidamos naujus vartojimo būdus, ugdydamos poreikį kurti vartotojo tapatumą ir tokį kūrimą laikyti savaime suprantamu bei natūraliu visuomenės bruožu. D. Kellneris aiškina, kad dabartinėje medijų visuomenėje (*media society*) tapatumas tarpininkaujamas masinės gamybos vaizdinių, o įvaizdis ir kultūrinis stilius darosi vis įtakingesni kuriant asmeninį tapatumą (Kellner 1995: 162). Medijų kultūra tampa svarbiu socializacijos ir jai reikalingos kultūrinės terpės kūrimo veiksmu. Internete susiburiančios stiprios bendruomenės anksčiau ar vėliau išsikelia tikslą įsivietinti ir užmegzti tiesioginius, nors ir laikinus ryšius. Taigi medijų tarpininkaujami socialiniai saitai virsta tarsi tiesioginiu bendravimu ir to bendravimo kuriamais ryšiais, o šie įgauna kultūrinę raišką, stiprinančią socializacijos vyksmą. Kaip pavyzdį galime pateikti festivalį „Liepsnojančias žmogus“ (*Burning Man*), paskutinę rugpjūčio savaitę vykstantį JAV, Nevadoje, Juodosios uolos (*Black Rock*) dykumoje, ir pritraukiantį apie 40 tūkstančių žmonių. Pastebėta,

kad čia renkasi tie, kurių veiklą galima vadinti kūrybine, – įvairių meno, postindustrinių informacinių technologijų ir medijų sričių atstovai, tarp jų gausu Silicio slėnio darbuotojų. Informacinių technologijų srityje pastaruoju metu stebimas ryškus socializacijos poreikis ir sykiu naujų socializacijos formų sklaida, o šis festivalis kaip tik ir kuria kultūrinę naujų medijų gamybos būdų infrastruktūrą, kurią labiausiai pasitelkia visiems gerai žinoma „Google“ korporacija (Turner 2009). Socializacija ir kultūrinė kūryba skatina medijų gamybą, o ši savo ruožtu akina naujų socializacijos formų paiešką. Nedera pamiršti, kad ta socializacija yra ne tik masmedijuojama, bet ir marketizuojama, be to, sykiu tampa kultūros prekių gamybos „mechanizmu“ (vaizdai, kelionės, informacija, knygos, simboliai ir atributai, ritualai ir kt.).

Populiariąją kultūrą suvokiant kaip masmedijuotą, sureklamintą kultūrą, svarbu omenyje turėti tai, kad ši sąvoka nužymi ir tą akademinio diskurso lauką, kuris gvildena įvairias simbolines šeimos, grupinės veiklos ir sąveikos formas: šeimų istorijas, požiūrius į gamtą bei aplinką, savų santykius su svetimais, prietarus, stereotipus, netoleranciją, marginalizavimo būdus ir panašiai (žr. LaCapra 1989: 144). Šio lauko čia neaptarsime, tik atkreipsime dėmesį į vieną dalyką: visi išskirtieji gyvenimo reiškiniai gali būti įtraukti į populiariosios kultūros gamybos procesus.

POPULIARIOJI KULTŪRA IR MASMEDIJŲ INDUSTRIJA

Populiariąją kultūrą laikant tam tikra sistema, galima išskirti įvairius tos sistemos segmentus, neužmirštant, kad visi jie vienaip ar kitaip susiję, visiems jiems būdinga prekinė forma ir suprekinimo funkcija. Apsiribosime masmedijų ir reklamos sritimi, palaikančia visą populiariąją kultūrą. Reklamai dažniausiai priskiriama pagalbinių funkcijų, tačiau vartojimo kapitalizmo sąlygomis reklama,

kaip ir masmedijos, susaisto visus populiariosios kultūros segmentus, kad ir kokiais principais pasiremdami juos išskirtume. Visi segmentai yra verslai, gyvuojantys tik tada, kai reklamuoja savo produkciją. Iš pirmo žvilgsnio atrodo, kad masmedijos yra savarankiškos reklamos transliuotojos, tačiau jų produkcija ir reklama yra, pirma, prekės, antra, „gerųjų naujienų“ pranešėjos; ir šių sričių santykiai – prekiniai. Nuo reklamos laiduojamų įplaukų priklauso daugelio masmedijų „kanalų“ gyvavimas. Masmedijos reklamuotojams parduoda suprekintą auditoriją – jos suprekinimo apimtis nulemia reklamos įkainius. Masmedijų užduotis yra įtvirtinti vartojimo kultūros programą, skatinančią žmones nepaliaujamai vartoti reklamuojamus gaminius – jie turi būti suvokiami kaip gyvybiškai reikalingi. Tas kultūrinis darbas yra vartotojo tapatumo diegimas. Normanas K. Denzinas, remdamasis Dallaso W. Smythe'o darbais, išskiria tokius svarbiausius masmedijų tikslus: gaminti kuo greičiau jų reklamuojamą produkciją suvartojančias auditorijas, įtraukti jas į tas vartojimo praktikas, kurios stiprina savininkiškojo individualizmo normas, taip pat paklūsta kapitalizmo sistemos plėtrą ir idealus palaikančiai viešajai nuomonei (Denzin 2001: 325). Auditorijų suprekinimą kaip masmedijų ir masmedijuotos populiariosios kultūros tikslą iškelia ir J. Fiske. Gvildendamas televizijos ekonomikos ypatumus, jis aiškina, kad ekonominė televizijos programos funkcija nesibaigia tą programą pardavus, nes vartojimo metu pati programa ima gaminti reklamos davėjams parduodamą auditoriją (Fiske 2001: 26). Taigi žiniasklaida neišvengiamai prisiderina prie reklamos industrijos reikalavimų, o tą dermę užtikrina bendras rinkos ir rinkodaros supratimas. Auditorijos suprekinimas ir yra pagrindinis vartojimo kapitalizme vyraujančio suprekinimo būdas.

Pati reklama yra įvairialypis kultūrinis verslas, ne tik gaminantis prekes, bet ir diegiantis socialines vertybes, tam tikrą pasaulėvaizdį ir vartojimo būdus. Tik nedidelė reklamos sritis šiuo metu užsiima „prekės vaizdavimu“. Subtilus postmoderniosios bei populiariosios kultūros ir reklamos vaizdinių analitikas D. Kellneris apibendrina: „(...) reklama pateikia ir parduoda savo produktus bei pa-

saulėvaizdį per reklaminiuose pranešimuose vartojamus vaizdinius, retoriką, šūkius ir jų samplaikas, kuriems sukurti skiriami didžiuliai meniniai išteklių, psichologijos tyrinėjimai ir rinkodaros strategijos“ (Kellner 1996: 164). Atkreiptinas dėmesys į pasaulėvaizdžio svarbą – šiuo atžvilgiu pasaulėvaizdis apima kultūros programą, ja grindžiamus gyvenimo stilius, galimybes tuos stilius kurti ir keisti jų įvairovę. Toks reklamos išplitimas rodo, kad socialinė ir individualioji subjekto tapatumo prasmė vis labiau „išgaunama“ iš vartojimo, kur ji pateikiama kaip prekė. Pavyzdžiu gali būti kaip didelis ilgalaikis kultūrinis renginys vykusi „Calvin Klein“ kvepalų „ck one“ reklamos kampanija Singapūre (Turnbull 1997: 233). Minimu atveju buvo pasitelkti įvairūs masmedijų ir meninės kūrybos ištekliai. Pristatymo scenos ir vaizdai buvo būdingi postmoderniai populiariajai kultūrai: čia vyravo seksualinė įtampa ir lyties neapibrėžtumas, agresyvumas ir transgresyvumas, pagal kuriuos labiausiai modeliuojama jaunimo kultūra bei „jaunatviški“ gyvenimo stiliai, „durstomi“ iš įtaigiausių reklaminių vaizdinių. Transgresyvumas žymi tai, kad kvepalai „žaidžia“ belytiškumu – jie skirti ir vyrams, ir moterims. Peržengti lyties ribas šiuo metu skatina įvairios populiariosios kultūros formos, savaip išreiškiamos suprekinimo galios poreikį įveikti visokius santykių apibrėžtumus, laikomus prekinų santykių ir vartojimo apribojimais.

Daug pavyzdžių, kaip subtiliai vartojimo kultūros programa skiepijama jau nuo mažų dienų, pateikia tyrinėjimai, siekiantys išsiaiškinti, kokie reklamos ypatumai padeda stiprinti jos poveikį įvairių amžiaus grupių vartotojams. Paskutinįjį praėjusio šimtmečio dešimtmetį 81 proc. naujų produktų rinkai buvo pateikti išplečiant prekių ženklą (*brand extention*), kitaip tariant, naują prekę susiejant su jau populiaria preke. Pastebėta, kad 11–12 metų amžiaus vaikus stipriau veikia rimuota reklama, o suaugusiesiems rimas įspūdžio nedaro – štai kodėl „Coca-Cola Gola“ vaikus traukia labiau nei „Coca-Cola Highley“. Tačiau produktų giminingumas vaikams nėra toks svarbus, kaip suaugusiesiems, todėl nieko bendra su pieštukais neturinčios „Crayola“ gitaros išpopuliarėjo nepaprastai greitai (Zhang ir Sood 2002: 129).

Reklama yra ženklų derinimo menas, reklamos tekstai ir vaizdiniai nuo ankstauro ryto iki vėlaus vakaro (o kartais net sapnuojant) kreipiasi į žmogaus savipatumą, perteikdami tam tikrus idealius savikūros modelius ar gyvenimo stilius, jų teikiamus pasitenkinimo būdus ir suponuodami fantazminį susitapatinimą su kokia nors madinga socialine kultūros prekių vartotojų grupe. Modeliai veikia ir kaip gyvenimo prasmės pakaitalai. Reklamos gebėjimą persmelkti visą kultūrą, sietis su visais tos kultūros segmentais ir rodytis kaip sociokultūrinio būvio esmė – juk *in ad we trust* – lemia į prekes perdirbama žaliava. Ta žaliava – tai prasmė, kitaip tariant, visi įmanomi kultūros ištekliai paverčiami ekonominiais (Goldman ir Papson 1996: 24). Reklamos versle prasmės išskyrimas, suvokimas ir susaistymas derinamas su jos taikymu, numatant to taikymo veiksmingumą ir atsižvelgiant į galimas suvokėjo interpretacijas. Hermeneutinių operacijų kodifikavimas padeda į reklamos prekes „įtvynioti“ interpretacinius žmonių sugebėjimus ir kultūrinę jų atmintį. Dėl šios priežasties reklamos kūrėjų žvilgsniai pastaruoju metu vis labiau krypta į tą meno sritį, kuriai suvokti reikalingi ypač išlavinti prasmės interpretavimo ir persemantizavimo įgūdžiai – į modernistinės poezijos klasiką. Reklaminų prasmų gamyba nepaprastai sparčiai daugina kultūrinių prasmų aruodą, iš kurio semia ir meninės kūrybos šakos. Svarbus reklamos ypatumas, ypač stipriai veikiantis suvokėją, pasak J. Baudrillard'o, yra pranašiška jos kalba, kuri kreipiasi ne į mokymąsi ar supratimą, o į viltį, atmesdama visokį rėmimąsi ankstesnėmis tiesomis, įveikdama teisingo ir klaidingo skirtinumą – šiuolaikinio objekto ženkliškumas iškelia jį už svarstymų apie naudingumą, panaudojamumą ir nenaudingumą teritorijos (Baudrillard 1998: 127). Šį ypatumą dar labiau paryškina įsivyraujanti prekinė informacijos forma, laiduojanti in-formavimo ir su-formavimo tapatumą.

Jau aptarėme esminę vartojimo ideologijos teigiamą suverenaus vartotojo figūrą, kuriai būdinga laisvės raida renkantis. Ši ideologija trukdo įžvelgti manipuliacinę, vartojimą skatinančią

(ideologiškai skatinamas ne vartojimas, o laisva saviraiška, poreikių tenkinimas ir laisvos asmenybės ugdymas) ir socialinių sluoksnių tapatumus valdyti siekiančią reklamos industrijos galią. Daug būtų galima kalbėti apie per reklamos istoriją išryškėjusias vartotojo įvaldymo strategijas, bet apsiribosime aptardami slinktį nuo amerikiečių reklamoje jau senokai įsitvirtinusios vadinamosios terapinės paradigmos prie „Benetton“ reklaminės ideologijos. Tiesa, terapinė paradigma niekur neišnyko – jos pagrindu reklamuojami nauji produktai. Vincentas J. Milleris kaip reikšmingiausių spausdintos reklamos pokytį išskiria apie 1810 m. įvykusį perėjimą nuo tekstinės informacijos apie siūlomas prekes prie išraiškingų, dėmesį patraukiančių paveikslėlių, kai vietoj informacijos pasiūlymų vaizdo poveikis – ne tik tiesioginis, bet ir psichologinis bei socialinis. Pradedama kurti reklaminę terapinę aplinką. Svarbiausia darosi ne norimo parduoti ir reklamuojamo produkto gerosios ypatybės ar pranašumai, o jo „gebėjimas“ pagerinti vartotojo gyvenimą, patenkinti slaptus vartotojo troškimus ir fantazijas. Šis būdas taikomas iki šiol: dantų pastą reklamuojantys vaizdai žada būsimo vyro ir moters susitikimo džiaugsmą, maisto papildai teikia gyvybinį atsinaujinimą, moterims skirti įklotai kuria romantiškų susitikimų nuojautą ir taip toliau. Terapinės paradigmos taikymas skatino kultūros suprekinimą, nes reklamoje prekės buvo pateikiamos kaip simboliniai gilesnių troškimų ir geismų tenkinimo ženklai, apimantys tas psichologinių bei socialinių poreikių sritis, kurias anksčiau „valdė“ aukštoji kultūra, religija, meninė kūryba. Taigi visos šios sritys neišvengiamai įgavo vartojimo bruožų, į jas perkeliama ir vartojimo įgūdžiai bei nuostatos (Miller 2004: 88). Visuomenei įskiepyti geresnės savijautos (sveikata, seksualumas, socialiniai ryšiai) lūkesčiai padeda įsitvirtinti ir ilgaamžiškumą žadančiam bei nemirtingumu gundančiam genetiniam diskursui.

Terapinę paradigmą papildoma, pratęsia ir keičia „Benetton“ reklamos kampanijų ideologija. Ši kompanija reklaminius vaizdus kuria jau ne prekėms pateikti, o savo požiūriui į tam tikrus

socialinius reiškinius ar problemas išreikšti ir įtvirtinti žmonių sąmonėje. Reklaminiai vaizdai susiejami su įvairiomis probleminėmis socialinio gyvenimo sritimis – gamtosauga, AIDS, terorizmu, – per juos su visuomene tarsi kalbamas apie jai rūpimus dalykus, netiesiogiai kreipiant vartotojų dėmesį ir į savo gaminius. Kompanijos požiūris į socialinius reiškinius sudomina visuomenę, be to, tas požiūris išreikštas drastiška vizualine kalba. Reklamos filosofijos kūrėjai įsitikinę, kad politiniu ir socialiniu aspektu turiningi reklaminiai vaizdai prekiaujant įvairių kultūrų rinkose yra paranesni nei įprasta prekių reklama. Todėl pagrįstai tvirtinama, kad „Benetton“ reklaminiai vaizdai suprekina socialines problemas, o šiuolaikinis reklamavimas yra sudėtingas kultūrinis diskursas ir intensyvių ideologinių kovų laukas (Timic 1997: 14–15). Šiuo atžvilgiu pirkimas ir vartojimas yra ne tik poreikių tenkinimas ar laisvo pasirinkimo raiška, bet ir tam tikro požiūrio į vienus ar kitus socialinius reiškinius palaikymas. Šis palaikymas sukelia dalyvavimo sprendžiant globalinius pasaulio reikalus pojūtį – dėvintieji „Benetton“ drabužius tarsi susisaisto nematoma, tačiau stipriais ryšiais ir, įveikdami rasinius bei nacionalinius skirtumus, kuria išskirtinę bendruomenę.

SUBJEKTO FRAGMENTACIJA: MODERNYBĖS ASMUO IR DAUGYBINIS VARTOTOJAS

Populiarioji kultūra ir jos „antgalis“ reklama yra nukreipti į vartojimo ir vartotojų kapitalizmo subjektą. Kultūra ugdo (gamina) sistemai reikalingą žmogų, kurio esminis gebėjimas yra tarsi automatiškai prisitaikyti prie vartojimo režimų kaitos ir tempo. Žmogus geidžia to, kas jam siūloma, ir iš siūlomų dalykų konstruoja savo individualų tapatumą, jau nebegrindžiamą jokia transcendentiniu Dievo ar Tikrovės esmingumu. Subjekto indi-

vidualybės reikšmingumą patvirtina vartojimo sistemos diegiami socialiniai grupinės saviidentifikacijos ir stratifikacijos būdai. Subjekto vaizdinys, kurio ryškiausi bruožai yra fragmentiškumas ir kaitumas, ryškėja gretinant įvairias dabarties būvio konceptualizavimo plotmes. Iš jų išskirsime tris.

I. Perėjimas nuo industrinio prie vartojimo (ar nuo fordismo prie postfordismo) kapitalizmo subjekto atžvilgiu nusakomas kaip modernybės subjekto fragmentavimasis, buvusio moderniojo žmogaus vidinio Aš skaidymasis, jo desubstancializavimasis, kūrybinės Aš refleksijos galios sunykimasis, išsiugdant subtilius fragmentinės refleksijos įgūdžius. Modernusis subjektas buvo įsivaizduojamas ir teoriškai suvokiamas kaip sau tapatus, save susikūręs individas, visą gyvenimą išlaikantis tam tikrą vidinę esmę, labiausiai besireiškiančią per racionalųjį mąstymą. Tokį subjekto vaizdinį suproblemino jau psichoanalizė, nurodžiusi sąmonei nepavaldų ir net ją pačią valdantį pasąmonės sluoksnį, iš kurio kyla subjekto savipatumą ardantys potraukiai. Psichoanalizės požiūriu subjekto tapatumas yra tam tikra sąmonės kuriama iliuzija – subjektas reikalingas nepaliaujamo gydymo. Vėlesnė poststruktūralistinė tradicija dequalifikavo subjektą kaip savaveiksmį ir save kuriantį bei veikiantį asmenį: jis imtas įsivaizduoti subjektinimo technologijų, socialinių ir institucinių galių gaminiu, paslankių subjektinių pozicijų, kurias nustato sociodiskursinis galios laukas, visetu (M. Foucault). Toks subjektas patiria nuolatinius pokyčius, susijusius su ekonominėmis, socialinėmis ir kultūrinėmis permainomis. M. Foucault plėtota diskurso samprata išstūmė subjektą ir pati užėmė jo vietą. Diskursas čia suvokiamas ne kaip mąstymo, žinojimo ar kalbėjimo raiškos dalykas, nes išraiška teikia prielaidą visuminiam raiškos subjektui, „valdančiam“ suvokimo sintezės rezultatą, atsirasti, – jis laikomas įvairių santykinai stabilių subjektyvumo pozicijų lauku, kurį gvildenant galima nustatyti subjekto dispersijos pobūdį, jo netapatumą tam, ką jis laiko savastimi. Subjektyvumas įsitvirtina įvairiose diskurso „vietose“, ir tų „vietų“

darinys nulemia visada sąlygišką subjekto vaizdinį; sąlygišką jau vien dėl to, kad pats subjektas negali apimti diskurso tvarkos ir yra priverstas tenkintis tos tvarkos jam primetama padėtimi (Foucault 1972: 54–55). Apibendrinamas poststruktūralistinę subjekto ir subjektyvumo sampratą, Markas Posteris iškelia tris esmines subjekto vaizdinį formuojančias prielaidas: subjektas visada tarpininkaujamas kalbos, kitaip tariant, visoks savipatumo kūrimas ir suvokimas vyksta kalboje; tarpininkavimas yra interpeliacijos pobūdžio; ir, svarbiausia, subjekto pozicijos, iš kurių kyla jo paties ištarmės ir kurios nurodo, į ką ir kaip kreipiamasi, yra nestabilios, perteklinės, daugybinės (Poster 1996: 278).

Šią subjekto sampratą savaip plėtojo dekonstrukcija, suardžiusi metafizinį filosofavimo pagrindus, paneigusi esmes, duotybės, principus ir tiesas. Dekonstruotas, tiksliau, dekonstruojamas ir savidekonstruktyvus subjektas laikomas decentruotu, be perstojo kitėjančiu subjektyvinimo procesu, peržengiančiu visokias ašumo apibrėžtis. Nesunku įžvelgti, kad dekonstrukcinis subjekto decentravimas, jo esmės sudiskursinimas, naikinant vidaus ir išorės, gelmės bei paviršiaus ir kartu sąmonės bei pasąmonės opozicijas, savaip atitinka suprekinimo logikos į tam tikras „savybes“ išskaidytą subjektą – tos „savybės“ nepalaujamai suprekinamos ir įtraukiamos į vis naujus vartojimo ciklus. Modernybės subjekto vidinis Aš buvo nusakomas dvasinio gyvenimo kategorijomis, o dvasinio gyvenimo beveik neįmanoma suprekinėti – sunku įsivaizduoti dvasinį vartojimą ar juo labiau apie jį teoriškai svarstyti. Ištraukus gelmę, vidų į paviršių, sudiskursyvinus dvasią per kūną ir malonumą, išplečiama vartojimo sritis (sukuriamos naujos rinkos): vartojimas apima dar visai neseniai dvasiniu laikytą pasaulį, kurio nuovoką naikina reklaminės populiariosios kultūros sistema ir jos teigiama ideologija. Taigi pagrįstai tvirtinama, kad postmoderniosios, poststruktūralistinės ir dekonstrukcinės pakraipos teoretikų pastangos išskaidyti, decentruoti bei dekonstruoti tapatumus, pagrindus ir esmes ir šiuos dalykus nusakančias kategorijas savaip atliepia rinkos mechanizmų veiklą, naikinančią „poreikius“ ir „vartojamąją ver-

tę“, kaip prekinės gamybos ir mainų referencijos plotmę (Wang 1995: 279). Tokią nuomonę galima paremti tam tikru filosofinės minties slinkties ir ekonomikos virsmo paralelizmu: postmodernusis teoretizavimas, dekonstrukcija iškilo ir išplito septintojo–aštuntojo praėjusio amžiaus dešimtmečių sandūroje rinkos ekonomikai pereinant į postfordiškąją stadiją. Kita vertus, postmodernių mąstytojų teigtas ir skatintas didžiųjų metanaratyvų suirimas, atskleidžiantis sisteminio racionaliosios modernybės įtvirtinto mąstymo „nepajėgumą“ apimti dabartį, lyg ir nutiesė kelią ne tokiems akivaizdiems, bet ne mažiau valdingiems „raidos“ (*development*) ar „žmogaus teisių“ metanaratyvams, kurie pajungia ir perprasmina visus ankstesnių naratyvų fragmentus ir formuoja dabartinių dalinių naratyvų suvokimo rėmus.

Modernybės žmogus buvo ugdomas stabilaus savivaizdžio ir asmeninio gyvenimo planavimo pagrindu, aiškiai išskiriant tris brendimo tarpsnius – mokymasis (vaikystė, paauglystė), darbo metai (suaugusiojo gyvenimas) ir pasitraukimas iš aktyvios veiklos (senatvė). Moderniojo žmogaus tapatumą „cementavo“ jo profesija, darbas, nes visiems buvo tarsi savaime suprantama, kad profesija įgyjama visam gyvenimui, o asmenybės tobulėjimas, ar tapatumo „brendimas“, yra glaudžiai susijęs su profesiniu tobulėjimu. Netikrumo ir neužtikrintumo pasaulyje „rizikos visuomenės“ (Ulrichas Beckas) nariai sau nebekelia viso gyvenimo tikslų, nes nei ilgai trukus šie gali pasirodyti esą socialiai nereikšmingi. Kita vertus, tokių tikslų kelti neskatina ir būtinybę vis naujus malonumus patirti raginanti populiarioji kultūra. Dėl šių priežasčių pradeda įsigalėti tikslo siekį pakeičianti lošimo ir rizikavimo nuostata (Bauman 2001: 53). Įvairiais populiariosios kultūros pavidalais dieną naktį tvirtinama, kad visi „rizikos visuomenės“ nariai turi galimybę patirti stebuklą – žaisti ir laimėti ne tik tą ar kitą prizą, bet ir visą „milijoną“, suponuojantį kitokio gyvenimo vaizdinį. Tačiau tokios galimybės spindesys užtemdo paprastą faktą, kad laimėtojas nė trupučio nepakils socialinės hierarchijos laipteliais: nors socialinę hierarchiją galima nusakyti pagal kapitalo apimtį, tas kapitalas turi

būti sukaupęs galią veikti tam tikrus žmones, kitaip tariant, daryti socialinį poveikį. Galimybė laimėti nuslepia socialinės atskirties ir nelygybės režius.

Nykstant nuostatai siekti ilgalaikių tikslų, skatinama kitokia gyvenimo strategija: žmogus mokomas gyventi tarsi nuolat „pradedant iš naujo“, teigiamas eksperimentavimo savo tapatumu ir jo vaizdiniais pranašumas. Tapatumo vaizdiniai klojami vienas ant kito, todėl asmeninis tapatumas tampa „palimpsestiniu tapatumu“, labiau tinkamu pasauliui, „kuriame menas užmiršti yra ne mažiau – jei ne labiau – svarbus nei menas įsiminti“ (ten pat). Modernybės epochai būdingas ateities planavimas ir juo grindžiamas gyvenimo įsivaizdavimas menksta: kadangi nei darbo, nei šeimos gyvenimui nebėra būdingas ilgai trunkąs stabilumas, žmonės orientuojasi į trumpalaikius gyvenimo tarpsnius. Laikinas šeimos gyvenimas „be įsipareigojimų“, nepalaujamas darbo ieškojimas ir jo keitimas yra esmiškai susiję su postmodernių laikų ekonominiu bei socialiniu paslankumu (*flexibility*), pradedamu laikyti asmenybės bruožu. Richardo Sennetto nuomone, asmens būdo pastovumas ir gyvenimo plano įgyvendinimas nesuderinami su vėlyvosios modernybės reikalavimais (Sennet 1998). Modernybės perspektyvizmą, nukreiptą į galimą galutinai suracionalinti ateitį ir vietoj Dievo ar Gamtos veikimo įtvirtinti racionalaus subjekto pasirinkimą, keičia situatyvumas – individas nuolat taikosi prie besikeičiančių sąlygų, nekreipdamas dėmesio į savo asmenybės stabilumą. Pasak Alberto Melucci, šiuolaikinis tapatumas tampa vartojimo veikiamu įvairialypės sąveikos laukų tinklu, dinamiška, procesualia sistema, jis jau nebėra metafizinė esmė, kylanti iš giminytės ryšių, genties, socialinio sluoksnio, visuomenės ar valstybės, – „tapatumas, kaip daugybinis savipatumas, virsta tapatizacija“, o tokio „daugybinio savipatumo individualumas tampa individuacija“ (Melucci 2001: 64). Šių laikų individui svarbiausia – gyvenamos akimirkos patirties intensyvumas, o intensyvumų serijas susieja individuacija. Kaip tik tokį intensyvumą laiduoja reklaminis pasaulėvaizdis, prekiniai pa-keičiamų tapatumų pavidalai.

II. Decentruoto, išašinto, fragmentuoto subjekto sampratą palaiko ir globalizacijos teoretizavimas. Išgyvenamas esminis globalinio, homogenizuojančių ir heterogenizuojančių ar globalizuojančių (įsivietinanti globalizacija, globalizacija ir sykiu lokalizacija) procesų persmelkto pasaulio susisaistymas atskleidžia du svarbius dalykus: viena, skirtingos kultūros vis intensyviau sąveikauja, patirdamos neįtikėtinus pokyčius, antra, įsivyraujant pasaulinės rinkos ir pasaulio, kaip nepaliaujamai kuriamų rinkų, supratimui, kultūros sąveikauja ne kaip visumos, o kaip rinkai vienu ar kitu metu tinkamesni fragmentai, virstantys prekėmis. Rinka lemia kultūrų, kurioms buvo būdingas tam tikras lokalinis visumiškumas ir stabilumas, fragmentavimąsi, taip pat įvairių nestabilių kultūrinių darinių atsiradimą. Suprantama, subjektas tuos kultūrinius vyksmus neišvengiamai patiria, nes yra jų dalyvis. Globalizacijos samprata paremia visų žmogaus gyvenimo sričių suprekinimo argumentą. Socialinė sistema prisitaiko prie naujų globalizacijos iškeltų vartojimo būdų juos natūralizuodama ir sukasdienindama, kaip kad natūralizuoja ir sukasdienina naujas technologijas, kurių plitimas skatina tam tikrų socialinių struktūrų saviraidą, ypač ekonomikos, darbo rinkos ir vartojimo srityse (Waters 2001: 31). Suprantama, šitai nereiškia, kad nesuprekinėtų sričių apskritai nebelineka, bet jos jau įsivaizduotinos kaip sąmoningo asmeninio ar grupinio „atsiribojimo“ nuo vyraujančių rinkos procesų kūriniai, galimi tik pasitelkiant pačios vartojimo kapitalizmo sistemos trūkumus ar ypatumus, – pavyzdžiui, anti-globalistų sąjūdžiai naudoja globalizacijos įtvirtintą informacinių technologijų sistemą. Svarbiausia, kad ta rinkos idėja, kurią be perstojo teigia ir įtvirtina ne tik populiarioji kultūra, masmedijos, bet ir mokslinis diskursas, yra tapusi pagrindine vakarietiškosios kosmologijos „ašimi“ (Slater ir Tonkiss 2001: 9), ir čia vartojimas jau yra ne tik socialinis darbas, bet ir „vartojimo katedrose“ (George'as Ritzeris) atliekamos apeigos, virstančios orgijomis ar, pasak J. Baudrillard'o, orgijų imitacijomis, prikišamu tikroviškumu nuslepiančiomis realybės stoką.

III. Postmodernusis teoretizavimas apima žmogaus gyvenamo pasaulio suprekinimo, vartojimo, kaip esminės ekonominės ir kultūrinės veiklos, postmodernaus subjekto temas. Svarbią postmoderniojo teoretizavimo prielaidą F. Jamesonas nusakė kaip jau įsivyravusį įsitikinimą, kad anksčiau lengvai, tarsi savaime atskirtos socialinė, kultūrinė ir ekonominė sritys dabar viena kitą persmelkė taip, kad suprekinimo ir rinkos sąlygomis be didelių pastangų gali būti paverčiamos viena kita. Suprekinama ne tik kultūra, bet ir socialiniai bei asmeniniai santykiai: socialinėje srityje įsivyravę socialinių paslaugų teikimo ir socialinės rinkodaros nuostatos bei supratimas. Įvairialypio suprekinimo proceso ypatumus parąškinsime pasitelkę vadinamųjų realybės šou reiškinių. Televizijos ekrane rodomas šou yra populiariosios kultūros gaminys. Pirminė prekė yra tokio reginio-programos konceptas. Programų konceptų rinka – svarbi populiariosios kultūros gamybos šaka, kuriai būdingas globalumas. Šou taip pat yra gaminamas ir parduodamas kaip prekė. Gamintojai moka šou kūrėjams, dalyviams ir palaikytojams, o jiems patiems sumoka žiūrovai ir reklamos davėjai. Realybės šou yra susiję su daugybe pinigų srautų, iš kurių išskirtinas žiūrovų balsavimas mokamais telefonų skambučiais. Ir kas gi šioje „tikrovėje“ rodoma? Grupiniai socialiniai ir intymūs asmeniniai santykiai, įvairių tapatumų bruožai, kurie paverčiami preke ir parduodami pirmiausia televizijai, paskui – jau įpakuoti į televizijos surežisuotus vaizdus – žiūrovams. Kartu televizija suprekina žiūrovų auditoriją ir parduoda ją reklamos davėjams ar viešųjų ryšių specialistams, nes auditorija, kaip minėjome, ir yra svarbiausia televizijos prekė. Kokius santykius, jausmus ir dalyvių savybes suprekina realybės šou? Draugystę, meilę, neapykantą, nuoskaudas, neviltį, bukumą, kasdienio gyvenimo banalybės išgyvenimą, užsimezgančius grupinius interesus, lytinius santykius, erotines fantazijas – žodžiu, visa, ką tik gali aprėpti režisierių ir dalyvių vaizduotė, kiek leidžia jų fiziniai bei kalbėjimo gebėjimai. Visi santykiai perveriami pagrindinės laimėjimo intrigos. Parduodamas viešas kalbėjimas apie intymiausius dalykus, erotines ar kitokias fantazijas yra svarbi šios prekės ypatybė. Tokiuose šou

išnyksta skirtumas tarp to, kas natūralu ir kas dirbtina, suvaidinta, tarp to, kas asmeniška, privatu ir kas vieša. Į klausimą, ar žmogus tokiame renginyje gyvena ar tik vaidina, atsakyti būtų galima šitaip – jis sąmoningai pasirenka tam tikrą sumanytą vaidmenį. Kita vertus, jis vaidina pats save – siekdamas jei ir nelaimėti, tai bent nors akimirkai tapti žinomas ir populiarus, žmogus gyvena taip intensyviai, kaip niekada anksčiau. Dalyvaujant šou, atsiduodama ir parsiduodama. Be to, dalyviams suteikiama galimybė susikurti tokį savo įvaizdį, kokį jau būtų galima siūlyti įvaizdžių rinkai, jei tik jis būtų paremtas kokių nors gebėjimu.

Akivaizdu, kad realybės šou subjektas ir žiūrovas jau nebe-nusakomi remiantis neseniai išvardytų perskyrų grindžiamomis vertybėmis, palaikiusiomis vidinio Aš stabilumą. Prisimindami J. Baudrillard'o mintį apie Disneilendo funkciją nuslėpti tiesą, kad toks „disneilendiškumas“ būdingas visoms Jungtinėms Amerikos Valstijoms, galėtume teigti, kad realybės šou yra sukurti nuslėpti esmei – nebėra jokios kitos tikrovės, nes visas žmogaus gyvenamas pasaulis yra paverstas šou ir sureklamintas. Išskirti šou reikalinga tam, kad būtų galima tvirtinti, jog kita realybė tebeegzistuoja ir į ją neva dar galima „pažvelgti“ iš už anos stiklinės televizoriaus ekrano ar akvariumo sienos pusės.

Postmodernusis teoretizavimas, kaip jau minėjome, gvildena decentruoto, nepaliaujamai suprekinamo, fragmentuojamo ir konstruojamo subjektyvumo bruožus, siedamas tokį subjektyvumą su vėlyvojo kapitalizmo kultūros logika. Ši logika „teigia“: rinka subjektyvumo fragmentus pateikia subjekto savikūrai, o tos savikūros pobūdį lemia vartojimo režimai. Kapitalizmo sistemai perėjus į vartojimo stadiją, subjekto tapatumas kyla jau ne tiek iš jo socialinių ryšių ir funkcijų, šeimos santykių ir profesinės etikos nuostatų, kiek iš jo laisvalaikio, susijusio su informacijos, reklaminų vaizdinių ar apskritai malonumų vartojimu. Nors laisvalaikis yra tapęs vartojimo ir vartotojų kapitalizmo plėtrą laiduojančiu socialiniu darbu, jam būdingas hedonistinis žaidybiškumas naikina atsakomybę už „pasirinktą“ ar susikurtą tapatumą.

Kennethas J. Gergen as vartotojų visuomenėje įsivyraujantį individą apibūdina kaip pastišo asmenybę, kuriai būdingas multifreniškumas – nuolatinis tapatumo irimas ir lipdymas iš rinkos teikiamų tapatumų fragmentų. Pastišo asmenybė yra socialinis chameleonas, ieškantis vis naujos „medžiagos“ savo tapatumui kurti bei tokios kūrybos būdų ir išsiugdęs gebėjimą pritaikyti juos naujomis sąlygomis (Gergen 2000: 150). Pritaikymas ir prisitaikymas suvoktini kaip multifreniškas refleksyvumas, kaip išlavėję hermeneutiniai savivokos ir pasaulio ženklinės įvairovės suvokimo įgūdžiai, pasitelkiami praktiniams „aukšto gyvenimo lygio“ ar malonumų siekiams įgyvendinti. Šie siekiai įsigali nykstant romantiniam diskursui būdingai asmenybės ir autentiškumo nuovokai – ją keičia asmenybinis neapibrėžtumas, sietinas su minėtaisiais ekonominio, socialinio ir kultūrinio „paslankumo“ reikalavimais. Populiarioji kultūra ir reklama diegia poreikį nuolat „atsinaujinti“ (ir atsijauninti) – „peržengti“ ar, Z. Baumano žodžiais, rinktis savo tapatumą, – ugdydama postmodernųjį vartotoją, kuris savo „būties“ priemonių ieško ir jas aptinka besikeičiančioje sociokultūrinių kontekstų įvairovėje (ten pat: 155). Ta įvairovė priklauso nuo vartojimo, lemiančio šiuolaikinį gyvenimo būdą, nes tik vartojimas, kaip minėta šio skyriaus pradžioje, teikia žmonėms tam tikrą autoritetingos kompetencijos tvarkyti savo kasdienį gyvenimą pavidalą. Kita vertus, tapatumo pasirinkimas, postmoderniojo būvio sąlygomis laikomas individo laisvės apraiška ar net jo „esmė“, teikia prielaidą pasirenkamų vaizdinių „aruodams“, vaizdinių elementams ir rinkimosi praktikoms atsirasti – šie dalykai nėra ir negali būti kūrybiniai individo produktai: pasirinkimas vyksta rinkos galių nustatymame lauke iš rinkai teikiamų tapatumų ar gyvenimo stilių „detalių“. Tų detalių derinimas ir yra laisvos savikūros vizija.

Subjekto tapatumo fragmentacijos ir fragmentų suprekinimo vyksmą jau buvo įžvelgę Th. W. Adorno ir Maxas Horkheimeris. Jie aiškino, kad kultūros industrijos arba masinės, populiariosios kultūros sąlygomis individas tampa iliuzinis ne tik dėl gamybos priemonių standartizacijos: viena vertus, jis toleruojamas tol, kol atitinka bendrybę, visuminį vaizdinį, antra vertus, pačiam individualumui

didžiausią įtaką daro visuminė galia žmoguje taip stipriai įspausti bet kokį bruožą, kad jis pagal tą bruožą ir tesuvokiamas kaip individas (Adorno ir Horkheimer 1979: 154). Kas įspaudžia tuos bruožus? Vartojimo plėtrą skatinanti kultūros ekonomikos galia, konkrečius pavidalus įgaunanti populiariosios kultūros, masmedijų ir reklamos srityse ir saviems tikslams pasitelkianti seksualumą ir geismą, kaip visokį tapatumą formuojančios gyvybinės energijos raišką. J. Baudrillard'o nuomone, seksas tapo kapitalo forma, pajungusia seksualumą, geismą ir pasitenkinimą, o įtvirtinamas seksualinis kultūros ekonomikos modelis yra kapitalo apyvartos bei likvidumo apraiška kūno lygmeniu, kur ir veikia vartojami ženklai ir vaizdiniai (Бодрияр 2000: 84). Populiariosios kultūros industrija vartotojams teikia tam tikrus sektinus gyvenimo stilių ar individų modelius (šiuo atžvilgiu ypač svarbios yra kino, televizijos ir reklamos sritys), kuriems būdingi „normaliam šiuolaikiškam gyvenimui“ būtini bruožai, ypač seksualumas. Būti sexy – tai būti patraukliam ir šiuolaikiškam, būti galinčiam nepalaujamai teikti malonumą kitiems ir būti visada pasirengusiam jį priimti pačiam.

VARTOJIMO RINKOS SEGMENTACIJA: TAPATUMŲ RINKA

Subjekto tapatumo fragmentaciją, nusakomą kaip multifreniško, pastišinio, palimpsestinio, sudurstomo (Brianas L. Ottas), daugybinio savipatumo kūrimas, konstravimas ir dekonstravimas, skatina rinkos ekonomikos imperatyvai, įgaunantys populiariosios kultūros gaminamų prekių pavidalą. Tapatumo fragmentacija tiesiogiai sietina su rinkodaros srityje įsigalėjusia vartojimo rinkos segmentavimo praktika, apimančia visą kasdienį žmogaus gyvenimą. Vartojimo rinkos segmentavimas išskaido tradicines, be perstojo skaido ir perskaido moderniąsias visuomenes, socialines

jų grupes, perskaido ir persaista tas socialines grupes vienijančius sociokultūrinius tapatumo vaizdinius, remdamasis vartojančių subjektų elgsenos ir polinkių ypatumais, demografiniais vyksmais, apibendrintais asmenybiniais bruožais, padedančiais kurti tokias rinkodaros ir reklamavimo strategijas, kurios laiduos, kad gaminiai bus vartojami kuo gausiau, o reikalinga „poreikių gamyba“ ir vartojimas vis labiau intensyvės. Segmentavimas veikia visų socialinių visuomenės grupių santykius: individualaus ir grupinio tapatumo konstravimas į juos įsiterpia, juos ardo ir pertvarko pagal tuos vartojimo būdus, simbolius ir galimybes, kuriuos palaiko ir diegia populiariosios bei vartojimo kultūros sistema ir jos teigiami gero, laimingo šiuolaikinio gyvenimo vaizdiniai.

Vartotojas ugdomas vartojamų gėrybių kaitą priimti kaip esminį šiuolaikiškumo ženklą ir atsiduoti jos tėkmei. Subjektinis vartotojo paslankumas, jo gebėjimas perprasminti save ir savo ryšius su aplinka atitinka populiariosios kultūros gaminių pobūdį: populiariojoje kultūroje „etiketės, apibendrinimai ir prasmės tampa lakūs ir nenusipėjami, būtinai atviri įvairiems perskaitymams ar interpretacijoms“ (Boggs 2001: 352). Vartojimo rinkos segmentavimo požiūriu apžvelgusi amerikiečių šeimos santykius, taip pat šeimos, kaip institucijos, ir jos įsivaizdavimo raidą pastaraisiais dešimtmečiais, amerikiečių populiariosios kultūros tyrinėtoja Laura Oswald daro kelias svarbias išvadas, kurias galima apibendrinti taip: pirma, amerikiečių šeima populiariojoje kultūroje ir reklamoje ne tik atspindima kaip tam tikra duotybė, bet jau yra ir dialektinės socialinių institucijų ir rinkodaros komunikacijos (*marketing communication*) sąveikos produktas; antra, šeimos išskaidymas, jos segmentavimas į pavienius žymeklius paskatino šeimos, kaip socialinės grupės, fragmentaciją ir giminytės ryšiais grindžiamos visuomenės dekonstravimą; trečia, įsivyrėja šeimos suvokimo ir įsivaizdavimo įvairovė; ketvirta, šiuo metu kiekvienas šeimos narys tapatinasi su už tos šeimos ribų esančiu vartojimo segmentu (Oswald 2003: 310–311). Kitaip tariant, segmentiškas vartojimo režimas nulemia socialinių ryšių pobūdį ir tampa tapatumo kūrimo galia. Šios išvados nurodo fragmentavimo

proceso ir visuomenės dekonstravimo ir perkonstravimo sąryšį, taip pat tuos procesus susieja su rinkos ekonomikos ir jos kultūros vyksmu. Galima laikyti, kad šeimos analizė koncentruotai atskleidžia visuomenės poslinkius, nes, pasak L. Oswald, kultūros antropologui šeima yra langas, teikiantis galimybę pažvelgti į visai visuomenei būdingus konfliktus ir aspiracijas. Atkreiptinas dėmesys ir į individo tapatinimąsi su vartojimo rinkos segmentu, tampančiu svarbiu individualaus tapatumo bruožu. Šiuo atžvilgiu veiksmingiausiu vartojimo segmentu laikytina populiariosios kultūros vaizdinių ir reginių gamybos sritis: pavyzdžiui, populiarių televizijos šou ar kitų laidų ir jų vedėjų gerbėjai perima garbinamųjų bruožus, jungiasi į bendrijas (Ott 2003: 70). Grįžkime prie šeimos. Kodėl rinkodaros strategijos ypač daug dėmesio skiria šeimai? Nes tradiciškai šeima yra stabiliausias socialinis darinys, o stabilumas trukdo vartojimo plėtrai. Diegiant įvairių šeimos modelių sociokultūrinės svarbos suvokimą ir masinant tuos modelius išbandyti (bent jau populiariosios kultūros gaminių pavidalu), šeimos santykių pastovumą ir socialinę jų apibrėžtį būtina peržengti. Šeimos, kaip institucijos, peržengimas glaudžiai siejasi ir su lyties apibrėžtumo peržengimu.

Rinkodaros ir populiariosios kultūros gebėjimas pertvarkyti šeimos instituciją – paversti ją savo gaminamu produktu – liudija amerikietiško vartojimo kapitalizmo galią. Galima svarstyti, kaip ši galia reiškiasi tuose pasaulio regionuose, kuriuose įgyvendinamas vartojimo kapitalizmas, ir aiškintis vietinius populiariosios ir vartojimo kultūros ypatumus. Tačiau tai būtų pernelyg plati tema. Vis dėlto, kad ir kokie būtų, tie ypatumai nepaneigia suprekinimo, naujų rinkų kūrimo, kultūros gamybos tendencijų. Juo labiau kad šias tendencijas nepaliaujamai skatina amerikietiška populiarioji ir vartojimo kultūra, sugebėjusi suprekinti net neįmanomo suvokti destruktivaus teroristinio išpuolio 2001 m. rugsėjo 11 d. Niujorke padarinius: buvusio Pasaulio prekybos centro vieta netrukus buvo išvalyta ir, sukvietus meno rinkos kuratorius, išskirsčiusius pasta-to liekanas į vertingas ir nevertingas, paversta mokamu turizmo centru, kuriame sutelkta turizmo ir vaizdinių industrija, leidžianti

stebėti tai, kas čia buvo sunaikinta, ko čia nebėra ir kas neįmanoma sunaikinti – populiariosios kultūros gamintojų ir vartotojų susitikimo plynė (Lentricchia ir McAuliffe 2002: 360).

Šeimos segmentavimas ir subjekto fragmentavimas – glaudžiai susiję, vienas kitą skatinantys procesai: subjektas „ištraukiamas“ iš pastovių, natūraliai (palyginti su kultūros produkcijos vartojimu) susiklostančių ryšių aplinkos, kad taptų paveiksmas diegiamoms naujoms vartojimo strategijoms, kad jo geismas vartoti neatsilikytų nuo gaminamos produkcijos apimties ir kaitos, kad jame ir per jį atveriamos naujos rinkos jam būtų naujų malonumų ir potyrių „šalys“, kuriose jis gali gyventi „naujus gyvenimus“ ir patirti tų gyvenimų teikiamus tapatumus. Vartojimui gaminamus tapatumus galima susieti tapatumų rinkos sąvoka, apimančia visokius tapatumus: etninius, grupinius, šeimos ir individualius. Tapatumų rinkai teikiami vartojimo pagrindu sukurti tapatumai, kuriems panaudojami atskirties, net marginalinės, ir skirtingumo bruožai. Skatinama išbandyti įvairių etninių bendrijų kailį, o interneto tinklas suteikia daugybę galimybių konstruoti „įsivaizduojamas bendruomenes“ ir jų „tapatumus“. JAV vykstančių sociokultūrinių procesų tyrinėtojai pabrėžia, kad šioje šalyje vis sparčiau gaminamos ir rinkai tiekiamos „etninės“ ir „subkultūrinės“ gėrybės, skatinant burtis tas prekes vartojančias bendruomenes (Löfgren 1998: 56). Toks būrimasis savo ruožtu patvirtina vartojimo rinkos segmentavimo veiksmingumą. Procesas, kai etnis ar bet koks kitas skirtingumas paverčiamas preke ir jos vartojimo pagrindu pradeda burtis bendruomenės, regimas ir Lietuvoje. Globalinė kultūros produkcijos rinka ragina kurti „lietuviškumą“, dar vadinamą „Lietuvos įvaizdžiu“, patrauklų ir užsienio investuotojams, ir turizmo industrijai. Šio prekinio „lietuviškumo“ tapatumas paremtas keliais vietiniais stereotipais (seniausia indoeuropiečių šeimos kalba, buvusi didžiausia Europos valstybė ir pan.), kuriuos apdirba vakarietiškos naujų etninių vaizdinių gamybos, reklamavimo ir teikimo rinkai technologijos. Nors „lietuviškumas“, „lietuviškas tapatumas“ gaminami kaip globalinei rinkai skirta prekė, jie daro įtaką ir vietiniams žmonėms bei vietinei populiariosios kultūros rinkai – šalies gyventojai ir kultūros gaminiai

turi prisitaikyti prie naujo „lietuviško tapatumo“, nes tas tapatumas veikia ir kaip kultūrinė normatyvinė, ir kaip komunikacinė valstybės institucijų palaikoma galia.

Visuomenės dekonstravimo ir perkonstravimo vyksmas iškelia bendruomenių svarbą. Rinkodaros strategai, tarp kurių vyrauja įsitikinimas, kad šiuolaikinė rinkodara yra kertinis kultūros akmuo, palaikantis socialinę egzistenciją (Firat ir Dholiakia 2006: 124), pradeda suvokti bendruomenių ir bendruomeniškumo jausenos svarbą vartojimo plėtrai, todėl imamas ne tik individualių, bet ir grupinių tapatumų ir gyvenimo būdų, stengiantis rinkodaros principus paversti bendruomenių savikūros modeliais. Iškeliamas rinkodaros požiūrio į vartotoją ir jos strategijos pokytis – nuo vartotojo poreikių tenkinimo prie vartotojo *įgalinimo (empowerment)*, nekreipiant dėmesio į ideologinį „poreikių tenkinimo“ aspektą. Rinkodara turi ne tik padėti burtis vartotojų bendruomenėms, bet ir tapti pagrindiniu tų bendruomenių įrankiu, kuriuo naudodamosi jos kurtų ypatingus savo gyvenimo būdus, ieškotų naujų galimybių socialiniams saitams plėtoti ir gyvenimo patirtims kaupti (ten pat: 136). Taigi galima įžvelgti tokią vartotojo sisteminio kūrimo eigą – individas išskiriamas iš bendruomenių iškeliant ir suprekinant individualias jo savybes ir gebėjimus, paskui pereinama prie socialinių jo poreikių, ir tai daroma jam jau įskiepijus vartojimo nuostatą, vartojimo pasaulėžiūrą ir vartotojiškumo ideologiją, kad ir bendruomenių savikūra negalėtų išvengti vartojimo veiklos.

ŽENKLŲ VARTOJIMAS: VARTOJAMOSIOS VERTĖS FETIŠIZMO KRITIKA

J. Baudrillard'as vartojimo visuomenės būvį aiškino politinės ekonomikos požiūriu, K. Marxo idėjas derindamas su post-struktūralistine ženklo samprata, kur prasmė laikoma ženklų

skirtingumo padariniu. Pagrindiniai naujam kapitalizmo tarpiniui – vartojimo kapitalizmui – skirti jo darbai buvo išspausdinti septintojo–aštuntojo XX a. dešimtmečių sandūroje, vėliau šis mąstytojas vis labiau gilinosi į ženklinį bei simuliacrinį kultūros pobūdį, tikrovę paverčiantį hipertikrove, aiškinosi būdus ir priemones, kuriuos pasitelkdamos žiniasklaida ir reklama manipuliuoja žmonių sąmone, nustatydamos savitą žmogaus ir pasaulio sąveikos kodą. Ankstyvųjų J. Baudrillard'o darbų tikslas buvo įveikti K. Marxo teorijoje išlikusį idealistinės antropologijos palikimą – jo išskirtą „poreikių“ lygmenį: ši kapitalizmo stadija turinti būti analizuojama dabartinės stadijos pagrindu, todėl į politinę ekonomiką reikia įtraukti ženklus ir ženklų sistemas. Dera paminėti, kad „įveikiant“ marksizmą šiuo atžvilgiu laikomasi esminio metodologinio paties K. Marxo išplėtooto principo – ankstesnės istorinės raidos stadijos aiškinamos pasiremiant vėlesnėmis, šitaip tarsi patvirtinant ir atskleidžiant istorijos teleologiją, kreipiančią į beklasės visuomenės kūrimą. Taip pat svarbu, kad K. Marxo nūžymėta socialinės ir individų gamybos plotmė neapsiriboja ekonomine gamybos samprata ir įtraukia kultūrą, todėl nėra visiškai pagrįsta marksizmo klasiką kritikuoti dėl pernelyg iškeliamo gamybos aspekto, juo labiau pripažįstant, kad gamyba ir vartojimas yra moderniosios visuomenės socialinės organizacijos pamatas. J. Baudrillard'as savo teorinę nuostatą plėtojo nuo vartojamosios vertės fetišizmo kritikos pereidamas prie signifikanto kritikos ir aiškindamasis, kaip ženklo forma yra susijusi su prekės forma. Kitaip tariant, remdamasis K. Marxo mainomosios vertės teorija, J. Baudrillard'as rutuliojo kritinę vartojamosios vertės, signifikato ir signifikanto ryšių teoriją, kuriai reikšminga yra J. K. Galbraitho mintis, kad vartojimas yra abstrakčios socialinės poreikio galios nulemtas socialinis darbas.

Ekonomikos sistemai teikiama tokia didelė reikšmė, kad net tvirtinama, jog visa sąmonės ir etikos istorija yra tik politinės ekonomijos istorija, nes ekonomikos sistema įtvirtina ir individo funkciją, ir objektų bei poreikių funkcionalumą (Baudrillard 1989: 67).

Šiuo atveju remiamasi struktūralistine kalbos sistemos samprata: J. Baudrillard'as aiškina, kad kapitalizmo sistemoje objekto ir individo poreikių dermę prižiūri kodas, kurį valdant užtikrinama, kad visi individo kūno, pojūčių ir geismų virpesiai būtų išskiriami, suracionalinami ir katalizuojami kaip poreikiai, kuriems patenkin-ti skirti gaminiai yra numatyti iš anksto. Suracionalinami ir porei-kiais paverčiami visi instinktai, o bet kokius poreikių ir gaminių sankabos neaiškumus naikina įdiegtas ekvivalentiškumas, kurio socialinis matas yra pinigai (ten pat: 69). Nors visos humanistinės doktrinos teigia, kad žmogus išorinio pasaulio gėrybėmis išreiškia savo žmogiškąją esmę, pasak J. Baudrillard'o, nepaprastai naivu manyti, esą prekės ir mainomosios vertės aplinkoje žmogus per savo poreikius gali skleisti kaip nors kitaip nei prekė ir vartoja-moji vertė. Tokią įžvalgą buvo pateikęs ir K. Marxas. Pats indivi-das yra istorinė ideologinė struktūra, nusakoma savo savipatumo kūrimo pobūdžio, laisvės bei teisės ir kitų vaizdinių, tiesiogiai su-sijusių su prekės ir objekto formomis.

Prieš pereinant prie J. Baudrillard'o aptarto vartojamosios vertės fetišizmo, dera priminti, kaip suprantama prekinio feti-šizmo sąvoka. Prekinis fetišizmas nusako tokį žmonių ir daiktų santykį, kai daiktai sutapatinami su vertėmis ir pradedami jomis laikyti. Mainomoji vertė yra reali vertė, bet ji egzistuoja ne pati savaime – ją kildina ir palaiko sistema, kurioje mainai taip įsivy-rauja, kad tampa socialinių santykių prielaida. Prekinis fetišizmas skatina sudaiktinti socialinius vyksmus ir santykius. K. Marxo iš-kelta žmogaus egzistencijos pobūdžio kaita – nuo *būti* prie *turėti* – kaip tik ir nurodo suprekinimo vyksmą, kai žmonių santykiai irgi virsta mainomąja verte. Vienas ryškiausių tokio virsmo pa-vyzdžių yra žmonių santykių pavertimas rinkai teikiamomis pas-laugomis.

Tačiau prekės poveikis net ir prekinio fetišizmo sąlygo-mis nėra akivaizdus. Prekė ekonominio apskaičiavimo logiką tarsi nejučia primeta visoms žmogaus gyvenimo sritims, net ir toms, kurios nebuvo siejamos su skaičiavimu. Taigi vėl galime

patvirtinti, kad žmonių santykiai perima prekių santykių pavidalą ir neišvengiamą naudingumo bruožą. Kitas prekės poveikį užtemdantis dalykas yra tas, kad prekė nuslepia savo gamybos sąlygas bei aplinkybes ir joms būdingus socialinius santykius, kitaip tariant, konkrečią gamintojų egzistenciją. Mainomoji vertė randasi vykstant mainams ir kaip vertė tarsi „įsikūnija“ prekeyje, todėl žmonių santykiai keičiami iš mainų sistemos kylančiais daiktų santykiais. Šiuo požiūriu socialiniai santykiai irgi įgauna naudingumo aspektą.

Vartojamosios vertės fetišizmas yra kur kas mistiškesnis reiškinys nei prekinis ir mainomosios vertės fetišizmas, nes vartojamoji vertė natūralizuoja mainomąją vertę, įtraukia ją į kasdienį gyvenamą reikmių pasaulį ir šitaip įtvirtina neistorinę daiktų naudingumo plotmę. Mainomoji vertė suvokiama kaip socialinis santykis, o vartojamoji vertė grindžiama antropologiniu natūralumo aktu ir neįveikiama reikalingumo referencija (Baudrillard 1989: 72). Taigi vartojamosios vertės fetišizmas padeda įsitvirtinti vertei kaip visiškai akivaizdžiam naudingumui, ir kaip tik čia glūdi jos tikslingumas – susieti ir suderinti visus ekonominių santykių elementus, įvairius žmogaus ir pasaulio, žmogaus ir daiktų, žmogaus ir jo kūno sąveikos lygmenis. Taigi vartojamosios vertės fetišizmas laiduoja natūralios kasdienio pasaulio ontologijos gyvavimą ir teikia kalbai natūralios referencijos sritį, nusišėpdamas ar užtamsindamas struktūrinę, nuo žmogaus veiklos ir požiūrio nepriklausomą individualaus naudingumo kilmę.

Kapitalizmo sistemos lokomotyvas XX a. neabejotinai buvo ir šiuo metu tebėra Jungtinės Amerikos Valstijos, ir kaip tik dėl to J. Baudrillard'as savo teorinei argumentacijai pasitelkia amerikiečių vartojimo visuomenės pavyzdį ir J. K. Galbraitho įžvalgas, kurios, beje, tarp Europos mąstytojų nebuvo pasklidusios. Kaip ir amerikiečių ekonomistas, J. Baudrillard'as šaiposi iš mitinio vaizdinio žmogaus, kurį poreikiai susieja su juos tenkinančiais ir pasitenkinimą teikiančiais objektais. Tačiau būtent šis vaizdinys, kalbant apie įvairias teorijas, nepaprastai dažnas, jis šiuo

metu netgi „stiprinamas“ įtvirtinant „žmogaus teisių“ ideologiją, teigiančią, kad tų teisių šaltinis yra pats žmogus („žmogus turi teisę“), ir suteikiančią prielaidą ne tik žmogaus teisių, bet ir su jomis siejamo poreikio jas įgyvendinti autonomijai. J. Baudrillard'as pagrindinį ekonomikos sistemos prieštarumą, kurį teko įveikti masinės produkcijos gamintojams, nusako šitaip: technikos naujovės suteikia beveik neribotos gamybos galimybę, todėl didžiausia gamintojų problema tampa produkcijos suvartojimas. Dėl šios priežasties poreikių formavimas ir jų kontrolė iškyla kaip kertinis sistemos imperatyvas. Vartotojo laisvė ir suverenumas yra mitas, palaikomas ir stiprinamas dėl ekonominių bei politinių motyvų. Tačiau prancūzų filosofas atsiriboja nuo amerikiečių ekonomisto, pastarojo mintyse įžvelgdamas tendenciją subjektą išlaikyti pasyviu reklamos ir rinkodaros siūlomų prekių katalogo veidrodžiu, nes poreikiai vis dar siejami su konkrečiais vartojamais objektais. Kitaip tariant, nors iškelia ekonominį poreikių gamybos pobūdį, J. K. Galbraithas individą vis dėlto laiko poreikių šaltiniu – juk reklamos ir rinkodaros technologijos manipuliuoja poreikius iš tiesų turinčio ir juos valdančio žmogaus sąmone. Manytume, kad tas atsiribojimas nėra esminis – jį nulėmė nauja teorinė perspektyva, atsivėrusi į politinę ekonomiką įtraukiant ženklus ir gvildenant vartojamosios vertės fetišizmą. Antra vertus, J. K. Galbraithas rėmėsi, sakytume, natūralia subjekto samprata, nesiaiškindamas jos metafizinių prielaidų. Reikšminga, kad vartojančio subjekto supratimą jis demistifikavo išskirdamas pagrindines ekonomikos teorijų prielaidas.

Paryškindamas savo požiūrį ir tarsi naikindamas su poreikių supratimu dar galimai susijusias antropologines liekanas, J. Baudrillard'as apibendrindamas tvirtina, kad ne poreikiai yra gamybos vaisiai, kaip kad mano J. K. Galbraithas, o „poreikių sistema yra gamybos sistemos produktas“ (Baudrillard 1989: 42), ir poreikių sistema jau nebėra nukreipta į pavienius vartojimo objektus – ji pati yra vartojimo galia. Čia dera prisiminti Th. W. Adorno įsitikinimą, kad vėlyvojo kapitalizmo sąlygomis materialinė gamyba,

paskirstymas ir vartojimas ima veikti bendrai, persmelkia vienas kitą ir tampa vienalyčiu procesu, kuriam svarbiausias yra tarpininkaujamas mainų principas, savo ruožtu išryškėjantis kaip apgaulingas betarpiškumas (Adorno 1969: 25). Išplėstinė dabartinės ekonomikos sistemos reprodukcija vyksta didinant vartojimo galią, vadinasi, suprekinant visas anksčiau „natūraliomis“ laikytas kultūrines ar dvasines žmogaus gyvenimo sritis, jau nekalbant apie žmogaus kūną ir geismą. Todėl vartojimas yra gamybos, o ne malonumo ar pasitenkinimo funkcija, kaip kad kartais aiškina „išlaisvinančią“ įvairių transgresijų, tarp jų ir seksualinių, funkciją pabrėžiantys vartojimo visuomenės tyrinėtojai. Šiuo atžvilgiu vartojimo malonumu besiremiančios teorijos ideologiškai pridengia tai, kad vartojimas, kaip socialinė logika, atmeta malonumą. Kodėl? Nes malonumas vartojimą pajungtų sau ir sykiu jį apibrėžtų, užbaigtų jį per patį to malonumo potyrį, o juk socialinė ir ekonominė sistema neigia užbaigtumą ir su juo susijusią pauzę. Galima sakyti, kad ši sistema kultivuoja malonumo transgresiją, atmetančią vartojimo ekstazės trukmę. Kitaip tariant, sistema teigia begalinį malonumą, nepaliaujamą malonumo peržengimą, kuriam konkreti, nors šiek tiek truncančio malonumo apibrėžtis kaip tik ir trukdo. Suprantama, vartodamas individas patiria malonumą, ir tai neneigiama, tačiau pats vartojimas yra socialinis procesas, teikiantis socialinę prasmę ir nustatantis socialinę individo „vertę“. Vartojimą, kaip prasmės teikimo sistemą, J. Baudrillard'as prilygina kalbai ir vadinamųjų primitivių visuomenių giminystės sistemai. Kalba, beje, taip pat sėkmingai suteikia iliuziją, kad kiekvienas ją vartoja individualiai ir net galime ja naudotis kaip „įrankiu“.

Tokias išvadas J. Baudrillard'as daro ir gvildendamas ženklinį šiuolaikinės gamybos pobūdį: objektai atliepia socialinę ar geismo logiką ir tampa neapibrėžtu nesąmoningos signifikacijos lauku, o šitai atskleidžia *homo economicus* antropologijos naivumą, būdingą ir klasikinei politinei ekonomijai. Būtent socialinės signifikacijos srityje svarbi jau ne referencija (objektyvi prekių ar objektų funkcija), o socialinę prasmę kildinantis skirtingumas,

skyrimasis, kurį būtina nepalaujamai teigti. Dėl šios priežasties vartojimas niekaip negali apsiriboti, o su juo siejamas pasitenkinimas niekada negali būti galutinai patirtas. Riba arba pasitenkinimas suponuoja stabtelėjimą, pauzę, vadinasi, atsilikimą ir marginalizaciją. Taigi visokios „saikingo vartojimo“ koncepcijos ar ideologijos yra antisisteminės, o jomis grindžiami visuomeniniai judėjimai iš dalies yra kontrkultūriniai. Simptomiška, kad jie yra pagrindinė dabartinės kontrkultūros forma.

J. Baudrillard'o apmąstyta ekonomikos ir vartojimo perėjimas į ženklų režimą paveikė įvairias postmoderniojo teoretizavimo sritis, todėl jį būtina aptarti išsamiau. Pagrindinė idėja ta, kad vartotojų ir vartojimo visuomenės sąlygomis gaminami objektai tampa socialinio struktūravimo kodu – žmonių socialinė vertė atpažįstama iš jų vartojamų gėrybių. Pasak J. Baudrillard'o, reklama, dizainas, pakuotės įvairiai saistosi su vis labiau išlaisvinamu seksualumu, masmedijomis ir politika ir savo ruožtu gamina ženklinę prekių vertę, kuri jau reiškia prestižą, socialinę padėtį, galią, seksualumo pobūdį, asmeninio tapatumo bruožus. Ženklinė vertė persmelkia socialinius santykius ir savipatumo kūrimą bei konstravimą. Tapatumai kuriami vartojimo metu įsisavinant ženklus ir ženklines vertes bei vaizdinius, o kodai ir modeliai nustato individų santykius su kitais individualiais ir pačiais savimi, arba, kitais žodžiais, socialinių santykių ir jų kaitos režimą (plačiau žr. Kellner 2006). Pažymėtina, kad kodo prigimtis – totalitarinė, nes jo poveikio niekas negali išvengti. Kaip tik šis prekių ženklų paremtas kodas pirmąkart istorijoje įtvirtino visuotinę, universalią ženklų interpretavimo sistemą. Kitaip tariant, vartojimo sistema įgyvendina universalios ir visuotinės hermeneutinės kompetencijos idėją. Vartojimas yra aktyvus būdas sąveikauti ne tik su daiktais, bet ir su socialinėmis grupėmis ir apskritai pasauliu. Tas būdas nulemia dabarties kultūros pobūdį. Jis yra sisteminė ženklų manipuliavimo veikla, apimanti vartojimo objektų visumą, kuri išreiškiama daugiau ar

mažiau suderintu diskursu. Pabrėžtina, kad vartojami *ženklais virtę objektai*, kurių reikšmingumas ir prasmingumas kyla ne iš jų pačių ar su jais siejamo reikalingumo, bet iš abstrakčių sisteminių ženklinių skirtingumo santykių. Tuos santykius nulemia gamybos tvarka, valdoma formalios suprekinimo logikos, todėl visokie geismai, norai, viltys ir jausmai abstrahuojami ar materializuojami kaip ženklai ir yra galimi parduoti bei pirkti objektai (Baudrillard 1989: 22–23). Ženklinis, abstraktus vartojimo pobūdis nulemia tai, kad šiuo kapitalizmo raidos tarpsniu vartojimui nebeįmanoma nustatyti jokių ribų, nes ženklų sistemoje veikia perženklinimo operacija (pavyzdžiui, bet koks žodis gali įgyti naują, net priešingą reikšmę), kuri užtikrina begalinę ženklų įvairovę ir jų „personalizavimą“.

Perėjimas iš daiktų gamybos, kai vyrauja referencija, į kodo valdomą ženklų gamybos stadiją, kur vertę ir prasmę nustato struktūriniai skirtingumo santykiai, nusako gamybos su kultūrinimo ir kultūros vartimo ne tik ištekliais, bet ir gamybos jėga procesą. Šis perėjimas dažnai vadinamas „kultūros posūkiu“. Prekės pavidalą įgauna tie kultūros ir žmogaus vidinio pasaulio dariniai, kurie, kaip minėta anksčiau, dar visai neseniai buvo vadinami dvasiniais ir sąmoniniais. Kultūros suprekinimo tendencija ryški žvelgiant ir į XX a. meno raidą. Pavyzdžiui, Salvadoras Dali ir Andy Warholas savo asmenvardžius prekių ženklais pavertė jau septintuoju–aštuntuoju praėjusio amžiaus dešimtmečiais, prieš įsigalint prekių ženklo ekonomikai. Kultūra ne tik teikia gamybai nesibaigiančius ir globalizacijos procesams visas esamas ir būvusias pasaulio kultūras verčiant sąveikauti rinkos sąlygomis vis daugėjančius ženklų bei jų derinių išteklius – ji užtikrina poreikių gamybos ir sąmonės manipuliavimo reikmes, nes jos prigimtinė užduotis yra kurti žmogaus pasaulį ir tvirtinti jo egzistencinį prasmingumą. Visa kultūros sistema savais būdais perteikia vartojimo nuostatą. Ši nuostata įtvirtinama kaip socialinė ir psichologinė akivaizdybė, kurią palaiko neišnaikinamas ir nedekonstruojamas vartojamosios vertės fetišizmas.

KULTŪRA IR VARTOJIMAS POSTMODERNIOJOJE TEORIOJE

Postmoderniosios teorijos klausimas gana keblus ir įvairiai aptiriamas. Visa apimanti postmoderni žmogaus gyvenamo pasaulio teorija nėra įmanoma jau vien dėl postmoderniųjų teoretikų nuostatos paneigti filosofinių metanaratyvų galimumą, tačiau postmoderniąja teorija galima laikyti tam tikrą įvairialypį postmodernybę ir postmodernų būvį aiškinančių teorijų visetą, saistomą požiūrių į sisteminę kapitalizmo slinktį giminingumo. Susiklostė kelios postmoderniojo diskurso tyrinėjimų sritys: kultūros suprekinimas ir ekonomikos sukultūrinimas, ženklų ekonomikos ir tapatumų bei gyvenimo stilių vartojimo įsivyravimas, vaizdo ir informacinių technologijų išplitimas, vis intensyvėjantis simbolinių laiko ir erdvės riboženklių ardymas, visokių tapatumų decentravimas ir fragmentavimasis. Pirmieji postmoderniosios teorijos sampratą ir jos iškilimo prielaidas išskleidė bei aptarė S. Bestas ir D. Kellneris (1991), susieję marksistinę tradiciją, poststruktūralizmą, kritinę teoriją, politikos, kultūros ir meno interpretavimo tendencijas. Į postmoderniojo diskurso susiklostymo aplinkybes nesigilinsime (plačiau žr. Rubavičius 2003a), tik pabrėšime, kad postmoderniojo lauko mąstytojams svarbi buvo J. F. Lyotard'o postmoderniųjų laikų pažinimo analizė (Lyotard 1979), kurią pratęsė postmodernaus būvio kultūros ir meno tyrinėjimai. Dera priminti, kad J. F. Lyotard'as, postmodernų būvį nusakęs kaip įsivyravusio nepasitikėjimo metanaratyvais laiką, atsispyrė nuo Jürgeno Habermaso veikale „Legitimacijos krizė“ išsakytų minčių, jog, menkstant legitimacijos galiai, pasaulyje įsivyrėja netikrumas dėl mokslinės bei filosofinės tiesos ir netiesos skirties, ir šis netikrumas apsireiškia „konfliktuojančių epistemologijų“ pavidalu. Legitimacijos klausimas siejamas su technologijų kapitalizmo, kur įsigali performatyvaus efektyvumo principas, etika,

teisingumu ir politika, todėl šios „sritys“ taip pat yra veikiamos netikrumo.

Daugelio tyrinėtojų pripažįstamas ir tris istorinius visuomenės būvius (premodernus, modernus ir postmodernus) išskyrusio J. Baudrillard'o poveikis postmoderniajam teoretizavimui; diskusijas ypač provokuojantis yra jo „ėjimas“ už postmoderniojo diskurso nužymimo tyrinėjimų lauko (Kellner 2006). Pastaruoju metu dėmesys vis labiau atkreipiamas į postmodernių mąstytojų darytą ir tebedaromą įtaką sociologijai (Valantiejus 2004). Porą paskutiniųjų praėjusio amžiaus dešimtmečių sociologai vis dažniau ėmėsi epistemologinių postmoderniojo teoretizavimo prieigų, teigusią refleksyvų, santykišką, kaitų pažinimo vaizdinį, skleidusį dekonstravimo įtampą. Vėliau pastebėta, kad postmodernusis teoretizavimas teikia naujų galimybių pradėti empiriniams tyrinėjimams, grindžiamiems naujomis sąvokomis: rizikos visuomenė, vartojimo kapitalizmas, postmodernioji etika ir kt., todėl sociologijoje ryškėja perėjimas nuo epistemologinio prie empirinio postmodernizmo (Mirchandi 2005: 87). Toks perėjimas neabejotinai žymi postmoderniojo sociologinio, taigi ir kultūrinio teoretizavimo brandą. Kennethas Allanas teigia galimybę formalizuoti postmoderniąją teoriją, pasiremiant teoriniu kultūros, kaip prasmės kūrimo ir sklaidos būdų viseto, pagrindu, įtvirtinant postmoderniosios teorijos sąsajas su klasikinės sociologijos tradicija (Allan 2000). Kaip postmoderniosios teorijos šakos susiklostė postmodernioji politologija, vadyba, edukacija, geografija, urbanistika. Verta išskirti postmodernaus mąstymo ir postmodernaus požiūrio į politiką bei tarptautinius santykius išplitimą – įvykiai pradėti suvokti kaip postmodernaus geopolitinio būvio apraiškos, o tas būvis nusakomas kaip globalizacijos, informatizacijos vyksmai, jam priskiriami nusišovinčios rizikos visuomenės bruožai, pripažįstant, kad visos tradicinę geografinę vaizduotę rėminančios ribos yra suproblemintos, o vidaus ir išorės politikos skyrimas netekęs pagrindo (Ó Thuathail 2000: 167; apie postmodernųjų teorijų poveikį politikos sampratai ir politinei praktikai žr. Jokubaitis 1997 ir 2005).

Ivairių postmoderniomis vadinamų tyrinėjimo šakų galėtume išvardyti gausybę*, tačiau mums rūpi kultūros ir vartojimo tema, esmiškai susijusi su vartotojų visuomenės ir vartojimo ekonomikos analize, nusakančia postmodernaus būvio sąlygomis „veikiančio“ kapitalistinio suprekinimo ypatumus. Kaip tik šią temą gvildeno F. Jamesonas, ir šio autoriaus darbai bei įžvalgos ne tik dėjo postmoderniosios teorijos pamatus, bet ir paveikė daugelio šiuolaikinių kultūros tyrinėtojų koncepcijas. Išskirtina teorinė F. Jamesono nuostata aiškintis kultūrinę vėlyvojo, tiksliau, postfordiškojo kapitalizmo logiką, teigiant ją perėmus visas žmogaus gyvenamo pasaulio sritis. F. Jamesonas pasitelkia Ernsto Mendelio plėtotą vėlyvojo kapitalizmo sampratą, sietą su 1945 m. prasidėjusiu kapitalizmo ekonomikos pakilimu, kuris septintojo–aštuntojo XX a. dešimtmečių sandūroje tapo krize, paskatinusia susiklostyti postfordiškąją kapitalizmo stadiją: įsivyrąja lanksti diversifikuotų prekių gamyba globaliu mastu, iškyla postmodernioji kultūra, palaikanti ir suprekinanti įvairovę, skirtingumą ir efemerškumą (Jameson 1998: 121). F. Jamesonas, kaip ir kiti postmodernieji mąstytojai, vėlyvąjį kapitalizmą sieja su postfordiškąja jo faze, ir šitaip minėtąjį postmodernybės susiklostymo tarpsnį patvirtina**. Suprantama, kai kurie skirtingų kultūros ir meno sričių postmodernumo bruožai skleidėsi ir anksčiau, pavyzdžiui, muzikas Johnas Cage'as postmodernus buvo jau penktajame XX a. dešimtmetyje.

* Per porą paskutiniųjų praėjusio amžiaus dešimtmečių pasirodė nemažai postmodernybei ir postmodernizmui skirtų studijų. Be mūsų gvildenamų autorių, minėtinos Gianni Vattimo (1988), Steveno Seidmano, Davido G. Wagnerio (1992), Stepheno Crooko, Jano Pakulski, Malcolmo Waterso (1992) knygos.

** Mes nesimame išsamiai aptarti tam kapitalizmo raidos tarpsniui, kuris iškėlė postmodernybę, būdingos kultūrinės ir psichologinės atmosferos. Tam tikro netikrumo, pagrindų byrėjimo, naujų netikėtų įvykių laukimo jausena būdinga daugeliui mąstytojų. Kaip pavyzdį paminėsime jautraus „dabarties ontologijos“ seismografo M. Foucault žodžius, studentams ištartus 1976 m. sausio pradžioje: „(...) pastaruosius dešimt ar penkiolika metų – didžiulis plintantis kritiškumas visų dalykų, institucijų ir diskursų atžvilgiu; tam tikra bendra jausena, kad po kojom trupa pamatai, ypač tose vietose, kur jie atrodė gerai žinomi, tvirčiausi ir labiausiai susiję su mumis, mūsų kūnais, mūsų kasdieniais poelgiais“ (Foucault 2003: 6). Šios jausenos tikrumą patvirtino aštuntojo XX a. dešimtmečio pradžioje prasidėjęs postfordiškojo kapitalizmo įsigalėjimas.

F. Jamesonas įvardija ir aptaria tokią šiuolaikinės kultūros raidos tendenciją: vėlyvojo finansinio kapitalizmo logika įsisiskverbia į kultūros sritį ir sunaikina santykinį kultūros savarankiškumą, leidusį jai būti praktinio pasaulio atspindžiu. Santykinis savarankiškumas laikomas tam tikra distancija, laiduojančia galimybę ne tik skirti natūrą, kultūrą ir ekonomiką, bet ir suvokti tos skirties ypatumus. Skirties suvokimas būtinas tikrovei teoriškai apmąstyti ir socialinės santvarkos režimams kritikuoti. Kapitalizmas į prekių santykių tinklą įtraukia ne tik natūrą, bet ir kultūrą, įtvirtindamas prekinę kultūros formą, kuri iki tol nebuvo vyraujanti, ir sykiu išryškindamas kultūrinį visų žmogaus gyvenimo sričių pobūdį. Kultūrinį, vadinasi, galimą suprekinti. Taigi pasaulio ir žmogaus tikrovės sukultūrinimas, pradėtas apmąstyti sociokultūrinio konstravimo kategorijomis, yra pagrindinis būdas tai tikrovei visapusiškai suprekinti. Todėl kultūros savarankiškumo sunykimas yra paradoksalus: savarankiškumo netenkanti kultūra ne nyksta ar menksta, priešingai – ji užplūsta kitas iki tol savarankiškomis laikytas tikrovės sritis, jas užima ir pri-meta joms savą, simbolinę referenciją grindžiamą gyvavimo būdą. Prisiminus J. Baudrillard'ą, galima teigti, kad kultūrinė referencija įsivyrąja dėl to, kad referencija apskritai nunyksta, ir šis nykimas nuslepiamas referenciją simuliuojant – simuliuoti referenciją tam-pa esmine kultūros užduotimi. F. Jamesonas šį vyksmą laiko būdin-gu kapitalizmo raidos padariniu, kurio dėl atspindžiui reikalingos distancijos menkėjimo neįmanoma teoriškai suvokti, nes būtent nuotolis nustato pažinimo vyksmui būdingų pažintinio subjekto ir objekto santykių struktūrą. Distancijos mažėjimas nulemia šiuo-laikinio teoretizavimo fragmentiškumą, didžiųjų naratyvų skeldė-jimą, aptartą J. F. Lyotard'o ir savo laiku nurodytą Th. W. Adorno. F. Jamesono įsitikinimu, finansinio kapitalizmo sąlygomis jau „su-kultūrinta“ viskas „nuo ekonominės vertės ir valstybės galios iki veiklos būdų bei psichės struktūros“ (Jameson 1996: 48). Tačiau tas sukultūrinimas, įsigalint rinkos jėgoms ir suprekinimo galiai užval-dant žmogaus gyvenamą pasaulį, yra prekinio pobūdžio – visuoti-nis suprekinimas įmanomas tik naudojantis kultūros priemonėmis,

žmonių santykius, jausmus, siekius, viltis paverčiant kultūros prekėmis ir paslaugomis, taip pat informacija, kuri kreipiamą į tapatumų ir gyvenimo stilių kūrimą.

Toks, kaip minėta, „kultūros posūkiu“ vadinamas sukul-tūrinimas pažymi postmoderniojo kultūrinio ir ekonominio teo-retizavimo iškilimą (plačiau apie kultūros ekonominės reikšmės teorinio suvokimo problemas žr. Sayer 2001). Pažinimo atžvilgiu „posūkis“ teigia būtinumą į socialinę ir kultūros teoriją įtraukti politinę ekonomiją, o šiuolaikinės ekonomikos teoriją plėtoti aiškinantis kultūros galių lauką, kuriame ir rutuliojasi ekonomi-nė veikla, ar patį kultūros ir ekonomikos sąryšį suvokiant kaip kultūros formą (Jackson 2002: 4). Scottas Lashas ir Johnas Urry apibendrindami tvirtino, kad ekonomika vis labiau kultūriškai, o kultūra ekonomiškai yra moduliuojamos ar „išlenkiamos“ (Lash ir Urry 1994: 64). Jie išskyrė keturias ekonomikos ir kultūros saistymąsi ir ekonomikos keitimąsi skatinančias plotmes, kurioms būdingas kultūrinis turinys: auga žinijos, informacijos ir refleksyvumo reikšmė šiuolaikinei ekonomikai; plinta ženklų perdirbimo (*symbol-processing*) veikla, apimanti prekių ženklų, vaizdinių ir naratyvų produkciją; subtilėja gaminimo ir vartojimo refleksyvumas; didėja dialogu paremtu bendravimu grindžiamų nemateri-alų produktų – paslaugų, informacijos ir komunikacijų – apimtis ir svarba visoms ekonomikos bei kultūros sritims. Visos šios plotmės veikia viena kitą: pavyzdžiui, ženklų perdirbimo veikla, kreipianti į masmedijų sritį, skatina refleksyvumo saviugdą, o refleksyvumo subtilėjimas padeda plėsti ženklų gamybą ir vis įvairiau ją sieti su vartojimo paskatų skleidimu. Svarbus išlieka ir labiau tradicine kultūros samprata besiremiantis aiškinimas, kad kultūra yra rin-kos santykių ir vartotojų visuomenės kritika, suteikianti priemonių gintis nuo suprekinančių rinkos galių ir vartojimo ideologijos įsivy-ravimo. Tokio kultūros aiškinimo gausu daugelio postmoderniųjų mąstytojų darbuose.

„Kultūros posūkį“ galima suvokti ir šiek tiek kitaip. Anksčiau pagrindinis socialinės kritinės teorijos tikslas buvo atskleisti, kaip

ekonominis racionalumas pajungia sau kultūros kūrimo veiklą ir kaip postmodernių įžvalgų paveikta socialinė kritinė teorija vis labiau linksta iškelti esminį kultūros vyksmų ir institucijų vaidmenį plėtojant ir prižiūrint ekonomiką bei rinkas (Slater ir Tonkiss 2001: 174). Tiesa, ekonominio racionalizavimo šalininkams naujų argumentų teikia G. Ritzerio plėtojama „makdonaldizacijos“ koncepcija, teigianti moderniosios, fordiškosios ekonomikos principų gyvybingumą postmodernioje visuomenėje (Ritzer 2000), bet net ir šis tyrinėtojas neabejoja pasikeitusiu ekonomikos ir kultūros sąveikos bei santykių pobūdžiu.

Vienas ryškiausių postmoderniojo teoretizavimo atstovų Z. Baumanas postmodernaus būvio sąvoką keičia mainiosios modernybės (*liquid modernity*) sąvoka, šitaip paryškindamas tam tikrą modernybės projekto tąsą ir kartu apimdamas naują kapitalizmo stadiją, kuri nusakoma kaip žmogaus gyvenamo pasaulio ir visų jo gebėjimų bei pojūčių mainumas (*liquidity*). Devintajame praėjusio amžiaus dešimtmetyje daug tyrinėjimo sričių aprėpiančiais veikalais įtvirtinęs postmodernaus būvio sampratą (Bauman 1992; 1993; 1997), Z. Baumanas kapitalistinį postmodernybės tarpsnį įvardija kaip mainiąją modernybę, būdingą vartojimo kapitalizmui ir vartotojų visuomenei. Šis sąvokų keitimas laikytinas mūsų minėtojo modernybės „sugrįžimo“ į postmoderniojo diskurso lauką atveju. Mainumu dabar apibūdinami tie vartojimo kapitalizmui būdingi bruožai, kurie anksčiau buvo nusakomi kaip postmodernūs, ir sykiu paryškinamas glaudesnis naujos kapitalizmo stadijos sąryšis su ankstesniąja, taip pat visuminis „mainusis“ kai kurių modernybės aspektų skleidimasis. Pasak Z. Baumano, mainiojoje modernioje visuomenėje gyvenimo sąlygos keičiasi greičiau, nei žmonių veiksmai bei santykiai spėja nusistovėti ir tapti įpročiais (Bauman 2005: 1), o pagrindines gyvenimo gaires ir vertybinius orientyrus nustato vartojimo imperatyvas. Aiškiai regima nuoroda į K. Marxo mintį dėl žmonių santykių „sukaulėjimo“. Šiuo kapitalizmo tarpsniu pats „subjektui“ būdingas „subjektyvumas“ ir iš jo kylantys gebėjimai pajungiami nuolatinėms pastangoms tapti ir

išlikti galima parduoti preke (Bauman 2007: 12). Taigi manytume, kad nauji Z. Baumano tyrinėjimai irgi patvirtina postmodernybės, kaip kapitalizmo stadijos, kuriai būdingas kultūros ir gyvenimo su-prekinimas, supratimą.

Postmodernaus būvio bruožai būdingi ir postmodernybės nepripažįstančio U. Becko antrosios modernybės sampratai. Šiam autoriui nepriimtinas postmoderniųjų mąstytojų radikalumas. Jis tvirtina, kad nėra nei teorinio, nei empirinio pagrindo teigti visuomenę pereinant iš modernaus būvio į postmodernų – visos visuomenės išlieka „modernios“. Modernybės pagrindu laikoma nacionalinė valstybė, kuri taip įteritorina socialinius ir bendruomeninius ryšius, kad net globalizacijos vyksmai nesugeba suardyti tvirto nacionalinių valstybių tarptautinių santykių tinklo. Tačiau pokyčiai vyksta, jų neįmanoma nepastebėti, ir jie reikalauja būti teoriškai apmąstyti. Būtent globalizacija paskatino kolektyvinių gyvenimo sąryšių kaitą: individualizacija įveikia bendruomeniškumą ir socializaciją, keičiasi lyties ir šeimos sampratos, plintant įvairiems bendro gyvenimo pavidalams, kuriems stengiamasi suteikti juridinį šeimos statusą, daugėja globalių pavojų – vis ryškesnės ekologinės krizės apraiškos, sumaištį kelia finansinių rinkų žlugimas, visame pasaulyje jaučiama teroristinių išpuolių grėsmė. Štai tokie yra antrosios modernybės bruožai, metantys visuomenei teorinį ir politinį iššūkius; o visuomenė neturi laiko nei tų iššūkių pasirinkti, nei išrūšiuoti jų pagal svarbą, nes atsakyti reikia vienu metu (Beck ir Lau 2005: 526). Dera atkreipti dėmesį į tai, kad, aptardamas pirmosios modernybės bruožus, U. Beckas apeina svarbias jos apraiškas – totalitarines valstybes ir pasaulinius karus. Antrojoje modernybėje daugėja pliuralizmo, pavyzdžiui, šeimos institucijos atžvilgiu, plinta transnacionaliniai gyvenimo būdai, medijų industrija skatina transnacionalinius ryšius, pokyčius ir naujas konfrontacijas (ten pat: 554). Šiuos ar panašius pokyčius įvardija ir apie juos svarsto ir postmoderniosios pakraipos filosofai bei sociologai, ypač tyrinėjantys socialinių ir individualių tapatumų daugybiškumą, kitaip tariant, pliuralėjimą. Tačiau svarbiausias šiuo atveju ne bruožų panašumas

ar skirtingumas, o požiūris į pokyčių esmingumą. Postmoderniosios pakraipos tyrinėtojas tie bruožai nurodo struktūrinius pokyčius, laikytinus būvio kaita, o antrosios modernybės sąvoka iškelia kartinį modernybės raidos aspektą. Šį prieštaringumą galima įveikti pripažįstant postmodernybę kapitalizmo sistemos stadija, keičiančia modernybę ir išlaikančia modernizavimo impulsą.

Gilindamasis į antrąją modernybę, U. Beckas aptinka vis daugiau skirtumų, todėl yra priverstas padaryti pirminei teorinei nuostatai prieštaraujančią išvadą: individų ir institucijų lygmeniu įsivyrąja toks įvairaus pobūdžio miglotumas ir neaiškumas (*blurings and ambiguities*), kad jau nebegalima numoti ranka į galimybę, jog pirmosios modernybės opozicijas keičia nauja struktūrinė logika, grindžiama ne priešiniu ir atmetimu (tas arba tas), bet išskyrimu ir susiejimu (ir tas, ir tas); ši logika formuoja kitokius socialinio gyvenimo sąryšingumus (ten pat: 540). Kaip tik tokią logiką gvildena postmodernaus būvio tyrinėtojai – labiausiai tie, kurie patyrė dekonstrukcijos poveikį. Ir logika, ir pagrindiniai postmoderniosios teorijos ir postmodernybės bruožai to būvio teoretikų buvo įvardyti gerokai anksčiau, nei U. Beckas mokslininkų bendruomenei pateikė svarstyti antrosios modernybės sampratą. Tyrinėjimo lauko ir sąvokų bendrumas ryškėja prisiminus postmodernųjų mąstytojų įžvalgas, kad postmodernioji teorija atmeta modernybėje vyravusias prielaidas apie socialinės sanglaudos ir priežastingumo ryšį ir iškelia naujus subjektyvumo praktikų bei kultūrinės fragmentacijos pavidalus, kurie nusakomi daugiungumo (*multiplicity*), pliuralumo ir neapibrėžtumo sąvokomis (Best ir Kellner 1991: 4–5). Galima numanyti, kad koncepcinę painiavą kuria ir postmodernybėje susiklosčiusi praeities ir modernybės „nostalgijos“ (F. Jamesonas), etnokultūrinių, meninių gyvenimo būdų „prikėlimo“ tendencija – galimos aktualizuoti įvairios modernybės ir ankstesnių įsivaizduojamų socialinių bei ekonominių būvių praktikos, teigiančios tarsi akivaizdžią tų būvių sąsają ir nuslepiančios patį jų „prikeltumą“. Taigi išlikusius modernybės bruožus atskirti nuo postmodernybėje „prikeliamų“ ir jos palaikomų ypatybių ypač

sunku. Čia svarbiausias minėtasis sunykinimas tų modernybės prielaidų, kurios grindė bendrą laiko, erdvės, vientiso racionalaus subjekto ir vertybių hierarchijos supratimą.

Dvilypę poziciją postmodernybės susiklostymo atžvilgiu U. Beckas paveldėjo iš Anthony Giddenso, išsamiai gvildenusio modernybės institucijas, aptarusio episteminius ir kultūrinius modernybės bruožus. Modernybė nurodo į XVII a. Europoje susidariusias socialinio gyvenimo ir jo organizacijos formas, kurių poveikis iki šiol jaučiamas visame pasaulyje. Modernybės laikų socialinės institucijos labai skiriasi nuo ankstesniųjų, todėl modernybė yra naujas ekonominis, socialinis ir kultūrinis būvis. Vienas naujųjų laikų institucinių bruožų – biurokratijos ir biurokratinės socialinės organizacijos įsivyravimas. Šį bruožą išskėlė ir aptarė Maxas Weberis, aiškinęs moderniojo pasaulio paradoksalumą: sparti materialinė pažanga pasiekama biurokratijai ribojant ir naikinant individualų kūrybiškumą ir individo autonomiją. Kita svarbi ypatybė yra modernybę persmelkiantis mokslo bei technologijų taikymo refleksyvumas, savaip skatinantis netikrumą ir neužtikintumą: dabarties pasaulis kuriamas refleksyviai pritaikant mokslo laimėjimus, bet pati mokslo raida, nepaliaujamai peržengianti visokį tikrumą ir akivaizdumą, nes moksle nieko nėra tikra, neleidžia remtis jokiais kuriamojo pasaulio elementais – jie gali pasirodyti esą „netikri“ ar atgyvenę (Giddens 1992: 39). Modernybės pasaulis socialiniu ir instituciniu požiūriu yra taip stipriai suręstas, kad sparčiai kaitai nepasiduoda, nesvarbu, kiek daug būtų sparčios kaitos ženklų.

Postmoderniųjų mąstytojų įžvalgos verčia A. Giddensą tuos ženklus aiškinti: jo manymu, pokyčiai rodo, kad mes pereiname į tokį pasaulio raidos tarpsnį, kur modernybės bruožai ir padariniai tampa radikalesni ir universalesni, kita vertus, dabarties aplinkoje jau galima įžvelgti kitokios tvarkos kontūrų, galimų nusakyti kaip „postmodernūs“, bet jie skiriasi nuo postmodernybės šalininkų įvardijamųjų (ten pat: 3). Kokie, A. Giddenso nuomone, yra tie kontūrai? Jie labiau susiję ne su kapitalo ir kapitalizmo, bet su socialine ir institucine raida. Išskiriamos dvi koncepcinės priklausomybių

plotmės: technologijų humanizavimas susiejamas su daugiapakuoju demokratinio įsiliesimu į politiką, o besiklostanti visokius nepriekius įveikusi sistema (*post-scarcity system*) – su demilitarizacijos vyksmu (ten pat: 164). Galima tvirtinti, kad čia gerokai prašauta pro šalį – vėlesnė kapitalizmo raida kaip tik ir skatina militarizaciją, regimą greitą skurdo plitimą, technologijų dehumanizavimą ir reginių „demokratijos“ įsivyravimą.

Postmodernieji mąstytojai kūrė gerokai niūresnį tikrovės vaizdinį ir iškėlė grėsmingus su mokslo, technologijų ir gamybos darinio plėtra visuotinio suprekinimo ir suišteklavimo pagrindu susijusius postmodernybės bruožus. A. Giddenso pateiktiems naujos tvarkos „kontūrams“ būdingas ryškus utopijos atspalvis, ir juo mėginama pagrįsti modernybės radikalėjimo sampratą. Utopiškumą kildina refleksyvumo, kaip modernybės raidą nulemiančios galios, išskyrimas. Kitaip tariant, modernybė aiškinama per modernios sąmonės bruožus, tačiau pačios modernios sąmonės neįmanoma konceptualizuoti – ji negali tapti refleksijos objektu. Kitas dalykas, kad A. Giddensas kapitalizmą atskiria nuo industrializmo – tai du skirtingi „organizaciniai klasteriai“ ar modernių laikų institucijų plotmės. Tokiu atveju kapitalizmas netenka jo raidą nulemiančios kapitalo savidaugos galios, kildinančios jai pačiai reikalingas institucijas, įgaunančias savarankiškos organizacijos pavidalą, – tai visus socialinius sluoksnius apimanti biurokratija. Taigi industrializavimas irgi virsta institucinės veiklos padariniu su aiškiu refleksyvumo įspaudu.

Grįžkime prie vartojimo temos. Vartojimo ekonomikos sąlygomis vartojimas laidoja gamybos plėtrą, be to, pats vartojimas yra plačiai aprėpianti ir įvairialypė kultūrinė veikla. Vartojimo atžvilgiu galima gvildinti įvairius kultūros vyksmus. Kita vertus, į vartojimą galima žvelgti kultūros „segmentų“ požiūriu: aiškintis, kaip vieni ar kiti kultūros mechanizmai, diegdami vartojimo nuostatas, skatina ekonomikos plėtrą ir naujų rinkų kūrimą. Galima tvirtinti, kad vartojimo reikšmingumą postmoderniajam diskursui

lemia tai, kad jis pradedamas suvokti kaip „ekonomikos ir kultūros vertinimo pagrindas“ (Miles 2000: 4), laiduojantis gamybinę tų sričių dermę. Kultūrinę vartojimo svarbą patvirtina ir tai, kad specialiuose tyrinėjimuose išplitusiai vartojimo kultūros (*culture of consumption*) sąvokai teikiama visuminės kultūros reikšmė. Robertas V. Kozinetsas, aptardamas kultūros studijų tikslus ir išskirdamas kasdienės kultūros sritį, aiškina, kad ši sąvoka nužymi ypatingą prekinių vaizdinių, tekstų ir objektų sąryšį, kuris skirtingoms socialinėms grupėms leidžia susikurti bendrą aplinkos pajautą ir toms grupėms bei jų nariams laiduoja potyrių ir apskritai gyvenimo prasmingumą. Tokią sampratą tyrinėtojas grindžia įvairiuose šaltiniuose nurodomais vartojimo kultūros bruožais: intertekstiniu objektų, gaminių, tekstų ir ideologijų ryšiu, industrijos poveikiu kultūroms ir subkultūroms, gaminamų ženklų kontekstualių prasminių įkūnijimu konkrečiomis socialinėmis aplinkybėmis konkrečiuose socialiniuose vaidmenyse ir santykiuose (Kozinets 2001: 68). Ir socialinei, ir kultūros teorijai (suvokiant tokio skyrimo sąlygiškumą) svarbu tai, kad vartojimo praktikos ir paskatos (kaip kultūrinė veikla) tampa socialinio tapatumo konstravimo būdu ir priemone. Vartojimas laikomas tam tikru susiderinančių socialinių, kultūrinių ir ekonominių praktikų vyksmu, laiduojančiu kapitalizmo sistemos gyvybingumą, kaitumą ir plėtrą, o vartojimo ideologija yra esminis tos sistemos teisinimo veiksnys. Vartojimo ideologijos veiksmingumą savo ruožtu užtikrina kultūros suprekinimas, pačią kultūros sistemą verčiantis veikti ideologijos režimu. Kadangi mums knieti paryškinti kultūrinį poreikių gamybos aspektą, kitame skyriuje išsamiau panagrinėsime masmedijų sritį, apimančią reklamą ir žiniasklaidą, darančias didžiulę įtaką politikai ir naujų vartojimo rinkų plėtrai.

Dera atkreipti dėmesį ir į postmoderniajai teorijai kylančią užduotį apmąstyti tą pasaulio būvį, kuris susiklostė sugriuvus Berlyno sienai ir prie Vakarų prisišliejus sovietinę okupaciją išgyvenusioms šalims, todėl visiškai pagrįsta manyti, kad pačioms

postmoderniojo teoretizavimo prielaidoms būtina pereiti dekonstravimo „skaistykla“, atskleidžiant to teoretizavimo prieigoms būdingą Vakarų centrizmą, universalizuojantį istoriją jos pabaigos koncepcijomis ir pokolonijinį bei pokomunistinį „Kitus“ priskiriančią pasaulio raidos pakraščiams (Hörschelmann 2002: 64). Tačiau tokio dekonstravimo stoka nepaneigia bendro kapitalizmui suprekinimo, suišteklino ir poreikių gamybos vyksmo, kuris įvairiais ir kartais visai nelauktais būdais apsireiškia pokomunistinėse šalyse, suteikdamas pasaulinei kultūros rinkai naujų produktų.

4 skyrius

**RINKOS „LAISVĖS”,
MASMEDIJOS
IR DEMOKRATIJA**



RINKOS IDEOLOGIJA

Kapitalizmo raidą kreipia ir veikia bendros kultūrinės bei ideologinės gairės, vyraujantys esamos socioekonominės tvarkos, kaip teisingos ir gėrybes teikiančios, aiškinimai. Pastarieji grindžiami bendresniais daugelyje diskursų vartojamais sąvokiniais konstruktais ar konceptais, kurie ir palaiko vienas kitą, ir vienas kitam gali prieštarauti. Bene svarbiausias praėjusiame šimtmetyje įsitvirtinęs ir intelektualinę daugybės ekonomistų, politinių mąstytojų, sociologų energiją sukaupęs teorinis, politinis, ideologinis ir kultūrinis konstruktas yra „laisvoji rinka“ su visais jai būdingais įvairiais laisvės pažadais. Šis konstruktas ypač išplito aštuntajame ir devintajame XX a. dešimtmėčiais įgyvendinant neoliberaliąją pasaulio ekonomikos bei kultūros pertvarkos darbotvarkę, kuriai kelių klojo agresyvi „rinkų išlaisvinimo“ iš valstybės priežiūros ideologija. Ideologijai rūpi ne realus išlaisvinimo turinys ar išsilaisvinimo vyksmų padariniai – jai svarbu tik lūkesčių kryptingumas, verčiantis žmones tam išlaisvinimui suteikti asmeninės laisvės bruožus.

Vakarų šalyse „laisvosios rinkos“ konceptas ir rinkos laisvių diskursas rutuliojosi įvairialypėje intelektualinėje terpėje, čia buvo girdėti ir kritinės analizės balsų, o po 1989 m. iš sovietinio lagerio išsivadavusiose šalyse „laisvoji rinka“ ir ją palaikantys aiškinimai tapo vyraujančia pasaulėžvalgos sąvoka, esminiu didžiojo pasakojimo elementu. Šiose šalyse ypač įsišaknijo tikėjimas žmonių gyvenimą sutvarkysiančia „nematoma rinkos ranka“ – reikia tik sudaryti sąlygas jai veikti laisvai. Suprantama, į tai, ką apie tą „ranką“ manė Adamas Smithas, aiškinęs, kad ji turinti pakeisti matomą vyriausybės valdžios ranką, nebuvo gilinamasi. Friedricho Hayeko teoriniuose darbuose, kurių elementai susisiejo į veiksmingiausią pokomunistinių šalių pertvarkos ideologiją – „laisvinimąsi iš vergijos“, – tai „rankai“ buvo suteikta galia spontaniškai kurti socialinę ir ekonominę tvarką, laiduosiančią socialinį gėrį ir teisingumą. Tačiau A. Smithas buvo įžvalgesnis už didžiumą pastarųjų metų rinkų

„išlaisvinimo“ teoretikų, nes manė, kad pirkliai bei manufaktūrininkai visada siekia monopolijos tėvynainių atžvilgiu ir labiausiai iš tos monopolijos pelnosi, o valstybė yra linkusi padėti jiems tuos siekius įtvirtinti, todėl „nematoma rinkos ranka“ turėjo sumenkinti valstybės galią padėti monopolistams. Nedera pamiršti, kad A. Smithas rinkos mainų laisve remiamą industrinės gamybos tvarką priešino feodalizmui ir jam būdingai valstiečių bei darbininkų priklausomybei nuo feodalinų žemvaldžių ir teigė būtinybę išsilaisvinti iš tokios priklausomybės. Jo nuomone, rinkos laisvę skatina tik tam tikros institucinės tvarkos pagrindai, o valstybės kišimasis būtinas ginant darbininkus nuo darbdavių savivalės (Satz 2007: 132–135). Grįžtant prie pokomunistinių šalių patirties, galima teigti, kad postmodernųjų mąstytojų teigtas metanaratyvų suirimas nebuvo visuotinis: pasaulyje sėkmingai veikė laisvosios rinkos metanaratyvas, o postmodernus „epistemologinio pliuralizmo“ iškilimas bei ideologinių ir mokslinių teiginių skirties nuovoką trynęs tiesos sureliatyvinimas kaip tik ir padėjo jam įsigalėti. 2008 m. prasidėjusi pasaulinė ekonomikos krizė paskatino ir šio didžiojo pasakojimo irimą, bet krizės aplinkybių čia neaptarsime.

„Laisvosios rinkos“ ir „liberalizavimo“ ar „rinkos išlaisvinimo“ žodynas suponuoja neoliberalų požiūrį į visuomenę ir grynai ekonomistinį požiūrį į visas žmogaus gyvenimo sritis (šitai ypač ryšku vertinant valstybės vaidmenį). Mums svarbu ne tiek griežtos politinių srovių, doktrinų ir pačios ideologijos apibrėžtys, kiek liberaliąją pasaulėžiūrą lemiantis tam tikrų sąvokų vartojimas ir vykdomų reformų bei ekonomikos „liberalizavimo“ aiškinimo ypatumai. Ideologija suvokiama plačiausia prasme – tai manipuliavimas sąvokomis ir idėjomis, pateikiant jas kaip žmonių gyvenimo „esmes“ ar kaip pagrindinius („mokslineis“, „savaime aiškius“, „civilizuotam pasauliui būdingus“) vykstančių procesų „dėsningumus“. Ideologija yra ypatingas įrankis, padedantis tam tikroms socialinėms grupėms, tiksliau – politiniam bei ekonominiam elitui įtvirtinti reikalingą ekonominių, politinių ir socialinių procesų suvokimą, savaip nuslepiantį su „reformavimu“ ar „laisvosios rinkos

plėtra“ susijusius ekonominius ir politinius elito interesus. Kita vertus, tie interesai ideologiniu požiūriu pateikiami kaip visuomeniniai: kas gerai kapitalui ar rinkai, tas gerai ir visuomenei. Ryškesnis ar blankesnis ideologiškumas būdingas visoms socialinėms bei ekonominėms teorijoms, bet, pasitelktos politinėms visuomenės pertvarkoms vykdyti ir joms aiškinti, tos teorijos įgauna ypatingą ideologinį krūvį. Šitai ypač išryškėjo neoliberaliąją darbotvarkę įgyvendinant pokomunistinėse šalyse, kur „liberaliosios reformos“ buvo vykdomos išsilaisvinus iš vyravusios ir visas gyvenimo srities persmelkusios komunistinės ideologijos gniaužtų. Gyvenimas po išsivadavimo iš totalinės ideologijos ima atrodyti natūralus ir neideologizuotas – toks, kokį nusako „laisvosios rinkos“ ir įvairių gyvenimo reiškinių „liberalizavimo“ žodynas. Tačiau ideologinės manipuliacijos tokiam „neideologiniam gyvenimui“, pasak Louiso Althusserio, daro didžiausią įtaką, nes tuo metu jau nebesiugdoma nuostata tas manipuliacijas įžvelgti, jas aiškintis ir pateikti svarstyti visuomenei.

„Laisvosios rinkos“ ir „liberalizavimo“ žodynas susijęs su kapitalizmo ekonomika, kuri yra laisvosios rinkos ekonomika. Ekonomikos organizavimo principai įvairiais būdais ideologiškai suvisuotinami ir pateikiami tarsi dėsninga žmonių gyvenamo pasaulio saviraida. Beje, postmodernieji mąstytojai įveikė proto polinkį suesminti reiškinius ir įžvelgti esminius jų raidos dėsningumus, bet šis patyrimas nėra visuotinai pripažįstamas. Pavyzdžiui, ekonomistai ir neoliberaliosios darbotvarkės propaguotojai ekonomiką teigia esant pagrindiniu žmonių veiklos ir socialinės organizacijos elementu. Daugelis ekonomistų savaime suprantamus laiko laisvosios rinkos „dėsnius“, nors jiems niekada nepavyksta paaiškinti, kurie būtent iš tų dėsnių lėmė vieną ar kitą krizę, ypač pasaulinę, ir kaip, tuos dėsnius perpratus, krizės būtų buvę galima išvengti. Atrodo, būtų visiškai pagrįsta manyti, kad, pirma, dėsnių išmanymas leistų apsaugoti nuo krizių ir sudarytų sąlygas nepaprastai sparčiai susikurti gerovės visuomenei, antra, krizės yra dėsningas žmonių veiklos padarinys, nesvarbu, kokiomis mokslinėmis teorijomis ta veikla

grindžiama. Tačiau, remdamiesi tokia logika, susiduriame su akivaizdžiais prieštaravimais. Todėl „dėsniai“ dažniausiai tėra mokslieškumo iliuziją suteikiantis retorinis fonas, o ieškant tikrų paaiškinimų pasitelkiami neva klaidingi ar nepagrįsti buvę vyriausybių nutarimai, to ar kito finansinio modelio taikymo ypatumai ar panašiai. Kitaip tariant, tada kalbama jau ne apie konkrečius pažeistus „dėsnius“, bet apie žmonių sprendimus ir tų sprendimų padarinius, iš kurių ir sprendžiama apie nutarimų ar taikymų klaidingumą.

Sprendimų vertinimas klaidingumo ar teisingumo požiūriu yra metaforiškas, nes vadinamųjų istorijos „klaidų“ ištaisyti neįmanoma – galima tik priimti kitus sprendimus ir taikyti kitus modelius. Gamtos mokslų nuostata paremtų ekonomikos ir ypač laisvosios rinkos dėsnių sampratą neigia pati reformų ir liberalizavimo praktika – rinkos yra steigiamos, kuriamos ir plėtojamos. Nėra jokių durų, per kurias būtų galima įsileisti už jų laukiančius dėsnius. Kita vertus, juk tam tikri rinkos gyvenimo dėsningumai yra akivaizdūs ir jų vienaip ar kitaip laikytis bei juos suvokti turi visi rinkos dalyviai. Šie dėsningumai yra susiję su žmonių veikla ir kultūrinėmis tos veiklos sąlygomis. Michelis Callonas aiškina, kad rinką stabilizuojantys dėsningumai apima struktūrinę rinkos organizaciją, rinkos dalyvių elgesį ir numatymus, jie įtvirtina tam tikras rinkos santykių formas ir yra apriboti laiko bei erdvės (Callon 1998: 47). Rinkos santykių stabilumas kaip tik ir leidžia jos dalyviams susikurti elgesio strategijas, numatyti savo veiksmus ir jų padarinius, įsivaizduoti kitų elgesio strategijas. Tačiau dėsningumai galioja tik konkrečiose rinkose, todėl perėjimas į kitas rinkas ar juo labiau rinkų globalėjimas yra susijęs su netikėtumais ir prieštaravimais. Pats globalizacijos procesų vaizdinys savaip palaiko natūralistinę „dėsnių“ sampratą, nes tie procesai jau nepriklauso nuo pavienio žmogaus valios. Dėl šios priežasties visokios „reformuotojų“ apeliacijos į „pasaulinį patyrimą“, globalizacijos jėgas ar laisvosios rinkos „reikalavimus“ žmonių akyse įgauna savaiminio mokslinio tikrumo.

Sąvokinis „laisvosios rinkos“ vaizdinys vartojamas įvairiuose kontekstuose, nujaučiamas ir globalizacinis, ir ekonominis, ir

politinis jo turinys. Beje, dažniausiai gana neaiškus. Tačiau neretai šis vaizdinys tampa aiškinamuoju principu – į probleminius klausimus atsakoma: „Todėl, kad laisvoji rinka.“ „Laisvosios rinkos“ laisvės sąlygomis ekonominis laisvės aspektas susijęs su politiniu ir visuomeniniu aspektais, bet juk ideologema atmeta kitus laisvės aspektus ir numato ekonominės laisvės fundamentalumą bei natūralumą. Pasak Johno Gray, neoliberalizmas išreiškė įsitikinimą, kad rinkos mainai yra pirminė žmogaus laisvės forma, visos kitos žmogaus laisvės jam tapo įtartinos mainų laisvės atžvilgiu (Gray 1997: 27). Apie demokratijai tokio požiūrio keliamą grėsmę vėliau pakalbėsime išsamiau. Pati laisvės sąvoka suponuoja liberaliojo teoretizavimo tradiciją, kaip tik ir gvildenusią laisvės esmę ir, sakytume, laisvės distribucijos ypatumus žmonių visuomenėse, ypač kapitalizmo visuomenėse. „Laisvosios rinkos“, „liberaliosios rinkos“, „rinkos liberalizavimo“ konotacijos nurodo į platų konceptualųjį lauką, kuriame bet kokiomis sąlygomis bus surasta teigiamų laisvės bruožų. Šitaip užtemdomas svarbus prieštarinčumas, kurį norėtume paryškinti: laisvosios ar liberaliosios rinkos vaizdinys iškelia nelygstamą ekonominės laisvės ir prekinių santykių reikšmę bei vertę, o laisvė ir, suprantama, liberalizmas kreipia prie žmogaus visuminės laisvės suvokimo, galimo plėtoti tik laisvės ir nelaisvės sąryšio pagrindu. Nuo „laisvosios rinkos“ vaizdinio nuvalytos visos nelaisvės apnašos, ir tai aiškiai atskleidžia jo ideologinę funkciją. Ideologiniam taikymui nerūpi teorinis pagrįstumas, greičiau priešingai – ideologija manipuliuoja naujų ir numatomų reikšmių skirtumu, dažniausiai suontologindama konceptualijas, ypač susijusias su laisve ar laisvėmis. Pokomunistinėse šalyse vykdytų reformų, vadinamojo „liaudies turto“ perdavimo į privačias rankas sąlygomis „laisvosios rinkos“ vaizdinys atlieka reikšmingą ideologinį vaidmenį dar ir tuo atžvilgiu, kad jį pasitelkus dažniausiai ne paaiškinama, o nuslepiama. Šitai savaip išreiškia faktą, kad dabartinis kapitalizmo būvis apskritai yra pernelyg ideologizuotas, nes šiuolaikinė ekonomika gamina jau ne prekes, bet poreikius. Poreikių gamyba neįmanoma

be ideologinio bei kultūrinio poveikio priemonių ir būdų plėtotės. Kita vertus, vis spartesnis įvairiopas kultūros suprekinimo ir prekės sukultūrinimo vyksmas (beje, globalinis ir globalizuojantis) taip pat rodo, kad ideologija ir kultūra įtraukiamos į gamybos sritį.

VALSTYBINĖ „RINKOS IŠLAISVINIMO“ POLITIKA

Kapitalistinio būvio ypatumai, patirti ir pokomunistinių šalių, taigi ir Lietuvos žmonių, buvo numatyti bei nusakyti jau gana seniai – globalizaciniam kapitalizmo raidos impulsui apibūdinti užtenka prisiminti dvi klasikų mintis. Pakartosime jau minėtą K. Marxo ir F. Engelso mintį: „Visi nusistovėję, aprūdiję santykiai ir su jais susijusios amžių pašventintos sąvokos bei pažiūros suardomi, visi naujai atsirandantys santykiai pasensta, nespėję sukaulėti“ (Marksas ir Engelsas 1988: 68). Šis visų santykių senėjimo greiumas dabar apmąstomas pasitelkus „paslankumo“ ar „lankstumo“ sąvoką, kuria įvardijamas žmogaus gebėjimas prisitaikyti prie rinkos, vadinasi, prie kapitalo reikalavimų. Lankstumas pateikiamas kaip būtina ugdyti šiulaikinio žmogus būdo savybė, laiduosianti jo gyvenimo gerovę. Antra citata: „Senąjį vietinį ir nacionalinį uždarumą, kai pasitenkinama vien savos gamybos gaminiais, pakeičia visapusiški nacijų ryšiai, visapusiška jų savitarpio priklausomybė. Tai vienodai susiję ir su materialine, ir su dvasine gamyba“ (ten pat: 69). Atkreiptinas dėmesys į „dvasinės gamybos“ sąvoką, kurios modifikacijos vis labiau įsigali ir globalizaciniame, ir kultūrologiniame diskursuose. Pastaroji citata – iš K. Marxo „Komunistų partijos manifesto“, kur teigtas šiuo metu daugeliui pokomunistinių šalių aktualus „neišvengiamas vadinamojo valstiečių luomo žlugimas“. Šios citatos neteigia būtinybės „grįžti prie K. Marxo“ (juo labiau kad yra susiklosčiusi gyvybinga intelektualinė tokių „grįžimų“ tradicija), tik nužymi platesnę galimų teorinių sąsajų

ir sykiu pokomunistinių realijų aiškinimo perspektyvą. Taip pat pabrėžtina, kad globalizacijos proceso ar kapitalistinės sistemos susiklostymo gvildenimas ir laisvės supratimo problemimas (apie tai vėliau) yra tam tikros intelektualinės tradicijos dalykas. Net vadinamaisiais poistoriniais laikais, kurie, atrodo, jau baigėsi, manytume, pravartu yra priminti istorines kai kurių konceptualių vaizdinių šaknis. Šiose citatose labai aiškiai nusakyta kapitalizmo sistemos esmė, akivaizdžiai pasireiškianti būtent globalizacijos sąlygomis, – laisvintis iš visų apribojimų. Ideologiniu ir praktiniu požiūriu tai reiškia prekių ir paslaugų, darbo jėgos, informacijos sklaidos ir finansų apytakos laisvės skatinimą ir užtikrinimą. Tos laisvės prieštaras suvokti pradėta jau gana seniai, jos sietos ir su pasauliniais karais, ir su vadinamąja liberalizmo krize, kurią apmąstydamas Karlas Polanyi perprato ekonominės rinkos laisvės keliamus pavojus ir ideologinį „laisvosios rinkos“ turinį. Omenyje turime penktojo XX a. dešimtmečio pradžioje šio autoriaus parašytą ekonomikos istorijos veikalą „Didžioji transformacija“, kuris ir šiuo metu gali praversti kaip savotiškas priešnuodis prieš neoliberalųjį ekonominį fundamentalizmą, o čia išsakyti argumentai iki šiol, mūsų nuomone, nėra praradę pagrįstumo.

Skaitydami minėtajam veikalui įvadą parašiusio Roberto M. MacIverio žodžius, kad mes „matome, kaip drauge su nauju išsilaisvinimu atėjo nauja vergovė“ (Polanyi 1957: x), suvokiame, jog šiuo metu nepaprastai išpopuliarėjęs Slavojus Žižekas, nesiliaujantis priminti, kad naujos laisvės pavidalai yra ir naujos nelaisvės formos, nėra originalus. Tačiau būtent toks neoriginalumas labiausiai reikalingas – teigiantis būtinybę žmonėms priminti kai kuriuos akivaizdumus ir skatinantis nepasiduoti ideologiniams laisvės apžavams, kurie nuslepia jai būdingus pavergimo būdus. Globalizacijos teoretikai jau aiškina, kad „išlaisvinantis globalumas“ steigia savas „globalines atskirtis“ visose gyvenimo srityse (Friedman 1996; Bauman 1998), o laisvosios rinkos teoretikai tokio suvokimo dar stokoja. Iš dviejų pasaulinių karų patirties R. M. MacIveris „išsunkė“ perspėjimą ateities

tarptautinių santykių kūrėjams, ir jį verta priminti naujųjų laikų ekonomikos liberalizavimo teoretikams ir praktikams: „(...) formulės „pasaulinė taika per pasaulinę prekybą“ ir į ją panašių nepakaks – pasidavę joms tapsime pavojingo ir apgaulingo supaprastinimo aukomis“ (ten pat: xi).

Pagrindinė K. Polanyi atliktų fundamentalių ekonomikos istorijos ir kapitalizmo ekonomikos institucionalizavimosi tyrimų išvada ta, kad save reguliuojančios, saviraidžios rinkos idėja yra visiška utopija, ir pavojinga utopija, nes tam tikriems dariniams ji suteikia nelygstamą vertę ir jiems pajungia visą žmonių gyvenimą. Įvairių šalių vidaus prekyba per laiką buvo sukurta valstybių jėgomis ir buvo valdžios absoliučiai kontroliuojama. Valstybinė valdžia steigė bei plėtojo ir kapitalistinę rinką. Šią išvadą neabejotinai patvirtina dabartinė pokomunistinių visuomenių praktika. Lietuvoje laisvąją rinką taip pat steigia valdžia, nors iš įvairių ekonomistų ir ekspertų pasisakymų susidėsto kitoks rinkos vaizdinys: rinka egzistuoja, bet valstybė jai trukdo tapti ta tikrąja, laisvąją rinką, todėl rinkos atžvilgiu valstybė yra blogis, kurį būtina įveikti. Kaip tai padaryti? Ogi pasitelkti vieną iš svarbiausių galių – valstybinę valdžią. Iš valstybei ir valstybinei valdžiai keliamų reikalavimų aiškėja, kad laisvoji rinka turi būti valstybės steigiama ir jos saugoma, o vadinamasis „rinkos išlaisvinimas“ ar „liberalizavimas“ yra valstybės politikos užduotis. Tačiau tuo pat metu įtikinėjama, kad valstybė neturi teisės kištis į rinkos santykius, nes ji iškreipianti tų santykių esmę. Toks rinkos vaizdinys paremtas labai paprastu rinkos subjekto ir rinkos santykių supratimu: atrodo, kad rinkos subjektas pagrindinį kapitalizmo sistemos imperatyvą, tai yra pelno maksimizavimą, įgyvendina beorėje erdvėje, o ne tradicijų, teisės normų ir įvairių vertybių persmelktoje visuomenėje. K. Polanyi parodė, kad darbo jėgos, žemės ir pinigų pateikimas prekiu yra visiškai pramanytas, bet būtent šių fikcijų pagrindu kuriamos tikros darbo jėgos, žemės ir pinigų rinkos (Polanyi 1957: 72). Jokia visuomenė net trumpą laiką negali išlaikyti laisvo šių fikcijų sistemos veikimo, nes sistemos „šėtoniškam malūnui“

nesvarbu nei visuomenės organizacija, nei aplinka, nei nacionaliniai interesai. Dėl šios priežasties visuomenė neišvengiamai kuria apsauginius mechanizmus. Kitaip tariant, politinės valdžios tikslas šiuo atžvilgiu dvejopas: užtikrinti rinkos laisvę ir kartu saugoti visuomenę nuo tam tikrų tos laisvės padarinių. Suprantama, istoriškai susiklostė įvairūs rinkos „valstybinimo“ būdai ir apimtys, tačiau esmė ta, kad laisvoji rinka visur veikia valstybės galios lauke, kad ir kokia sudėtinga bei prieštaringa būtų tų dviejų sričių sąveika. Todėl savaip teisūs tie radikalieji neoliberalai, kurie teigia, kad tikrieji rinkos santykiai ateities kapitalizmo dar tik būsią įgyvendinti. Kaip vienas svarbiausių apsaugos mechanizmų buvo sukurta centrinių bankų sistema, be kurios rinka būtų sunaikinusi patį verslininkavimą. K. Polanyi atkreipia dėmesį į vieną liberaliam mąstymui būdingą slinktį. Ekonominis liberalizmas buvo socialinis projektas, kurį įgyvendinus kuo daugiau žmonių turėjo patirti jo teikiamą gėrį ir laimę, tačiau *laissez-fair* iš metodo tikslui pasiekti virto pačiu tikslu, pačia siekiamybe, į kurią ir nukreipta politinė valdžia. Kaip tik *laissez-fair* daugelio laisvosios rinkos propaguotojų lūpose, ypač pokomunistinėse šalyse, tapo ta siekiamybe, kuri turi užtikrinti ne tik ekonominę gerovę, bet ir (tiesa, neaišku, kokiu būdu) visuomenės gerovę ir sanglaudą.

Rinkos liberalizavimo ar „išlaisvinimo“, padedant valstybei, paradoksas yra labai svarbus – jis veikia ne tik ekonomiką, bet ir politiką. Neoliberalizmo ideologijai reikšmingas yra rinkų savireguliacijos principas, užtikrinantis, kad socialinės ir politinės institucijos funkcionuoja „teisingai“ ir „visuomenei naudingai“. Todėl reformos turi būti vykdomos taip, kad šis principas apimtų kuo daugiau gyvenimo sričių. Kadangi pats save reguliuoja, rinkos mechanizmas nepakenčia jokio kišimosi – bet valstybė būtina kaip jo veikimą palaikanti ir užtikrinanti institucija. Jau minėjome, kad rinkos mechanizmą, ar principą, palaikyti ir užtikrinti galima tik per valstybines institucijas, todėl šiuo atveju valstybė turi sąmoningai apriboti savo galios ir kompetencijos sritį. Tačiau ar valstybinės institucijos galia kaip nors „nubraukiama“ ar „atmetama“? Jokių

būdu. Rinkos savireguliacijai užtikrinti steigiamos tam tikros institucijos (galios centrai), kurios iš valstybės perima dalį kompetencijos, kad garantuotų, jog reikiami sprendimai bus priimti sparčiai (automatiškai), ir kartu išvengtų politinės bei ekonominės atsakomybės už tų sprendimų padarinius. Visose pokomunistinėse šalyse prisisteigė daugybė pusiau valstybinių ir nevyriausybių agentūrų, institutų ir organizacijų, propaguojančių „valstybės nesikišimo“ politiką. Paradoksalu, kad tokioms organizacijoms labiausiai reikia centralizuotos, stiprios valstybinės valdžios, nes tik ji gali įgyvendinti didžiosios visuomenės dalies lūkesčiams prieštaraujančias reformas ir įvykdyti privatizaciją, už kurios socialinius ir ekonominius padarinius priverčiami sumokėti mokesčių mokėtojai. Dėl šios priežasties liberalios vietinės savivaldos idėjos priimamos palyginti sunkiai – tie patys vietos liberalai, jau kaip ekspertai ar šešėlinių galios struktūrų atstovai, veikia priešinga linkme. Prisiminkime kad ir Augusto Pinocheto eksperimento populiarumą tarp kai kurių liberalų ir daugelio neoliberalų, ypač pokomunistinėse šalyse.

„Reformavimo“ ir „privatizavimo“ projektai iš esmės atspindėti visų partijų programose, ir visos jos stengiasi įgyti transnacionalinių rinkos institucijų pasitikėjimą, todėl, atėjusios į valdžią, vienaip ar kitaip „įgyvendina“ mūsų aptartą neoliberalųjį paradoksą. Socialiniai ir politiniai tokios veiklos padariniai akivaizdūs. Sprendimai priimami ir įvykdomi autoritariškai, visuomenei taip ir nesužinojus, kas yra tikrieji tų sprendimų projektuotojai ir kokie jų interesai. Kadangi sprendimų teisėtumas darosi abejotinas, jie vis labiau ideologizuojami arba vis dažniau nuslepiami nuo visuomenės. Šitai ypač būdinga privatizacijos procesui. Suprantama, dėl to kenčia demokratių institucijų plėtra, juolab kad pusiau valstybinės institucijos dažnai tiesiogiai susisaisto su transnacionalinėmis institucijomis, o pastarųjų statusas padeda išvengti demokratinės kontrolės. Šiuo atžvilgiu visiškai pagrįsti yra antiglobalistų teiginiai apie grėsmę demokratijai keliantį pusiau valstybinių ir transnacionalinių institucijų aljansą, skatinantį valstybės valdžios centralizaciją ir pajungiantį ją saviems,

visuomenei nežinomiems (nes jos nesvarstomiems ir nepatvirtinamiems) tikslams pasiekti. Davido Heldo teigimu, visuotines žaidimo taisykles keisti ir kapitalizmą demokratizuoti šiuo metu būtina taip, kad įvairių rinkos formų gyvybingumas būtų užtikrintas neperžengiant demokratinių procesų ribų (Held 1995: 257). Tai jau reikštų politinę rinkų kontrolę, vadinasi, rinkų pavaldumą demokratijos būdais įtvirtinamiems visuomenės interesams, todėl vargu ar su tokiu siūlymu sutiktų neoliberaliosios rinkos laisvės šalininkai ar juo labiau didieji korporaciniai pasaulinės laisvosios rinkos veikėjai.

Tai nėra lengvas uždavinys dar ir dėl to, kad kol kas nesikuria ekonomistinė „laisvosios rinkos“ ideologiją įveikti galintis diskursas. Ši ideologija yra įsikūnijusi į praktinį žmonių ugdymo pavidalą, grindžiamą „žmogiškųjų išteklių“ samprata ir vaizdiniu. Pirmiausia žvilgtelėkime į humanitarinių ir socialinių mokslų sritį. Nereikia išsamių empirinių tyrimų, kad pastebėtume akivaizdų dalyką – šią sritį yra perskverbęs „išteklių“ vaizdinį ir sampratą skleidžiantis diskursas, o ta samprata savo ruožtu palaiko „išteklinį“ požiūrį į pasaulį ir žmogų, vadinasi, ir į visas tų mokslų tyrinėjimams išskiriamas žmogaus gyvenamo pasaulio sritis. „Žmogiškieji ištekliai“ yra „išteklinio“ mąstymo koncentratas – jis ne tik nurodo vyraujančią mokslinės humanitarinės bei sociologinės mąstysenos pobūdį, bet ir nužymi platų tyrinėjimų lauką: įvairios teorinės prielagos ir metodai pasitelkiami lyginant skirtingų regionų „žmogiškuosius išteklius“, svarstant su tų „išteklių“ gausa ar kokybe susietas raidos galimybes, ieškant naujų jų „sankaupų“ ar tiriant vidinę jų „dinamiką“. „Žmogiškųjų išteklių“ vaizdinys ir juo grindžiama mąstysena yra ir mokslo politikos dominantė: mokslo politikams ir valdininkams labiausiai rūpi tokių „išteklių“ apimtis, vidinių sluoksnių, – pavyzdžiui, intelektinių, gebėjimų, tyrinėtojų ir pan., – „išteklių“ gausinimas ir efektyvus jų panaudojimas. ES mokslo plėtrai bei projektams skirtuose dokumentuose *human resources* (ir jų atmainos) yra viena svarbiausių mokslinį-politinį diskursą valdančių sąvokų. Į šiuos dokumentus lygiuojasi ir nacionalinių valstybių

kuriami ir tvirtinami dokumentai, nustatantys aukštojo mokslo gyvavimo sąlygas. Beje, „išteklinė“ mąstysena išplito ir kultūros industrijoje – nieko nebestebina svarstymas apie „vizualinius išteklius“ ar „istorinio ir kultūrinio paveldo išteklius“.

Aptarėme „išteklinio“ mąstymo ir pasaulėvaizdžio kilmę, dabar pasiaiškinsime, kaip toks mąstymas dera su individo laisvės, laisvos jo saviraiškos ir demokratijos teigimu. Humanitarinių ir socialinių mokslų srityje, kuri formuoja visuomenės savirefleksijos ir savivaizdžio lygmenį, įsitvirtinęs „išteklių“ vaizdinyso rodo, kad pati visuomenė j save ima žvelgti ne kaip į išskirtinį socialinį nelygstamų individų darinį, o kaip į įvairių „išteklių“ sandaugą, kurią būtina kuo naudingiau perdirbti ir panaudoti. „Išteklių“ sąvoka suima ir tiesas – jos vertinamos ekonominio ir kitokio efektyvumo požiūriu. Visuose moksliniuose projektuose būtina nurodyti numatomą gauti naudą. Visuomenė humanitarinio ir ypač politinio elito lūpomis byloja, kad toks „išteklinis“ požiūris yra vienintelis tikras. Vis dėlto jos sąmonėje tebėra gyvybingas ir kitas diskursas, kurį sąlygiškai galėtume pavadinti „laisvės“ diskursu, – jis apima žmogaus teises ir individo laisves, esmines demokratinės sistemos vertybes. Tačiau jei bandytume tuos diskursus susieti, pamatytume, jog jie ne tik kad nesileidžia suderinami, bet ir savai vienas kitą pašiepia. Kaip įmanoma „žmogiškuosius išteklius“ susieti su „laisve“? Ką galėtų reikšti „žmogiškųjų išteklių laisvė“ arba tokių „išteklių“ įtvirtinama demokratija, kaip „ištekliai“ galėtų teigti demokratinės vertybes? Šiuo atžvilgiu politinio elito atstovai išskiria save kaip politinius „gamybininkus“, kuriančius politines sąlygas kuo naudingiau perdirbti „žmogiškuosius išteklius“. „Laisvės ir teisių“ diskursas atlieka svarbią nuslėpimo funkciją, nes neleidžia įžvelgti, taigi ir suvokti, kad „išteklių“ diskursas žmogų iškelia ir priešstato kaip tiesioginę gyvybinės medžiagos ir energijos žaliavą. Su kultūra, gebėjimais, dvasinėmis savybėmis susijusios „žmogiškųjų išteklių“ sampratos atmainos priklauso jau tarsi praėjusiam etapui. Pagrindinis perdirbamasis dabartinio gamybinio mokslo vyksmas nukreiptas, kaip aptarė-

me pirmame šios knygos skyriuje, į gyvybę. Todėl turime pripažinti, kad „laisvės“ diskursas yra reliktinis ideologinis diskursas, padedantis „išteklį“ diskursui sklandžiau, vadinasi, veiksmingiau funkcionuoti.

VALSTYBĖ IR RINKA

Globalizacijos tyrinėtojų, politologų ir politinės ekonomijos specialistų pateikiamas valstybės ir rinkos santykių vaizdinys yra nepaprastai sudėtingas. Daugelis linkę įžiūrėti valstybės reikšmės menkėjimo tendenciją keičiantis pačiam suvereniteto turiniui. Laisvosios rinkos ideologų suponuojamas valstybės ir rinkos santykių supratimas savaip atspindi valstybinės galios ir suvereniteto menkėjimą plėtojant santykius su transnacionalinėmis korporacijomis ir tarptautinėmis ekonominėmis bei finansinėmis institucijomis. Šis menkėjimas ypač išryškėjo globalizacijos sąlygomis. Taigi atrodo, kad šiuo atžvilgiu laisvosios rinkos ideologai eina tiesiog koja kojon su globalizacijos tendencijomis, ypač kai iškeliamas vienintelis globalizacijos aspektas – ekonominis. O transnacionalinės globalinės rinkos institucijos kaip tik ir propaguoja gryną ekonomizmą. Ekonominis žvilgsnis į globalizaciją apskritai yra linkęs nuvertinti valstybės vaidmenį ir iškelti rinkos institucijų ir santykių reikšmę. Kenichi Ohmae aiškina, kad nacionalinės valstybės nebegali funkcionuoti kaip verslo institucijos, todėl pasaulį būtina suvokti kaip regioninių ekonomikų darinį, kurio konfigūraciją nulemia ne politinės valstybių ar jų sąjungų sienos, o globalinės ekonomikos plėtrai būtina regioninių ekonomikų apimtis – pasaulyje be sienų ryšius ir sienas nustato ekonomikos raida (Ohmae 1995: 5). Vis dėlto ekonominio globalizmo šalininkai neatsižvelgia į nemažą tyrinėtojų būrio įvardijamą faktą, kad kol kas pasaulyje neįsivyravo vientisa, vienu metu globalinė rinkos ekonomika, taigi globalinės rinkos vaizdinys yra idealizacija, nuslepianči daug

sudėtingesnę tikrovę. Pasaulio ekonomika yra įvairių rinkų darinys, o jo raidą lemia ne tik įvairialypė ekonominė, politinė institucinė globalizacija, bet ir politiniai didžiųjų valstybių interesai, kurie per transnacionalines institucijas paverčiami globalinės rinkos reguliavimo principais. Neneigiant esminio ekonomikos raidos poveikio globalizacijos procesams, būtina atsižvelgti į šių procesų įvairialypumą ir vidinį prieštaringumą – juk jie rutuliojasi kultūrinėje ir institucinėje gyvenamo pasaulio erdvėje (Giddens 1992; Robertson 1992; Lash ir Urry 1994; Featherstone 1995; Appadurai 1996; Albrow 1997; Canclini 2001). Suprasti kultūrą dera aiškinantis ne tik skirtinguose pasaulio regionuose vykstančių ekonominių procesų bei „liberalizavimų“ ypatumus, bet ir rinkos dalyvių elgesį, nes kultūra, pasak Cliffordo Geertzo, yra socialinio gyvenimo laike ir erdvėje bendruomenės įrašyta simbolinė programa. Todėl Guy B. Petersas visiškai pagrįstai ironizuoja pateikdamas išvadą, kad esminė laisvosios rinkos modelio yda yra ta, kad čia remiamasi tais elgesio būdais, kurių realiame gyvenime paprasčiausiai gali nebūti (Peters 1996). Šiuo atžvilgiu verta prisiminti, ką I. Wallersteinas aiškina apie kultūros „veikimą“ globalizacijos sąlygomis. Kultūrą žmonės kuria vienaip ar kitaip „įveikdami“ socialinės ir politinės tikrovės prieštaringumus, išreiškiančius priešingus įvairių socialinių sluoksnių interesus. Kultūra tuos interesus turi neutralizuoti, vienus jų išstumdama už viešojo diskurso ribų, kitus pateikdama kaip „dėsningus“, būdingus žmogaus esmei ar skatinančius žmonijos „pažangą“ (Wallerstein 1991). Vadinasi, ideologinis „kryptingumas“ yra pačios vyraujančios kultūros sistemos ypatybė. Suprantama, kultūra niekada neapsieina be prieš tą kryptingumą nukreiptų ideologinių tendencijų. Ideologiniam „kryptingumui“ įtvirtinti nepaprastai svarbi žiniasklaida: ji imasi nustatyti viešojo diskurso ribas ir skatina tokį kalbėjimą, kuris padeda iš žmonių sąmonės išstumti žinojimą apie nerimą keliančius įsitvirtinusių institucijų veiklos padarinius, teigdama tą kalbėjimą esant objektyvų ir mokslinį, o žmonių dėmesį į neigiamas, pavyzdžiui, „liberalizavimo“, ypatybes atkreipiantys pasisakymai vadinami ideologiniais ar polemniais (Edelman 2002: 115). Pastaruoju metu

kaip ypatingas tokio atskyrimo ženklas pasitelkiama „populizmo“ etiketė. I. Walleršteinas pabrėžia ir tai, kad įvairių neoliberalių teorijų ir ypač „laisvosios rinkos“ ideologijos skatinamas valstybės menkinimas yra nukreiptas prieš kapitalizmą, nes būtent valstybių sistema užtikrina begalinio kapitalo kaupimo galimybę: „(...) ideologinis vadinamosios globalizacijos garbinimas iš tikrųjų yra gulbės giesmė, giedama mūsų istorinei sistemai“ (Wallerstein 1998: 32). Taigi naujausią pasaulinę krizę iš dalies lėmė ir rinkos „išlaisvinimo“ ideologijos ir praktikos įsivyravimas.

Kai kurie globalizacijos teoretikai ir pasaulio ekonomikos tyrinėtojai aiškina, kad ne valstybės galia menkėja, o jos pobūdis keičiasi. Suprantama, silpnas valstybės globalizacijos jėgos nepaliaujamai silpnina, ir pastarosios beveik neturi galimybių be stipriųjų pagalbos įveikti atskirties barjero. Kitokia yra vidutinių ir gerovės valstybių padėtis. Jau aptarėme, kad tam tikrą valstybinės valdžios stiprėjimą ir centralizavimą suponuoja neoliberalių reformų praktika – valstybės galia pasitelkiama „valstybės nesikišimo į rinkos santykius“ politikai įtvirtinti. Tačiau ir globalizacijos procesuose galima įžvelgti valstybinės valdžios stiprinimo tendencijų, ypač išryškėjusių pasaulinės krizės sąlygomis: 2009 m. sausį vykusiam Davoso forumui, į kurį sukviečiami įtakingiausi pasaulio verslo ir politikos atstovai, pirmą kartą vyravo ne verslininkai, o politikai – spekuliacinio kapitalo paskatintai krizei sutramdyti prireikė valstybių galių, ypač finansinių. Pastarosios krizės patirtis leidžia aiškiai atsakyti į klausimą, ar pati save reguliuojanti rinka gali įveikti globalizacijos ir spekuliacinio kapitalo metamus iššūkius, ar rinka gali susitvarkyti su socialinės nelygybės ir skurdo didėjimu. Atsakymas: ne tik kad negali, bet ir nesirengia to daryti. Šitai savaip liudija ir liūdnas likimas tų projektų, kurie valstybės ir viešųjų įstaigų sektoriuje siekė įdiegti privataus sektoriaus valdymo principus: juos analizavęs G. B. Petersas padarė išvadą, kad šie projektai tiesiog fatališkai neturėjo jokių sąlyčio taškų su realybe (Peters 1996: 34). Todėl valstybinės, kai kurių gerovės valstybių – ypač socialdemokratinės orientacijos – valdžios stiprėjimas

yra tarsi atsakas kapitalo rinkų išlaisvinimo ir kitiems globalizacijos iššūkiams. Amartya Seno tyrimai atskleidžia, kad skurdo, alkio ir bado neįmanoma įveikti naudojant tik ekonomikos mechanizmus – reikia ir politinių sprendimų, ir sutelktų vyriausybės veiksmų. Valstybių vaidmenį pasaulio ekonomikos sistemoje turėtų sustiprinti ir Ingvaro Carlssono pasiūlyta įsteigti Ekonominio saugumo taryba prie Jungtinių Tautų. Globalizacijos ir tarptautinės prekybos teikiamomis galimybėmis sėkmingiausiai pasinaudoja tos valstybės, kuriose stiprios valstybinės ekonominės tarnybos, stiprios politinės partijos ir stiprios darbo rinkos organizacijos sugeba kartu dirbti ir prisitaikyti prie globalinės rinkos jėgų. JAV politinės ekonomikos specialistas Geofrey Garrettas, išanalizavęs kelių dešimtmečių globalinių rinkų raidos ypatumus, šios raidos priklausomybę nuo politinės valdžios, darbo jėgos ir rinkos institucijų santykių, teigia, kad „perskirstanti vyriausybė, stiprūs darbininkų judėjimai ir kunkuliuojantis kapitalizmas“ stiprina vieni kitus, todėl Šiaurės Europos pavyzdžiais paremtą socialdemokratinio korporatyvizmo modelį siūlo kaip neoliberaliųjų programų alternatyvą (Garrett 1988: 157). Tokias valstybes ir globalinės rinkos santykių tendencijas savaip atspindi kai kuriose šalyse plintantis naujosios politikos šūkis „Rinka be rinkos visuomenės“. Tik vargu ar tokie šūčiai gali susilpninti ir juo labiau paneigti esminį vartojimo kapitalizmo imperatyvą – vartoti, kuris neįmanomas įgyvendinti nekuriant naujų rinkų ir nestiprinant vartotojo tapatumo, kitaip tariant, ribojant suprekinimą ir suišteklinimą. Taigi darytina išvada, kad valstybės ir rinkos santykių pokyčiai priklauso nuo politinių, ekonominių ir globalizacijos vyksmų aplinkybių, o valstybės galių menkėjimo įspūdis kyla dėl to, kad nauji valstybės ir rinkos santykių aspektai nėra deramai suvokiami. Be to, stipriausioms valstybėms paranku skatinti valstybės galių silpnėjimą, nes jų galia silpnėjančių valstybių atžvilgiu tik stiprėja.

J. Gray žodžiais, liberalizmas yra politinė modernybės teorija. O modernybės istorija yra laisvosios rinkos plėtros istorija. Taigi ta teorija vienaip ar kitaip apmąsto ir politinėmis priemonė-

mis įgyvendinamą „laisvosios rinkos“ projektą. Todėl liberaliajam mąstymui, manytume, aktualus yra liberalios laisvosios rinkos vaizdinio ir įvairių „liberalizavimų“ demistifikavimas, parodantis, kad laisvosios rinkos ir su ja susijusiomis ideologemomis ne tiek paremiama demokratinė laisvosios rinkos plėtra, kiek pridengiami savanaudiški tikslai. Tai ypač akivaizdu žvelgiant į silpnas valstybes ir „pereinamąsias visuomenes“. Susiklosčiusio pasaulio politinio ir ekonominio būvio sąlygomis aktualu prisiminti K. Polanyi teiginį, kad nei laisvė, nei taika negali įsigalėti valdant ekonomiką, nes šios siekis yra pelnas ir gerovė, o tam, kad būtų pasiektos, taika ir laisvė turi tapti sąmoningai keliamais tikslais (Polanyi: 255). Permąstant XX a. pasaulinių karų istoriją ir regint vis nestabilesnį bei vis labiau neužtikrintą XXI a. pasaulį, įsivyraujančią kovos su pasauliniu terorizmu nuostatą ir plintančius lokalius karinius konfliktus, nėra jokio pagrindo teigti, kad rinkų išlaisvinimas ir globalinių rinkų susiklostymas bei puoselėjimas padeda pasaulinei taikai ir visuotinei gerovei įsivyrauti. Greičiau priešingai – beatodairiškai įgyvendinama neoliberalioji darbotvarkė didina regionų nelygybę, skurdina vadinamojo trečiojo pasaulio valstybes, suprastina politikos ir demokratijos vyksmą, politiką pajungdama ekonominiam tikslingumui.

MASMEIDIJŲ VERSLAS IR POLITIKA

Politinius procesus linkstama nusakyti nepaprastai plačiomis demokratijos raidos, pilietinės visuomenės ugdymo ir panašiomis sąvokomis, grindžiamomis laisvo ir už savo veiksmus atsakingo individo samprata. Demokratija glaudžiai siejama su įvairiomis masmedijomis, netgi galima sakyti, kad jos laikomos esminiu demokratijos bruožu, nes užtikrina žodžio laisvę. Masmedijos kuria viešo piliečių bendravimo sritį, kurioje skleidžiama vyraujanti

laisvės ir laisvių samprata ir kartu varžomasi dėl kitų sampratų įtvirtinimo. Taigi laisvoji rinka teikia ekonominės laisvės pagrindą, o masmedijos ir apskritai visa kultūros sistema užtikrina politinę laisvę, kildinančią ir individualiąją, todėl atrodo, kad rinka ir masmedijos nepaliaudamos puoselėja bei plečia individualios laisvės sritį ir pasiūlo vis naujų demokratijos raidos ir laisvos žmogaus saviraiškos būdų.

Demokratinėje visuomenėje vykstantys politiniai procesai rutuliojasi televiziją, radiją, žiniasklaidą, leidybą, internetą apimančių masmedijų ir joms pajungtos kultūros aplinkoje. Čia tie procesai įgauna politinės komunikacijos, politinių pasisakymų, analizių, programų, reklaminių vaizdinių pavidalą. Politiniai debatai, rinkimų kampanijos, partijų ir politikų įvaizdžius padedantys kurti visuomenei svarbių klausimų svarstymai, politinė reklama, apskritai politinio simbolinio kapitalo kaupimas vyksta masmedijų arenoje ir pagal jų nustatytas taisykles, kurios nėra aiškiai suvokiamos ar juo labiau nusakomos. Nepaisydami tokio aiškumo stokos, vėliau pabandysime bent šiek tiek aptarti tam tikrus rinkos santykių įsivyravimo nulemtus ir viešą politinių procesų raišką pasitelkiančius šiuolaikinių masmedijų bruožus. Svarbu tai, kad politinio viešumo erdve tapo būtent masmedijos, todėl politinių galių, valdančiųjų ir valdomųjų santykiai yra neišvengiamai masmedijuojami, jie masmedijose įgauna įvairius pavidalus. Masmedijos tapo tokiu politinio proceso tarpininku, kuris įsiskverbia į visus galios santykius ir pateikia visuomenei regimą tų santykių pavidalą. Pats kreipimasis į viešąją nuomonę, be kurios demokratinė politika neįsivaizduojama, yra grindžiamas prielaida, kad gyvuoja toks tarpininkas, kuris pajėgia subendrinti visuomenės narių nuomones ir tai subendrintai nuomonei atstovauti. Ir ne bet kaip atstovauti – šitai jis turi daryti veiksmingai. Taigi galima teigti, kad viešoji nuomonė tam tikru savo įveiksinimo arba nuveiksinimo, atsižvelgiant į tarpininko interesus ir jo santykius su politiniu elitu, būdu ir yra to tarpininko valdoma. Suvokiant, koks reikšmingas masmedijų, kaip demokratišią laiduojančio tarpininko, vaidmuo, nestebina ir paplitusi nuomo-

nė, esą medijos yra demokratijos kvintesencija, nes jos, kaip „ketvirtoji valdžia“, garantuoja, kad kitos valdžios veiks demokratiškai, ir nuolat tikrina, ar ta veikla skaidri.

Tokį, sakytume, rožinį masmedijų svarbos demokratijai ir pilietinei visuomenei suvokimą palaiko paveikios, ideologinio krūvio įkrautos „laisvosios rinkos“, „demokratiinių laisvių“, „žmogaus teisių“ ir kitos su laisvėmis susijusios sąvokos, formuojančios kertičius dabartinio pasaulėvaizdžio bruožus. Tačiau jis gerokai papilkėja ir darosi problemiškas, jei pradedame svarstyti įvairius laisvosios rinkos bei visuomenės apibūdinimus ir atkreipiame dėmesį į masmedijų verslo rinkos santykių pobūdį ir į tai, kaip pateikiamas jų nulemtas politinis procesas. Mūsų jau aptarti kapitalizmo raidos, vartojimo ir vartotojų visuomenės, žmogaus gyvenamo pasaulio suprekinimo ypatumai padeda geriau suprasti tuos suprekinimo veiksnius, kurie būdingi masmedijų sričiai ir kurie veikia politinių procesų raišką viešojoje politikoje. Masmedijos yra kultūros dalis. Jas ne tik veikia kultūros suprekinimo vyksmas – jos pačios skatina kultūros ir žmogaus gyvenamo pasaulio suprekinimą.

Masmedijos yra rinkos mechanizmams, jos logikai ir negalėstingam konkurencijos principui paklūstantis verslas (Grossberg, Vartella, Whitney 1998). Viena iš masmedijų ypatybių yra ta, kad jos ne tik stengiasi nuslėpti su savimi susijusį verslą, bet ir bando jį pridengti įvairiomis ideologemomis, iškeliančiomis pačių masmedijų priedermes ir atsidavimą demokratijai ar atstovavimą visuomenės interesams. Suprantama, priedermės demokratijai ir visuomenei išlieka, bet jų laikomasi kapitalo savidaugos logikos nustatomomis rinkos sąlygomis, kai svarbiausia yra siekti pelno. Dėl šios priežasties visuomeninių priedermių supratimą verslo interesai neišvengiamai pildo ar keičia; verslo interesai net galimi įgyvendinti pasitelkus tas priedermes.

Šitai būdinga ir žiniasklaidai, kaip masmedijų segmentui. Ji irgi įtraukta į prekių santykių tinklą. Politikams laikraščių puslapiai ar televizijos laikas skiriami ne tiek dėl tų politikų požiūrių, idėjų, programų teisingumo ar reikšmės visuomenei, kiek už pinigus.

Pirmas žiniasklaidos, kaip prekės, lygmuo – ji gaminama parduoti. Kitas lygmuo susijęs su suprekinimo funkcija, kurią jau aptarėme trečiame skyriuje, – žiniasklaida suprekina savo auditoriją ir parduoda ją reklamos ar įvairaus pobūdžio ryšių su visuomene agentūroms, veikiančioms toje pačioje masmedijų srityje. Žiniasklaidos ir reklamos santykiai yra prekiniai, nuo jų „plėtros“ priklauso žiniasklaidos gyvavimas. Reklama didžia dalimi išlaiko žiniasklaidą, todėl pastarosios tikslas yra didinti auditoriją, nes nuo jos priklauso reklamos, taip pat ir politinės, kiekis bei įkainiai ir kartu politinis įtakingumas. Nors reklamos davėjai ir ryšių su visuomene vadybininkai žiniasklaidą linkę vertinti kaip jų parengtų „naujienu“ transliavimo ar sklaidos technologiją, jie kreipiasi tik į tokią žiniasklaidą, kuri jau būna atlikusi savo užduotį – aprėpusi tam tikrą auditoriją ir paruošusi ją priimti reklamą. Reklamos davėjams labiausiai rūpi ta žiniasklaidos veikla, kuri gali būti reitinguojama, kad atsiskleistų „įsisavintos“ publikos apimtis.

Masmedijų užduotis, pasikartosime, yra įtvirtinti vartojimo kultūros programą, skatinančią žmones nepalaujamai vartoti reklamuojamus gaminius, o pastarieji turi būti suvokti kaip gyvybiškai reikalingi. Kadangi pateikia tam tikras tapatumo kūrimo, socialinės identifikacijos ir individualaus gyvenimo stiliaus formas ir naujus bendravimo perkant bei vartojant būdus, vartojimas darosi ne tik kultūrinė, bet ir socialinė veikla. Daugelis kultūros ir politikos tyrinėtojų pilietiškumo raišką irgi sieja su vartojimu, nes šiuolaikinis vartojimas, vartojimo kultūra ir ideologija tampa socialinių ryšių pagrindu ir terpe. Aiškinama, kad laikas, kai politinė veikla buvo suvokiama kaip vartojimo alternatyva, jau praėjo, nes rinkos ir vartojimas pasirodė esantys veiksmingesni visuomenėms organizuoti, visuomeniniams konfliktams slopinti nei vien politiniai sprendimai. Tačiau rinkos ne atmetė politinę veiklą, o savaip ją „suvirškino“: politikai buvo primestos prekybos, reklamos, spektaklio ir korupcijos nuostatos bei taisyklės (Canclini 2001: 19–20). Pritarus pastarajai išvadai, naivu būtų ieškoti tokių minėtosios vartojimo terpės ir aplinkos „vieta“, kurios sudarytų prielaidas vartojimo reiškiniams,

vartojimo ideologijai ir „laisvosios rinkos“ ideologemai kritiškai analizuoti. Vis dėlto Néstoras Garsía Canclini mano, kad pilietiškumo raiška vartojimo sąlygomis įmanoma, tik tada vartojimo laukas turi patenkinti tam tikrus reikalavimus, kurių svarbiausi yra: daugumai prieinama prekių ir žinių įvairovė iš tarptautinių rinkų; visapusi informacija apie vartotojų prižiūrimą produktų kokybę ir veiksmingos galimybės atsispirti reklamos apžavams; demokratinis pilietinės visuomenės grupių dalyvavimas, priimant politinius, juridinius ir simbolinius sprendimus, kuriais tvarkoma vartojimo sritis (ten pat: 45–46). Suprantama, pilietiškumo raiška apima visuomenės grupių veiklą dėl vartojimo aplinkos išskaidrinimo, prekių kokybės, sveikatos standartų ir kitų dalykų, tačiau tos veiklos tikslas yra ne pilietinės ir politinės laisvės tvirtinimas, bet geresnio ar kokybiškesnio vartojimo siekis, tampantis grupinės konsolidacijos pagrindu.

Masmedijų veikla ir ypač reklama dažnai suvokiamos kaip manipuliavimas vartotojo ir viešąja nuomone. Nors tokios manipuliacijos strategijas nėra sunku išskirti (apie tai vėliau), patį manipuliavimo reiškinį, laikytiną vienu svarbiausių vartojimo kapitalizmo bruožų, pasiaiškinti derėtų. Į manipuliavimą galima žvelgti kaip į visuotinį subtilų žmonių poreikių diegimą ir valdymą bendroje poreikių gamybos sistemoje. Manipuliavimas suvoktinas kaip antrinis ar tretinis tos gamybos lygmuo, kaip ypatingo refleksyvumo lygmuo. Poreikių gamybą galima nurodyti kaip pirminę manipuliaciją, kuri vyksta žmonėms lyg ir nieko nejaučiant – juk tai jie patys nori, trokšta, geidžia; o manipuliavimo lygmenys skirti poreikių subjekto refleksyvumui atsverti – jo gebėjimui suvokti savo, kaip gaminio, padėtį ir nusistatyti sąmoningą nuostatą vartojimo atžvilgiu. Įvairios masmedijos diegia požiūrį, kad jos tik atliepia žmonių poreikius, tai yra kalba, aptaria ir rodo tai, ko nori žmonės. Toks požiūris stiprinamas reitingais, balsavimais, tarsi patvirtinančiais publikos poreikių ir jos įtakos viršenybę. Šiai masmedijų ir žiniasklaidos galiai suvokti pravartu prisiminti prancūzų kultūrologo J. Ellulio (1973) septintojo XX a. dešimtmečio pradžioje gvildentą propagandos reiškinį, susijusį

ir su ideologija, ir su manipuliavimu. Pasak J. Ellulio, šiuolaikinė propaganda ir manipuliacijos žmonių bei visuomenės nuomone nėra pavienių žmonių ar grupių reikalas – propaganda yra technologijų visuomenei būdingas socialinis reiškinys, laiduojantis tos visuomenės gyvavimą ir raidą. Taigi visokios individualios manipuliacijos įmanomos vien visuotinės propagandos veikimo pagrindu. Sisteminis propagandos ir manipuliavimo „tikslas“ yra per vyraujančią politinės galios struktūrą nepalaujamai tvirtinti įvairių socialinių sluoksnių sankabą, diegiant „akivaizdžius“ pasaulėvaizdžio elementus, vertybines nuostatas, gyvenimo tikslus ir siekiamybes. Tačiau šį sistemiškumą trukdo išvelgti žmonių polinkis propagandą ir manipuliavimą priskirti nedemokratiškiems reiškiniams ir šitaip juos „iškelti“ už tikrosios demokratijos bei laisvosios rinkos, kurios nustatoma tvarka neva yra priešinga propagandai – juk laisvojoje rinkoje varžosi laisvi gamintojai ir ne mažiau laisvi vartotojai. Taip pat šiuos „negatyvius“ reiškinius linkstama laikyti priemone įgyvendinti asmeniniams ar grupiniams politiniams interesams, kuriuos išaiškinti masmedijos ir padedančios. J. Ellulio supratimu, propaganda yra visapusiškas reikiamo pasaulėvaizdžio ir pasaulėvokos kūrimas ir skleidimas šiuolaikinėmis masmedijų priemonėmis. Tai yra modernių laikų reiškinys, ypač įsigalėjęs XX amžiuje.

Propagandos įtaką ir apimtį lemia naujos masinės komunikacijos technologijos. O propagandos ypatybės, suprantama, priklauso nuo politinės santvarkos, politinių galių, tam tikrų kovos dėl valdžios ypatumų, nors tai nekeičia nei jos visuotinio ir tikslo, nei jos mokslinio-technologinio pobūdžio. Demokratinei politinei galiai propaganda reikalinga tam, kad masės įsitrauktų į politinius reikalus ir patvirtintų politinės valdžios legitimumą, tačiau šių reikalų turinys priklauso jau ne nuo masių, kitaip sakant, elektorato, o nuo pačios politinės galios. Propagandos svarba didėja visuomenėms išgyvenant postmodernybei būdingas legitimumo krizes ar ES plėtrą lydinčią vadinamąją europinės visuomenės, taip pat demokratijos ir konstitucingumo stoką. Svarbi J. Ellulio mintis, kad

„informacija yra esminis propagandos elementas“ (Ellul 1973: 112), nes būtent informacijos teikimas, informavimo ir nuomonių suformavimo dermės užtikrinimas palaiko pasaulėvaizdžio bei socialinių santykių stabilumą ir sykiu kuria „kompetentingos viešosios nuomonės“ vaizdinį, reikalingą ne tik demokratiniais politiniams procesams pagrįsti, bet ir demokratinei masmedijų funkcijai palaikyti. Mokslinį informacijos pobūdį dar labiau stiprina tai, kad mokslinė-technologinė veikla įvairių interesų, tarp jų ir pažintinių, įgyvendinimo aplinkoje irgi tampa taikomojo ideologinio pobūdžio (plačiau žr. Habermas 1981: 48–102). Taigi apibendrinant galima tvirtinti, kad propaganda yra sisteminė kultūrinė veikla, apimanti masmedijas, reklamą ir rinkodarą; pastaroji yra mokslinė mūsų laiko technika, naudojanti visų reikalingų mokslo sričių – sociologijos, psichologijos, kultūrinės antropologijos – duomenis, skatinanti ir vykdanti rinkų bei vartojimo tyrinėjimus. Mokslinį propagandos pobūdį liudija ne tik jai pajungtos masinės komunikacijos technologijos, bet ir institucinis jos taikymas bei valdymas, ypač ryškiai matytas sovietiniais metais, kai propaganda buvo laikoma esminiu politinės veiklos aspektu, o jos efektyvumui skatinti buvo pasitelkiamos daugelio mokslinių institucijų pajėgos. Nors dėl neigiamų konotacijų (sovietinė, nacistinė) demokratinėje visuomenėje sąmoningai nėra afišuojama, propaganda liko tokia pat visa apimanti ir taip pat pritraukia didžiules intelektines įvairių politinių procesų tyrinėjimo institucijų ir ypač plačiai visuomenei nežinomų specialistų kolektyvų (*think tanks*) ar fondų galias.

Kaip propaganda veikia ir kodėl ji tokia veiksminga? Pirmiausia ji veiksminga dėl to, kad, kaip ką tik minėta, yra visa apimanti sisteminė veikla, be perstojo skleidžianti ir įtvirtinanti esminius pasaulėvaizdžiui kurti reikalingus stereotipus, ugdanti požiūčius ir tam tikrus visuomeninių reiškinių suvokimo būdus. Kitas veiksmingumo šaltinis – dvejopas kreipimasis: propaganda kreipiasi į individą ir tuo pat metu į mases, bet tos masės jau nėra kolektyvas ar kolektyvai – tai pavienių individų būrys. Taigi individas tarsi suvidurkinamas ir stengiamasi paveikti „vidutines“ jo savybes

ar bruožus: jusles, jausmus, poreikius, sau keliamus tikslus. Tokį kreipimąsi užtikrina ir jį skatina šiuolaikinės komunikacinės technologijos: jos, viena vertus, visuomenę vis labiau „atomizuoja“, ją dekoklektivizuoja ir atsaisto individus, kita vertus, naujosios technologijos ir internetas sudaro galimybes kurti masmedijuotoms, dirbtinėms bendruomenėms, kurioms svarbūs tik kai kurie žmogiškąjį bendravimą „atstojantys“ komunikacijos aspektai. Dvejopas kreipimasis apskritai būdingas šiuolaikiniam masinio vartojimo būviui – masinės gamybos produktai jau skiriami individualiam vartojimui ir individualiam tapatumui kurti. Taigi veikdamas, vartodamas ir darydamas pinigus „kaip visi“, žmogus išlaiko savo individualumo pojūtį ir individualumo svarbos supratimą. Šį supratimą stiprina ir tiesioginė politinė propaganda, įvairaus lygio rinkimų kampanijų metu teigdama, kad „tavo balsas svarbus“.

Politinių tikslų siekiantys individai ar grupės bendro propagandos vyksmo pagrindu ir pasitelkdami naujausių technologijų teikiamas priemones manipuliuoja žmonių sąmone ir jausmais. Masmedijos, siekdamos verslo ar kokių nors kitokių tikslų ir padėdamos politikams ateiti į valdžią ar ją išlaikyti, taip pat neišvengiamai tikslingai manipuliuoja auditorijų sąmone. Pamatinės manipuliavimo priemonės yra dozuota, į reikiamos retorikos rūbą įvilкта informacija (reikšminga informacija apskritai negali būti visuminė, nes tam tikrų valdžios institucijų yra pateikiama tam tikromis sąlygomis), reikšmingų įvykių kūrimas naudojant masmedijas, gandų ir paskalų mechanizmo valdymas, socialinio teisingumo lūkesčių perteikimas, užsakomųjų sociologinių tyrimų aptarimas, politinių reklamos vaizdinių ir naratyvų skleidimas. Jau minėjome, kad visa apimančiai propagandai svarbiausia yra informacija, nes jos valdymas nulemia masmedijų poveikį. Informacijos pateikimas kaip tik ir teikia didžiausias galimybes manipuluoti ir visuomenės nuomone, ir politikais. Suprantama, informaciją valdantys politikai turi ne mažiau galimybių masmedijoms teikti jiems reikiamą informaciją ir šitaip jas valdyti, tartis su jomis dėl vienos ar kitos informacijos „dozės“ pagrindu kuriamo „įvykio“ ar „skandalo“ apimties. Štai ką apie manipuliavimo

praktiką rašo Murray Edelmanas: „Taip pat mažai tikėtina, jog žinių reportažų dėmesį patrauktų ilgalaikiai viešosios politikos padariniai, nors jie yra svarbiausias politikos efektyvumo rodiklis. Tokie padariniai paprastai atsiskleidžia tik praėjus daug laiko po to, kai tam tikra politika buvo pradėta įgyvendinti; jie paprastai yra sudėtingi ir juos sunku perteikti žurnalistine kalba. Tad politinės žinios nušviečia rinkiminius, parlamentinius, teisminius ir kitokius viešuosius konfliktus, tačiau jose mažai dėmesio skiriama tam, ar pergalės bei pralaimėjimai šiose arenose turi kokią nors reikšmę žmonių gyvenimui, o jei jau turi kokią nors reikšmę, tai kokia toji reikšmė yra. Šią tendenciją stiprina ir galbūt net sukuria tiek liberalų, tiek konservatorių žavėjimasis grynai politiniais procesais ir jų nenoras aiškintis padarinius, kurie galėtų atskleisti šių procesų generuojamą neteisingumą ir nelygybę“ (Edelman 2002: 99). Neteisingumo ir nelygybės klausimas ypač aktualus pokomunistinėms visuomenėms, taigi jo nutylėjimas ar net nepalaujamas trynimasis iš žmonių sąmonės suvoktinas kaip aiškos ideologinės užduoties, dėl kurios sutaria visos politinio elito grupės, vykdymas.

DEMOKRATIJA REGINIŲ VARTOJIMO VISUOMENĖJE

Politinės komunikacijos bei reklamos ir ryšių su visuomene verslo ypatumai gvildentini visuomeninio kismo atžvilgiu. Vieną to kismo aspektų, nusakomą pasitelkus įvairialypio suprekinimo ir vartojimo sampratą, mes jau aptarėme. Dabar pasiaiškinsime kitą, tą, į kurį kreipia conceptualiais reginio visuomenės ir gyvenimo pramoginio vaizdiniais paremti požiūriai. Reginys, ypač pramoginis, taip pat atlieka auditorijos suprekinimo funkciją ir pats yra prekė, bet ši prekė ypatinga – ji teikia savitas politinio manipuliavimo galimybes ir sykiu kelia klausimą, kaip reginio visuomenėje įmanoma plėtoti demokratiją.

Politinės komunikacijos, politinių įvaizdžių kūrimo ir jų galios veikimo pobūdį įžvelgti padeda reginio visuomenės sampratą plėtojusio G. Debord'o mintis, nusakanti reginio, vaizdinio ir kapitalo sąryšį: „(...) reginys yra taip sukauptas kapitalas, kad jis virsta vaizdiniu“ (Debord 1995: 24). G. Debord'ui reginys – ne tik tam tikra socialinio gyvenimo apraiška, verslo sritis, kurios produktai skleidžiami masmedijų, bet ir esminis ekonominio bei sociokultūrinio būvio bruožas, lemiantis kai kuriuos to būvio raidos ypatumus: „(...) reginys – ne vaizdinių rinkinys, o vaizdinių tarpininkaujami socialiniai žmonių santykiai“ (ten pat: 12). Tik apimdamas socialinių santykių įvairovę, reginys gali „įkūnyti“ tą žmogaus gyvenamo pasaulio bruožą, kuris nusakomas kaip *realus nerealumas* – reginys atsieja žmogų nuo visų natūraliais laikytų politinių ir ekonominių socialinės srities referentų ir kuria neribotos vartojimo laisvės iliuziją, žymingą ontologinę slinktį nuo *būti* prie *turėti*. Šiek tiek ironiškai galėtume sakyti, kad atsaistymo atžvilgiu reginys veikia taip pat narkotizuojamai, kaip ir pinigai. Nors reginio ir negalima turėti – šiuo atžvilgiu jis nepaprastai veiksmingai palaiko laisvės ideologemą, taip pat veikia kaip laisvas signifikantas, kuriam atliepia įvairūs socialiniai sluoksniai, – reginių gamybą, distribuciją ir rinkas galima kurti bei valdyti. Dėl šios priežasties masmedijuoti reginiai ir pramogos viešosios politikos srityje neišvengiamai diegia politinės rinkodaros principus ir jais paremtą mąstymą.

Reginio ir vaizdinio svarbą dabartiniams masinės, vadinasi, ir politinės komunikacijos vyksmams iškelia ir S. Lashas, aiškindamas, kad masmedijos bei žinių medijos (ne tik televizija, bet ir žiniasklaida, kurioje įsivyrąja nuotraukos bei jų aprašymas) jau ne reprezentuoja ir informuoja, bet prezentuoja, nes informacija geriau ir paveikiau yra perteikiama vaizdiniais; šitaip įgyvendinamas pagrindinis informavimo tikslas – daryti įspūdį, nuo kurio priklauso auditorijos apimtis. O įspūdį stiprinti galima tik apeinant jį neišvengiamai silpninančią, sakytume, dekonstruktyviai atidedančią refleksiją, naikinant ją „smūginėmis“ tiesioginių vaizdinių dozėmis (Lash 2002: 74). Šio masinės komunikacijos tyrinėtojo daromos

išvados tarsi apibendrina ir naujausiais duomenimis pagrindžia neomarksistinės konceptualizavimo tradicijos plėtotus požiūrius į kapitalizmo sistemos slinktį – tradicijos, kuriai svarbus kultūros industrijos ir „kultūros posūkio“ supratimas. Refleksyvumo pasikeitimą, kitaip tariant, refleksyvumo perkėlimą į vartojimo sritį, „nurefleksinant“ kitas žmogaus gyvenamo pasaulio sritis, tarp jų ir politinę, ši tradicija aiškino kaip sisteminį ekonomikos ir kultūros sąveikos pokytį vartojimo kapitalizmo sąlygomis. Jau gvilde-
nant masinės industrinės kultūros išplitimą ir prekinį jos aspektą, buvo prieita prie išvados, kad iš auditorijos negalima tikėtis jokio savarankiško mąstymo, nes produktas gaminamas taip, kad jį būtų įrašytos visos galimos reakcijos, tačiau ne jo turinio struktūros lygmeniu, kuris reflektuojamas subyrėtų, o signaliniu, atmetančiu visumos idėjos pagavą (Adorno, Horkheimer 1979: 137). Masmedijos ypač aiškiai atskleidžia S. Lasho išskirtą ir Danielo Bello jau senokai įvardytą moderniojo meno tendenciją „*dramatizuoti* kiekvieną momentą, mūsų įtampą išauginti iki karštinės“ ir veikti „ne turiniu (...), bet beveik išimtinai *technika*“ (Bell 2003: 185). Dramatizavimas reiškia ir refleksijos silpnėjimą ar silpninimą, ir reprezentacijos keitimą prezentacija, o veikimas technika – visa apimančią, naujausiomis technologijomis grindžiamą masmedijų skvarbą ir sykiu kultūrinį pačių technologijų aspektą, lemiantį perduodamos informacijos „turinį“.

Reginio visuomenės samprata apima ir akivaizdžias politikos pramoginimo tendencijas. Sisteminiu požiūriu įvairialypis pramoginimas ar vertimas šou yra neišvengiamas politinio vyksmo bruožas; šio vyksmo atžvilgiu jis galimas suvokti kaip prisitaikymas prie įsivyraujančio masmedijų pobūdžio. Lietuvoje išplito Virginijaus Savukyno nukalta sąvoka „pramoginiai politikai“ (Savukynas 2002; 2003), kaip tik ir pabrėžianti prisitaikymo prie masmedijų aspektą. Paryškindamas politikų sąmoningumą – jie prisitaiko, patys imasi tam tikrų vaidmenų, – toks požiūris savaip užtemdo iš sisteminio su verslu susijusio masmedijų aspekto kylančius pamatinius demokratijos raidos klausimus, pavyzdžiui:

kaip politikos srities ir masmedijų pramogiškumas ir kartu žaidybiškumas dera su politikų atsakomybe už jų sprendimus ir pažadus, koks yra auditorijos atsakingumas už politinius procesus, kaip veikia (ar neveikia) tiesa pramoginio ir žaidybinio viešo politikos vyksmo sąlygomis? Juk pramogiškumas, kaip matėme, keičia ne tik informacijos teikimo, bet ir jos suvokimo pobūdį, taip pat viešosios politikos srities apibrėžtį – ta sritis iš tiesų tampa scena su visais sceninio gyvenimo padariniais. Ir ta scena nebeturi aiškos ribos, nes įsiskverbia į privatumo erdvę – linksminama visais kanalais, visur ir visada. Ką tokiu atveju gali reikšti, linksminant publiką ar kviečiant ją „pažaisti politinės komunikacijos žaidimą“, priimami politiniai sprendimai?

Tokie klausimai rūpi daugeliui šiuolaikinio politikos vyksmo tyrinėtojų, linkusių išlaikyti politinės atsakomybės, siejamos su priešinimusi ką tik nusakytai pramoginio tendencijai, sampratą, galimybę iškelti bei svarstyti visuomenės interesą ir skirti politines manipuliacijas nuo atsakingų politinių sprendimų.

Amerikiečių konstitucinės teisės specialistas, kultūrologas ir masmedijų tyrinėtojas Jackas M. Balkinas televizijai (kaip svarbiausiai dabarties medijai, nustatančiai viešo politikos vyksmo pateikimo ir suvokimo rėmus) būdingą ir jos veiklą lemiančią pramoginę, linksminamąją funkciją susieja su politikos skaidrumo simuliacijos reiškiniu (Balkin 1999). Masmedijos, laiduojančios demokratijos ir demokratizacijos procesus, ne tik gali, bet ir privalo padėti žmonėms aiškintis vyriausybių ir apskritai politikų veiksmus bei jų logiką, paskatas ir tikslus, be to, medijos padeda žmonėms dalyvauti priimant politinius sprendimus, leisdamos pasireikšti vadinamajai viešajai nuomonei, todėl jos, kaip „visuomenės balsas“, gali iš politikų pareikalauti atsakomybės už priimamus sprendimus. Visos šios masmedijų funkcijos iš esmės yra vykdomos jų pačių susikurtu pagrindu ir priemonėmis, o joms didžiausią įtaką daro verslo, politinių ir ideologinių interesų dariniai. Žmonių įtrauktumo į politikos vyksmą demokratiškumą J. M. Balkinas nusako per politinių procesų valdymo skaidrumą – tik tikruosius politinių veikėjų veiksmus, pas-

katas ir tikslus galintys įžvelgti žmonės geba priimti teisingus sprendimus ir apie tuos veikėjus susidaryti pagrįstą nuomonę. Jis išskiria tris aspektus, sudarančius visuminį politinių vyksmų skaidrumą: informacijos skaidrumas – tai žinios apie vyriausybės ir kitus politinius veikėjus, jų sprendimus ir sukaupią informaciją; dalyvavimo skaidrumas – tai galimybės dalyvauti priimant sprendimus; atsakomybės skaidrumas – tai politikų atsakomybė teisinei sistemai ir viešajai nuomonei už priimtus sprendimus ir jų padarinius.

Demokratijos procesams nekiltų jokių grėsmių, jei šios teorinės skaidrumo nuostatos būtų įgyvendinamos praktiškai. Tačiau realiame gyvenime viskas kitaip. Masmedijos turi daug ir įvairių priemonių – įvykio ar skandalo kūrimas, pasakojimo retorika ir ironija, žinių ir vaizdų atrinkimas, kūrimas, siejimas ir pan. – skaidrumui simuliuoti. Svarbu tai, kad kurdamos „įvykius“ masmedijos išstumia visus kitus atsakingesnio informavimo būdus ir visiškai užvaldo publikos dėmesį, o šis savo ruožtu tampa manipuliuojamu politinio vyksmo instrumentu. Tokiomis simuliacijomis suinteresuoti ir politikai bei valdininkai, nes skaidrumas jiems nėra ir negali būti siekiamybė. Politikai tuos politinio vyksmo ypatumus, kurių jie nėra suinteresuoti atskleisti, pridengia „atviro“ asmeninio gyvenimo faktais, kitaip tariant, atverdami savo privataus gyvenimo sritį, jie politinį skaidrumą pakeičia privačiu. Tos „atvertos“ dažniausiai būna surežisuotos taip, kad sukeltų masmedijų susidomėjimą ir atitiktų jų įtvirtintus „įvykio“ kūrimo principus. Todėl politikų kuriami intymaus gyvenimo skandalai (ypač įgudęs tai daryti Italijos premjeras Silvio Berlusconi) ne atskleidžia politinio valstybės mechanizmo veiklą, o ją užtamsina ir sykiu nukreipia žmones nuo jiems gyvybiškai svarbių klausimų.

Ar kaip nors įmanoma riboti skaidrumo simuliaciją? J. M. Balkinas pats sukritikuoja mintį, jog publika turėtų pareikalauti, kad masmedijos atsakingiau informuotų visuomenę, kreipdamos dėmesį į visuomeninius interesus, ir su jais siėtų politinio vyksmo padarinius, – juk publika niekaip negali nei pareikšti tokio noro, nei teikti siūlymų, kaip politinis procesas turėtų būti nušviečiamas, nes

„visuomenės nuomonė“ yra medijų produktas. Vis dėlto jis tikisi, kad pačios masmedijos pradės diegti nuostatą teikiamas žinias įvairinti ir riboti kuriamus „įvykius“. Nesunku pastebėti, kad toks savęs ribojimas būtų sąmoningas nusiteikimas priešintis esminiam, verslo logikos paremtam masmedijų polinkiui kurti reginius ir linksminti visuomenę, o juk šitai ne tik suteikia daug naujų simuliacijų galimybių, bet ir skatina patį simuliaciją. Dėl nuostatos linksminti auditoriją politiniai santykiai virsta politikų santykiais, išskiriant kovos ir laimėjimo aspektus, o nuoseklus, pagrįstas visuomenei reikšmingų problemų formulavimas ir svarstymas paverčiamas „karštais“ pasisakymais „ringe“, kurį stebinti auditorija pati turi nuspręsti, kas laimi. Šiuo atžvilgiu tas, kas laimi, ir yra teisus. Todėl svarbiausia – mokytis ir mokėti laimėti tokio pobūdžio kovas.

„Ringe“ ar kitame reginyje dalyvaujančių politikų atvirumas ir auditorijos įtrauktumas į šį vyksmą tik iš pradžių atrodo demokratiški, juk, pirma, auditorija yra suprekinama ir parduodama politinės komunikacijos ar ryšių su visuomene specialistams; antra, ji yra atpratama nuo rimtų politinių diskusijų (prisiminkime bendrą tendenciją išstumti refleksyvumą); trečia, naikinama auditorijos politinio atsakingumo pajauta – net neįmanoma įsivaizduoti, kad politinio spektaklio ar šou dalyviai kaip nors įsipareigoję atsakyti už tame šou išsakytas mintis. Taigi nenuostabu, kad politikai pradeda taikyti publikos linksmavimo strategiją ir sąlygiškai realiu dar vadiname pasaulyje prisitaiko masmedijų jiems sukurtus ir auditorijoje paskleistus bruožus. Dėl tokio politikų elgesio žmonės nebegali suvokti, kurios jų išsakytos mintys ar teiginiai yra svarbūs, kas yra vykdomos politikos esmė, – politikai visada gali pasiteisinti pajaukavę ar buvę „ne taip“ suprasti. Kita vertus, masmedijų sukurtas ir išpopuliarintas personažas reginių vartojimo sąlygomis „veikia“ ir kaip pasiteisinęs bei auditorijos jau įprastas vartoti prekių ženklas. Toks ženklas galimas panaudoti politinės reklamos kampanijose, jis veiksmingas ir įtrauktas į politinės komunikacijos procesus.

Kodėl žmonės veikia masmedijų sukurti ir prekių ženklų funkciją atliekantys politiniai personažai? Atsakymas paprastas:

tiems personažams pavyksta „įjungti“ juos stebinčių ir jais besigėrinčių individų tapatinimosi su jais mechanizmą – juk šie personažai kuriami pasitelkus ne tik naujausias komunikacines technologijas, bet ir per ilgą laiką sukaupias menines praktikas. Omenyje būtina turėti ir pasikeitusį kultūros pobūdį – šiuolaikinė postmodernioji vadinama kultūra nepalaujamai „ištrina“ visokius skyrimus to, kas realu, ir to, kas dirbtina, patį skyrimą paversdama rinkodaros principams pajungta kultūrine praktika. Ironizuodami galėtume teigti, kad šiuo metu tie sukurtieji personažai auditorijai paaiškina, kas yra tikra, o kas – dirbtina, kas teisinga, o kas – *sexy*. Net internetinėje žiniasklaidoje skelbiami komiškų televizijos personažų svarstymai apie politinius procesus ir pačius politikus. Kaip minėta, su politiniais personažais žmonės tapatinasi – kaip ir su animacinių filmų herojais, populiarių televizijos šou vedėjais ir dalyviais. Į tokio tapatinimosi plitimą nurodo populiariosios kultūros tyrinėtojai, aiškinantys, kad masmedijų ir pramogų industrijos į rinką išmetamų produktų vartojimas yra tapęs svarbiu asmeninio tapatumo konstravimo būdu. B. L. Ottas (2003), gvildendamas geriausiu visų laikų televizijos šou pripažįstamo animacinio serialo „Simpsonai“ (*The Simpsons*) poveikio priežastis bei mechanizmą ir juos siedamas su šiuolaikinio kultūros vartojimo ypatumais, atskleidžia, kokie neišsemiami vaizdinių išteklių sukaupiti ir koks platus naratyvinių savipatumo konstravimo strategijų spektras yra užkoduotas šios šeimyninės personažuose – kalbant iš esmės, jie tiesiog paaiškina žiūrovams, kas yra asmeninis daugybinis tapatumas ir kaip jis konstruojamas bei palaikomas (Ott 2003: 61). Apklausų duomenys rodo, kad dešimtmetis Bartas Simpsonas yra nepaprastai populiarus modelis JAV, su juo tapatinasi 10–17 metų vaikai: tarp berniukų jis užėmė antrąją, tarp mergaičių – ketvirtąją vietą (ten pat: 62). Lietuvos pramoginių televizijos laidų personažai taip pat parodijavo ir tebeparodijuoja daugybę realių politinių veikėjų. Ši jų sąsaja su išorine tikrove užtikrina tiesioginės politinės komunikacijos ir reklamos veiksmingumą ir kelia suprekintos auditorijos kainą. Kai kurie politinių personažų kūrėjai išbandė jėgas ir politinės veiklos

sirtyje, o skandalingąjį Darbo partijos lyderį Viktorą Uspaskichą televizijos ekrane parodijavęs aktorius Remigijus Vilkaitis ne tik dalyvavo Lietuvos Respublikos prezidento rinkimuose, bet ir išbandė kultūros ministro kėdę.

Vieša politinė komunikacija jau neįsivaizduojama be politinės reklamos. Ji vyksta ir yra vykdoma masmedijų rinkos bei rinkodaros nustatomos tvarkos pagrindu. Ryšių su visuomene agentūros, pasitelkdamos mokslinius mūsų aptartos propagandos instrumentus, kuria vadinamąsias politines technologijas, savo ruožtu apimančias visą viešosios politikos sritį. Šiai veiklai būdingas tikėjimas, kurį galima nusakyti prancūzų filosofo Michaelio Surya, svarstančio apie kapitalo ir politikos santykius visiškos kapitalizmo pergalės sąlygomis, mintimi, jog pinigai čia įgauna tokią valdžią, kad pasidaro suvokiami ne kaip grėsmė laisvei ir demokratijai, o kaip tos laisvės ir demokratijos plėtros garantas (Surya 2000). Politinių technologų kuriamos strategijos ir reklaminiai vaizdiniai bei naratyvai yra masmedijų kanalais, perkant jų suprekindą auditoriją, skleidžiamos politinės prekės. Šios kultūrinės gamybos srities atstovai gerai suvokia prekinį ir vartojamąjį savo produkcijos pobūdį – čia įsigalėjęs supratimas, kad jų teikiamus reklaminius politinius įvaizdžius publika tiesiog „suvalgo“ ar „praryja“. „Suvalgymu“ nusakoma esminė šiuolaikinės propagandinės reklaminės produkcijos ypatybė koncentruotos vaizdinės ir garsinės informacijos pavidalu apeiti refleksiją ir išgauti tiesioginį emocinį ar pasąmoninį atsaką. Taigi politinės technologijos siekia tiesioginio pasitikėjimo efekto: politikais imama pasitikėti ne dėl jų pateikiamų argumentų ar veiksmų visuomeninio reikšmingumo, o tiesiog vartojant reklaminius politinius vaizdinius. Beje, šiuo atžvilgiu galima prisiminti kapitalo ir darbo jėgos santykius – nors darbo jėga rinkoje virsta mainomąja verte, kapitalui ji yra būtina vartojamoji vertė, todėl galėtume sakyti, jog kapitalas taip pat „suvalgo“ darbo jėgą tam, kad priaugtų svorio.

Politinė rinkodara, kaip postmoderniosios kultūros dalis, atmeta galimybę skirti teisingus ir klaidingus, pagrįstus ir nepa-

grįstus dalykus arba ta galimybė yra simuliuojama: bet koks skyrimas kildina naujus reginius, naujus ironiškus diskursus. Taigi tiesa ir teisingumas politiniame spektaklyje ar žaidime galimi tik kaip tam tikros ženklų kombinacijos, reikalingos publikos emocijoms sužadinti ir nukreipti. Kita vertus, masmedijos informavimą pateikia kaip tiesos siekimą ir jos teigimą, iš esmės informaciją prilygindamos tiesai. Tačiau šiuolaikinės viešosios politikos srityje, kur veikia reklaminiai ir politinių įvykių „gaminimo“ mechanizmai, tiesos kriterijumi vadovautis jau neįmanoma. Tokio kriterijaus neįmanoma taikyti ir masmedijų kuriamiems politiniams renginiams ir šou vertinti. Vieninteliu kriterijumi tampa politinis tikslingumas ir veiksmingumas: politinės reklamos ir ryšių su visuomene agentūros kuria ir naudoja savus būdus, kaip iš įvairių duomenų (informacijos) gaminti reikalingus užsakovui palankius, o jo „priešininkui“ nepalankius faktus, galimus „išmesti“ į viešosios politikos rinką.

Šią rinkos santykių įsivyravimo politinių procesų srityje tendenciją paryškinome iš minties neišleisdami demokratijos plėtros ir jos pobūdžio, pačią demokratiją suvokdami kaip tam tikrus rinkos mechanizmų ir prekių santykių apribojimus, atsižvelgiant į visuomeninius interesus. Čia nesvarstysime, ar toks ribojimas įmanomas ir kaip jis dera su rinkos laisvės plėtimo ideologija, tik pažymėsime, kad įvairūs socialinių ir politinių reiškinių tyrinėtojai ribojimo ar apsiribojimo būtinumą laiko demokratinės visuomenės plėtros sąlyga. Įžvalgiai socialinės ir kultūrinės raidos atžvilgiu tokią būtinybę savo laiku iškėlė D. Bellas: „Bet kokios liberalios visuomenės pamatas yra visų grupių pasirengimas atsisakyti asmeninių tikslų dėl visuomenės intereso. *Civitas* praradimas reiškia, kad interesai taip poliarizuojasi ir aistros taip įsisiautėja, jog prasideda terorizmas ir įsiviešpatauja politinė *anomija*; arba kad visi visuomenės mainai tampa cinišku sandėriu, kai pačių silpniausiųjų sąskaita pelnosi patys galingiausieji“ (Bell 2003: 344). Jis kalbėjo apie tendencijas ir galimus grėsmingus jų padarinius, o tuos padarinius jau regintis D. Heldas teigia, kad kapitalizmą būtina demokratizuoti, būtina įtvirtinti demokratinę ne tik valstybinio socializmo supratimo, bet

ir liberalių demokratių kapitalistinių ekonomikų alternatyvą, o tam reikalinga keisti visumines žaidimo taisykles, kad būtų užtikrintas demokratių procesų nustatoma apribojimų grindžiamas įvairių rinkos formų gyvybingumas (Held 1995: 157; *within the constraints of democratic processes*). Tokius apribojimus gali įtvirtinti tik politinė valia, veikianti prieš šiuolaikinio vartojimo kapitalizmo propagandą ir rinkos laisvės ideologiją, kuri žmogaus asmeninę laisvę pajungia rinkos poreikiams ar „reikalavimams“. Tačiau į klausimą, iš kur tokia valia gali kilti ir kaip ji gali skleisti masmedijuotoje, prekiniais santykiais paremtoje viešosios politikos srityje, neįmanoma vienareikšmiai atsakyti. Galima numanyti, kad ta laisvė įgauna vienokius ar kitokius vartotojo laisvės pavidalus, siekiant vartojimo srityje įtvirtinti tam tikras laisvės nuovoką palaikančias pilietiškumo gaires.

5 skyrius

**POSTMODERNUSIS
URBANIZMAS
IR MIESTAS**



GLOBALIZACINIS IR URBANIZACINIS KAPITALIZMO POKYTIS

Norint paaiškinti pastaraisiais dešimtmečiais pasaulyje vykstančią urbanistinę plėtrą, būtina pasitelkti globalizacijos tyrinėjimų lauke susiklosčiusias teorines prieigas ir įžvalgas. Mums svarbus su bendrintas globalizacijos supratimas, todėl į pačias globalizacijos teorijas nesigilinsime. Globalizacija suvokiama kaip nepaprastai spartus ekonominis, technologinis, komunikacinis ir kultūrinis pasaulio regionų susisaistymas, kuris įgauna savą globalinį sisteminių pavidalą ir ima veikti visus regionų, valstybių ir žmonių santykius. Taigi visų lygmenų santykiai, žmogaus pasaulėvoka ir pasaulėjauta įgyja globalumo bruožą, o šis savo ruožtu skatina plėtotis globalizaciją. Kritiškas požiūris į globalizaciją ar priešinimasis įvairiems jos pavidalams taip pat laikytinas jos ypatybe. Globalizacinis diskursas išryškino kai kurias esmines ekonomines ir technologines postmodernybės susiklostymo ar modernybės perėjimo į postmodernybę „linijas“, o jų kultūrinius, pasaulėžvalginius ir su masmedijomis susijusius aspektus gvildeno postmoderniojo teorinio lauko tyrinėtojai. Globalizacijos vyksmai skirtingai paveikė įvairių pasaulio regionų ryšių plėtrą.

Kalbant apie Europą, globalizacija siejosi su eurointegracija: ES kūrėsi ir stiprėjo ekonominės ir kultūrinės globalizacijos sąlygomis, globalizacijos veiksniams bei gairėms veikiant politinę Europos vienijimosi darbotvarkę. Globalizacijos ir eurointegracijos vyksmai sparčiai keičia valstybės galios ir santykių su miestais pobūdį. Globalizacija nustato bendras urbanistines, ekonomines ir kultūros industrijos plėtros gaires, o ES vykdoma politika siekia kuo daugiau valstybės galių perkelti į viršvalstybinį ir regioninį („regionų Europa“) lygmenį, skatina plėtoti įvairialypę miestų partnerystę, remiantis valdymo decentralizacija. Neoliberaliąja rinkos samprata grindžiama urbanistinė plėtra (globaliniai, arba pasaulio, miestai, metropolinės sritys, urbanistinės aglomeracijos

ir regionai) didina miestų ekonominę, politinę ir kultūrinę galias, o miestų tinklai įtvirtina savas raidos sąlygas ir gaires, peržengiančias valstybės kompetencijas. Kad miestai plėtojasi, rodo ir didelės apimties renovacijos darbai, naujų informacinių ir komunikacinių technologijų bei paslaugų, žiniasklaidos, finansų ir kultūros industrijų prekių gamyba. Kita vertus, neoliberaliuoju požiūriu paremta urbanistinė plėtra skatina urbanistinio audinio fragmentaciją, socialinę atskirtį, socialinės reprodukcijos menkėjimą, vadinasi, urbanistinės kilmės socialines problemas, kurioms spręsti reikalinga suderinta miesto ir valstybės politika. Todėl įdėmiau pažvelgsime į globalizacijos nulemtą urbanizacinę kapitalizmo sistemos slinktį, būdingą ir postmoderniajai kapitalizmo stadijai, taip pat aptarsime besikeičiantį valstybės galios ir valstybės santykių su miestais pobūdį, vėliau paryškinsime kai kuriuos Lietuvos urbanistinės plėtros aspektus.

Globalizacija žymi kapitalizmo sistemos raidos etapą, nusakomą kaip postfordiškasis, neoliberalusis ar vartojimo ir vartotojų kapitalizmas. Visoms pasaulio valstybėms, regionams, urbanistiniams dariniams ir vietovėms vis labiau saistantis ir persisaistantis, pradeda veikti nuo valstybių galių nepriklausomi globaliniai sisteminiai veiksniai, nustatantys savas raidos kryptis ir primetantys jas valstybių santykiams bei subnacionalinio lygmens „veikėjų“ sąryšių tinklams. Politikų požiūris į ekonomikos plėtrą grindžiamas neoliberalia ekonomikos samprata ir ideologija, įsivyrąja kelios valstybių politikos idėjos: liberalizavimas, skatinantis laisvą konkurenciją; dereguliavimas, mažinantis valstybės ir teisės kišimąsi į verslo reikalus; privatizavimas, kuo labiau išparduodant viešąjį sektorių; rinkos principų diegimas viešajame sektoriuje; internacionalizavimas, skatinantis laisvą visokių gėrybių judėjimą; tiesioginių mokesčių mažinimas, akinantis vartojimą (Jessop 2002b: 461). Greitai kintantis valstybės galios pobūdis nusakomas koncepciniais: „išduobtos“, ar „išnacionalinamos“, valstybės (Jessop 2002a), „daugialygio valdymo“, kai veikia supervalstybinės, valstybinės ir subvalstybinės

galios, derinančios savo interesus ar dėl jų kovojančios, ir kitokiais vaizdiniais. Šiuos valstybės ir valstybinės politikos vaizdinius sieja suvokimas, kad valstybė pastaruoju metu įvairiais lygmenimis ir įvairiu mastu sąveikauja su galingais ekonominiais ir finansiniais veikėjais ir, įgyvendinant globalią neoliberaliąją darbotvarkę, yra verčiama prie jų taikstyti ar jiems paklusti. Nors pokario pasaulio sistemoje įsitvirtino suverenumo idėja grindžiamos europinės valstybės modelis, dabar valstybė nebegali veikti tik iš viršaus į apačią ir remtis visišku suverenitetu. Valstybės galios pobūdį keičia globalizacijos veiksniai, įvairių tų valstybę ištinkančių sunkumų (išorinių ir vidinių), bendruomenių santykių ir politinių sprendimų tarptautiškumas, taip pat valstybių homogeniškumą ir vientisumą ardančios daugiakultūriškumo apraiškos (etnokultūrinės bendruomenės ima reikalauti pripažinimo ir teisių), migracijos srautai (plačiau apie valstybės galios kaitos teorijas žr. Axtmann 2004).

Kintanti bendra valstybės galios konfigūracija keičia ir tos galios santykį su miestais. Pirmiausia globalizacija paskatino nepaprastai sparčiai vykti urbanizaciją ir įsitvirtinti globalinių miestų tinklus (Sassen 2001a; Tylor 2004). Globalinių ir regioninių miestų tinklai palaiko ir aktyvina kapitalizmo raidą, informaciją paverčia žinių ekonomikos ir kultūros industrijų produktais ir gyvenimo stiliais (plačiau žr. Rubavičius 2005). Esminį kapitalizmo sistemos raidos urbanizaciškumą (pasak Bobo Jessopo, *glurbanizacijos* vyksmą) galima nusakyti keliais aspektais. Miestai sukūrė pirminius socialinių santykių tinklus, kildinčius civilizaciją ir ją palaikančius. Todėl globalizacijos paskatintas miestų išsilaisvinimas iš tiesioginės valstybės valdžios savaip suaktualina civilizacinį miestų vaidmenį, prikelia finansinio ir kultūrinio kapitalo kaupyklų – jomis buvo europiniai miestai valstybės – vaizdinius. Europos kapitalizmo raidą tyrinęs Peterio J. Tyloro įsitikinimu, miestai, kaip tinklų mazgai, o ne į konkurencinius tarptautinius santykius įsivėlusios teritorinės valstybės lėmė šiuolaikinį kapitalizmą; dabar jie kuria socialines, ekonomines ir kultūrines kapitalizmo plėtros sąlygas (Tylor 2004). Kalbėdamas apie XXI a. pradžios globalizacijos ypatybes, Neilas

Smithas atkreipia dėmesį į tai, kad valstybių sienas peržengianti globalinė prekyba vyksta didelių korporacijų viduje – gamybos sistema veikia taip, kad prekiauja skirtingose šalyse įsikūrę savarankiški korporacijų padaliniai (Smith 2002: 433). Jo nuomone, subnacionalinio lygmens gamintojai vis labiau atsiejami nuo vietinės aplinkos, todėl gamyba iš regionų keliai į metropolines sritis, o šios nustelbia regionus.

Globalizacijos nulemta valstybės galios menkėjimo ir jos pobūdžio kaitos (nors valstybės ekonominė galia ir vaidmuo mažėja, politinė ar kultūrinė jos galia gali didėti) sąlygomis miestų reikšmė nepaprastai išauga. D. Harvey, besistengiantis išsiaiškinti, kokiems socialiniams pokyčiams urbanizacijos vyksmas daro įtaką ir kokius pavidalus jiems teikia, tvirtina, kad nors miestų raidos procesus stipriai veikia kapitalo apykaitos ir kaupimo logika, miestai savo ruožtu kuria sąlygas ir aplinkybes kapitalui kaupti (Harvey 1989). Globalinių bei regioninių miestų ir iš tiesioginės valstybės valdžios priežiūros išsprūstančių urbanistinių aglomeracijų ekonominė, kultūrinė, politinė ir inovacijų gamybos reikšmė paryškinama globaliniame miestų tinkle įžvelgiant įvairius kokybinius globalinių miestų sąryšius: visuminiai globaliniai miestai (Sassen 2001a), globaliniai medijų miestai (Krätke 2003), globaliniai paslaugų miestai (Tylor *et al.* 2002), globaliniai kūrybos miestai (Scott 2006). Pagal šiuos miestų tipus iš įvairialypio globalinio miestų tinklo išskiriami nauji sąryšių tinklai, atsižvelgiant į tam tikrus miestų bruožus ir teorines prieigas.

Globalizacijos paskatinta prekių bei gėrybių srautų ir tinklų sąveika iškėlė miesto, kaip įsivietinančių ir persivietinančių srautų ir tinklų mazgo, vaizdinį (Rubavičius 2005b), jį palaiko ir postmodernieji urbanistikos teoretikai, gvildenantys heterogeniškus, konfliktinius, marginalizuojančius, chaotiškus socialinių ryšių ir gyvenimo stilių urbanistinio įsiterpinimo aspektus. Komunikacijai vykstant akimirksniu ir nuotoliams jau neveikiant finansinio kapitalo perdavos, skelbtas net „geografijos galas“ (O'Brian 1992), tačiau toks nuosprendis pasirodė pernelyg vienpusis: nebuvo

atsižvelgta į prieštaringą globalizacijos vyksmą, per kurį išteritorinimas ne paneigia įteritorintumą, bet savaip jį skatina. Nemažą įtaką urbanistiniams tyrinėjimams turėjusia M. Castellso mintimi, kad *vietų erdvę* keičia *srautų erdvė* ir kad ji užgožia vietinių kultūrų vietas (Castells 1996), taip pat imta abejoti nurodant įvairius srautų erdvės vietos nustatymo aspektus ir paryškinant nepaliaujamą erdvės ir vietų pertvarkymą. Srautų erdvė plečiasi ir darosi magesnė, nors kartu ji nepaprastai sparčiai įsivietina tai plėtrai palaikyti tinkamose teritorijose. Per pastaruosius porą dešimtmečių atlikti tyrinėjimai rodo, kad erdvės ir galios išteritorinimas savo ruožtu skatina galios rekombinaciją ir kaupimąsi tam tikrose vietovėse (Gandy 2005). Todėl urbanistinė plėtra suvokiama kaip prieštaringas nevienalytis išvietinimo, pervietinimo ir įvietinimo procesas, nepaliaujamai keičiantis valstybės galios ir miestų valdžios santykius.

Miestų plėtra nepaprastai paspartėjo XX a. pabaigoje, ypač nuo septintojo–aštuntojo dešimtmečių sandūros, kai kapitalizmo sistema perėjo į postfordiškąją stadiją, arba vadinamąją vartojimo ir vartotojų kapitalizmą, jau aptartą ankstesniuose skyriuose. Apibendrintai galima tvirtinti, kad globalinė urbanizacija yra urbanistinė vartojimo ir vartotojų visuomenės forma. Megapoliai, globaliniai miestai, miestų aglomeracijos ir jas siejantys transporto tinklai tapo pagrindiniu globalizacijos procesų bei postmodernybės bruožu ir tų procesų „varikliu“. Miestų ir apskritai urbanistinės aplinkos plitimas, jų socialinės, kultūrinės ir ekonominės reikšmės augimas matyti iš Pasaulio banko duomenų: 1970 m. miestuose gyveno 37 proc. žmonių, 1996 m. – jau 46 proc., o 2005 m. daugiau kaip pusė planetos gyventojų buvo miestiečiai. Kita vertus, urbanistinė aplinka išplitusi netolygiai: 1998–1999 m. miestiečiai sudarė 78 proc. Pietų Amerikos gyventojų, 82 proc. – Vakarų Europos, 75 proc. – Rusijos, 77 proc. – JAV gyventojų. Ypač sparčiai šiuo metu urbanizuojasi Kinija ir Indija. Paminėtinas Pietų Korėjos pavyzdys, atskleidžiantis, koks gali būti globalinės urbanizacijos „tempas“: prieš 45-erius metus

miestuose gyvena apie 20 proc. šios šalies žmonių, dabar jau daugiau kaip 80 proc. gyventojų yra miestiečiai. Pagreitiną tokio proceso variantą stebime ir Lietuvoje. Vadinasi, urbanistinė aplinka tampa natūralia žmonių gyvenamąja aplinka, o miesto kultūra ir gyvenimo būdai visiškai nustelbia dar visai neseniai vyravusius kaimiškuosius.

Miestai ir jų aglomeracijos įformina ir įerdvina dabartinės pasaulio civilizacijos raidą, taigi ir kasdienį planetos žmonių gyvenimą. Nors urbanistinės aplinkos plitimas nėra tik Vakarų civilizacijos kitoms vietoms tiesiog primetama ypatybė – jis būdingas visiems pasaulio regionams, todėl laikytinas metacivilizaciniu ypatumu, – pasaulyje įsivyrąja vakarietiškos kapitalizmo sistemos ir jos palaikomo mokslinio-technologinio bei gamybinio pasaulio vaizdo nulemta urbanizacija, susijusi su vartojimo ir vartotojų visuomenės formavimu ir vartojimo kultūros skleidimu. Miestai tampa urbanistinės ekonomikos „gamyklomis“, teikiančiomis visuminį produktą, sudarytą iš perdirbtų ekonominių, kultūrinių ir žmogiškųjų „išteklių“. Vartojimo ir vartotojų visuomenė įvairius savo raidos tarpsnius pereina urbanizuotoje aplinkoje, o vartojimo plėtos gairės sparčiai keičia urbanistinį kraštovaizdį. Iš miestų į miestelius ir gyvenvietes plinta nauji vartojimo įgūdžiai bei vartojimo kultūros apraiškos. Miestuose labiausiai regimas daugiakultūrinis globalizacijos pavidalas – globalizacija susaisto skirtingas kultūras tarsi jas vienodindama (homogenizacija) ir kartu skatina naujų etnokultūrinių darinių kūrimąsi (heterogenizacija), reikalingą prekinio išskirtinumo siekiančioms kultūrinėms rinkoms. Globalizacijos skatinamas daugiakultūriškumas – etninių ir etninių-religinių diasporų steigtis ar „prikėlimas“ – savo ruožtu veikia kultūros industrijos plėtrą, o ši industrija ima gaminti urbanizuotus socialinius ir kultūrinius tapatumus ar gyvenimo stilius. Kaip suvokti tapatumų ar gyvenimo stilių gaminimą? Globalizacijos variklis yra vartojimas, plėtojamas ir skatinamas didmiesčių aplinkoje. Globalizacijos sąlygomis vartojimas ir vartojimo kultūra virsta urbanistiniu fenomenu. Miestuose iškyla pagrindinės „vartojimo

šventovės“, iš miestų sklinda vartojimo įgūdžiai, miestiečiams pateikiama dauguma vartojimo prekių, ypač masmedijų ir informacijos prekių. Didmiesčiuose kultūros industrijos gamina ir globalinei rinkai pristato naujus seksualumo („vyriškumo“, „moteriškumo“, „keistų seksualumų“), etniškumą, įvairių socialinių grupių, madų ir gyvenimo stilių prekių ženklus, iš kurių miestiečiai kuria savo tapatumus (Zukin 1998: 835). Globalizacijos vyksmai skatina nepaliaujamą miestiskų gyvenimo formų ir miestiečių tapatumų įvairėjimą, atsisaistymą nuo konkrečios gyvenamosios vietos arba susisaistymą su diasporomis. Gamindama prekinis tapatumus, urbanistinė ekonomika perdirba ir savo urbanistinę bei socialinę „medžiagą“.

Smarkus miestų ir jų aglomeracijų augimas, miestų perstatymo ekonomikos plėtra kelia daugybę urbanistinių tyrinėjimų ir miesto teorijos problemų. Statistikus erdvinis miesto, kaip architektūrinėmis formomis sustruktūrintos tankiai apgyvendintos vietovės ar didelę ekonominę galią sukaupusios sociokultūrinės erdvės, modelius vis labiau keičia greičio didėjimo bei atstumų nykimo paskatinti ir kitomis teorinėmis prielaidomis grindžiami „dinamiški“ teoriniai vaizdiniai, kuriais stengiamasi sugriebti miestų plėtros ir fragmentacijos sąveikas, miestų ryšių šakojimosi planingumo ir atsitiktinumo dermę, globalinę naujų informacinių ir telekomunikacinių technologijų įsivietinimo ir pervietinimo galią, erdvines skirtingų kultūrų sąveikų raiškas, taip pat įvairių srautų – žmonių, informacijos, finansų ir vaizdinių – urbanistines formas. Miestas jau ne tik vieta, kurioje mes gyvename, – jis yra įvairialypių srautų ir tinklų mazgas, mums nežinomų, bet mūsų aplinką netikėtai paveikiančių „prisijungimų“ ir „persijungimų“ įsivietinimo, pervietinančio esamas urbanistines struktūras, socialinius ryšius, simbolinių prasmų kūrimo ir vartojimo būdus, vyksmas. Jau vien dėl šių procesų margumo, sudėtingumo ir prieštaringo susisaistymo randasi naujų teorinių prieigų, savais miesto vaizdiniais nustatančių konkrečias urbanistinių tyrinėjimų perspektyvas. Svarbu

ir tai, kad urbanistinių tyrinėjimų srityje įsivyrąja postmoderniojo teoretizavimo nuostata, teigianti metodologinį ir teorinį pliuralizmą. Šios nuostatos pagrindu susiklostė postmodernaus miesto vaizdinys, postmodernųjų teoretizavimą susiejęs su globalizacijos diskurso grindžiamais urbanistiniais tyrinėjimais.

URBANIZACINIS ĮSIVIETINIMAS IR PERSIVIETINIMAS

Globalizacijos paspartinti pokyčiai ir virsmai skatino teoriškai permąstyti miesto vaizdinį, atsižvelgiant į naujas įvairių tyrinėjimų krypčių siūlomas teorines prieigas ir konceptus. Galima išskirti dvi tokio permąstymo kryptis: vieną jų lėmė greičio ir mobilumo reikšmės įsisąmoninimas, kitą – kitoks erdvės, erdvės ir vietos santykių, erdviškumo supratimas. M. Castellso plėtojamoje teorijoje miestas skleidžiasi kaip tinklų ir srautų mazgas, kurio urbanistinę raišką vis labiau lemia informaciniai ir telekomunikaciniai ryšiai, tampantys esminiu socialinės organizacijos principu. Tvirtinama, kad susiklosto naujas socialinis darinys, vadintinas tinklo visuomenė, o tą darinį kildina gamybos, galios ir patyrimo tinklai, kuriantys globalią virtualybės kultūrą, peržengiančią laiką ir erdvę (Castells 1996). Nors ne visos visuomenės gyvenimo institucijos ir plotmės yra pavaldžios tinklo visuomenės logikai, visos visuomenės patiria vienokį ar kitokį esamas socialines formas pertvarkančią tos logikos poveikį. M. Castellso mintis, kad vietų erdvę keičia tautų kultūrų vietoves užgožianti srautų erdvė, plačiai pasklido ir įsitvirtino (Castells 1996: 349). Apibrėžtų kultūrų vietų išstūmimas turi didžiulę įtaką kasdieniam žmonių gyvenimui, nes kasdienybė vis labiau pajungiama tam kultūriniam režimui, kurį primeta realios virtualybės kultūra ir jos saviraidą skatinantis srautų erdvės vykdymas laiko naikinimas (belaikio laiko tikrovė) pasitelkiant akimirksnines technologijas.

1972 m. pasirodęs M. Castellso veikalas „Miesto klausimas“ privertė permąstyti urbanistinių tyrinėjimų programas ir tikslus, atsižvelgiant į kapitalistinės sistemos slinktis, paskatinusias plisti urbanistinę aplinką, įvairėti urbanistinius darinius ir kisti geografinį pasaulėvaizdį; pastarąjį pokytį nulėmė vadinamasis atstumo sunykimas ir nauji transporto būdai. M. Castellsas kritikavo vyrausią Čikagos mokyklos nuostatą miestą tyrinėti atsietai nuo kapitalizmo raidos: jo manymu, būtina aiškintis ypatingas urbanistines kapitalizmo formas, nes miestų tinklas yra esminė kapitalistinės gamybos struktūra. Išskirtinos dvi jo iškeltų „erdvinių vienetų“, kurie ir sudaro kapitalizmo sistemą, plotmės: geografinis tų vienetų išsidėstymas ir jų funkcinis „socialinis turinys“. Svarbiausia „erdvinių vienetų“ funkcija yra darbo jėgos reprodukcija ir vartojimo plėtra. Taigi galėtume teigti, kad postmodernybės sąlygomis vartojimo funkcija pradeda vyrauti ir palenkia sau kitas funkcijas.

Šio ir vėlesnių M. Castellso veikalų paskatintose intensyviose diskusijose buvo aiškiau nusakytos ir įtvirtintos pamatinės urbanistinių tyrinėjimų kryptys – miestai imti analizuoti kaip multidimensinės geografinės vietovės, kuriose susisaisio industrinė gamyba, vietinės darbo jėgos rinkos, infrastruktūros dariniai, įmonių ryšiai, žemėvaldos sistemos ir vartojimo būdai (Brenner 2000: 4). Pats M. Castellsas ėmė gvildinti naujausių technologijų poveikį socialiniams ir urbanistiniams procesams – be minėtosios tinklo visuomenės, pasklido ir jo pasiūlyta informacinio miesto samprata. Abiejų teorinių vaizdinių idėja ta, kad dabartinio kapitalizmo sąlygomis srautai ir tinklai peržengia visokius politinius skirtingumus, nacionalinių teritorijų bei jurisdikcijų ribas ir įvairius regionus susieja akimirksniniais ryšiais.

Požiūrį į miestą, kaip į mobilumo, srautų ir kasdienio gyvenimo praktikų sąveiką (Amin ir Thrift 2002: 7), be perstojo skatinančią urbanistinę kaitą, palaiko erdvės ir erdviškumo supratimo paradigmos pokytis, išryškėjęs H. Lefebvre'o darbuose. Kaip galima nusakyti svarbiausią H. Lefebvre'o teoretizavimo bruožą? Plėtodamas K. Marxo įžvalgas, kapitalistinę industrializaciją ir kapitalistinį

gamybos būdą jis susieja su erdvės pokyčiais taip, kad ima kalbėti apie kapitalistinę erdvės gamybą ir visiškai atmeta racionalistinės metafizinės tradicijos požiūrį į erdvę, kaip į tuščią vietą, kurioje patalpinami daiktai. Iki tol miesto teorijos irgi buvo grindžiamos erdvės, kaip tuščios vietos, samprata: nors miestas laikytas urbanistine socialinių santykių raiška, manyta, kad ta raiška vykstanti tuščioje ar kitų darinių „pripildytoje“ erdvėje ir ją užimanti. Kapitalizmo raida nulemia ir kapitalistinę urbanizaciją, tam tikrų miestų centrų iškilimą, industrinių aglomeracijų plėtrą ir, suprantama, tarptautinio darbo pasidalijimo veikiamą periferizacijos procesą, urbanizuotos visuomenės įsivyravimą, erdvės ir teritorijos organizavimo kaitą, kurią glaustai nusako erdvės implozijos ir eksplozijos dinamika. Kapitalistinei urbanizacijai pereinant į globalinės, ar postmoderniosios, urbanizacijos stadiją, visus geografinius lygmenis – vietinį, regioninį, nacionalinį, kontinentinį, globalinį – pradeda saistyti daugybė naujų ryšių, komunikacijų tinklų ir apytakos kontūrų. Jie veikia vieni kitus ir sykiu jungiasi į savitas konfliktines hierarchijas, laiduojančias pačios kapitalizmo sistemos raidą (Lefebvre 1999: 88). Šią įvairių lygmenų sąveiką galėtume nusakyti ir kaip globalizacijos tyrinėtojų gvildenamus globalizacijos ir lokalizacijos, ar glokalizacijos, vyksmus. H. Lefebvre'as aiškina, kad nacionalinis lygmuo aprėpia ir įtraukia vietinius regionus ir vietas, o pasaulinė, ar globalinė, erdvė ne tik įtraukia nacionalines erdves, bet ir skatina bei greitina kitų nacionalinių erdvių steigimą. Šį procesą liudija ir Europos vienijimasis. Naujosios erdvės kaičios, jas palaiko įvairių sąryšių tinklai. Paminėtina, kad šios erdvės yra ne fizinės, o socialinės, įsivietinančios ir persivietinančios erdvės. Taip pat svarbu, kad pasaulinės erdvės formavimuisi, įsivietinimui ir persivietinimui būdingas savas geografinis bei urbanistinis „matas“. Erdvė laikoma tam tikra socialinių santykių forma dėl to, kad visokiems socialiniams santykiams – gamybos priemonės, gamybiniai santykiai ir technologija bei žiniija – plėtoti reikalingos viena su kita sąveikaujančios, viena į kitą pereinančios savos erdvės, vadinasi, bet kokiame analizei išskirtame erdvės fragmente glūdi daugybė

galimų išnarplioti ryšių (ten pat). Socialines erdves iš „natūralaus“ produkto gamina tam tikra ekonomiką ir techniką įtraukianti veikla, turinti savų politinių ir strateginių tikslų – pastarieji tampa esminiais tų erdvių bruožais (ten pat: 84). Toks požiūris į erdvę siejasi su M. Foucault įžvalgomis apie gyvenamą ir socialiai kuriamą heterogenišką, reliacinę heterotopijų erdvę, heterotopiją suvokiant kaip realioje gyvenamoje vietoje susieinančias kelias erdves.

Miesto erdvė ne tik palaikė ir skatino industrinio kapitalizmo perėjimą į „neokapitalizmą“, bet ir pati yra priklausoma nuo vyraujančios mainomosios vertės bei suprekinimo galios, nuo vartojimo praktikų sklaidos, nustatančios savas miestų planavimo gaires. Pavyzdys gali būti sparčiai Lietuvos miestus, ypač Vilnių, keičianti prekybos centrų plėtra. Globalinio kapitalizmo ekonomikos vyksmas, kuriam būdinga kapitalo kaupimo būdų įvairovė, primesta tam tikras urbanizacijos struktūras. Minėtoji B. Jessopo įvesta glurbanizacijos sąvoka papildo globalizaciją, nusakančią vietinių kultūrų gebą įvietinti globalizacijos procesus ir pastarųjų gebėjimą įgauti vietinius pavidalus, keičiant vietinį gyvenimo būdą ir sociokultūrinę erdvę.

GLOBALINIAI MIESTAI IR JŲ TINKLAI

Ekonominė kapitalizmo sistemos globalizacija iškėlė būtinybę diegti ją skatinančius politinių sprendimų „paketus“, o pastarieji nacionalines ekonomikas, vadinasi, ir nacionalines teritorijas bei sociokultūrinės erdves atvėrė transnacionalinėms korporacijoms, kapitalui ir informacijai. Politiniai sprendimai buvo grindžiami ekonomistine laisvosios rinkos samprata ir įvairiose šalyse įgyvendino esminį tikslą – privatizuoti valstybės prižiūrimą ekonominės veiklos sritį ir ekonominius procesus kuo labiau atsieti nuo valstybės ir visuomenės priežiūros. Tam buvo skirtos

privatizacijos ir dereguliacijos programos ir šias programas „natūralizuojančių“ ideologijų diegimas. Pokyčiai akivaizdūs ir Lietuvoje – šalies teritoriją bei valstybės valdžios galią nepaprastai paveikė ne tik globalizacijos, bet ir eurointegracijos vyksmai: kasdieniame gyvenime įsivyravo nauji architektūriniai erdvinės orientacijos ženklai. Dabar tą orientaciją lemia prekybos centrai ir pramogų rūmai, kurių kaimynystė bei su jais susijusios transporto magistralės veikia ir žemės sklypų kainą.

Globalizacija, kaip minėjome, paskatino miestų plėtrą. Tačiau gana greitai buvo pastebėta, kad ta plėtra vyksta netolygiai – vieni miestai patys tapo globalizacijos vyksmą skatinančiais ir koordinuojančiais centrais, kiti atsidūrė periferijoje. Be to, centruose irgi vyksta spartūs skaidymosi, fragmentacijos, naujų uždarų erdvių steigimosi, marginalizacijos ir getoizacijos vyksmai. Siekis nustatyti miestų reikšmingumą bei hierarchijas pagal jų reikšmę ir poveikį globaliniams ekonomikos ir kultūros ekonomikos dariniams suformavo intensyvių urbanistinių tyrinėjimų, suvienijančių daugelio sričių specialistus – geografus, urbanistus, politinės ekonomijos specialistus, sociologus, ekonomistus, rinkodarininkus, – lauką. Svarbu, kad šie tyrinėjimai vykdomi remiantis globalizacijos ir, sakytume, postmodernizacijos procesų analize – miestų plėtra laikoma erdvine ir teritorine tų procesų raiškos forma, perstruktūrinančia sociokultūrinę erdvę. Šiame tyrinėjimų lauke išplito S. Sassen plėtojama globalinio miesto samprata, išskaidžiusi pasaulio miestus į kelis hierarchinius lygmenis ir paskatinusi kitus tyrinėtojus, pasitelkus įvairių duomenų skląstus, sudarinėti pasiūlytą tikslinančias miestų hierarchijas, padedančias paryškinti ir įvairialypę globalinių miestų reikšmę šiuolaikiniam pasauliui. Taigi globalinių miestų visetas (nesvarbu, kokia jo „apimtis“ – trys, penki, dešimt, trisdešimt ar šimtas miestų) tapo tarsi atskaitos sistema, kurios atžvilgiu sudarinėjamos regioninės miestų hierarchijos.

S. Sassen atsirėmė į jau susiklosčiusią marksistinės pakraipos šiuolaikinių miestų tyrinėjimų kryptį, kurią paskatino veikale „Pasaulio miestai“ Peterio Hallo (1966) apibendrinti darbai.

Paminėtina ir Johno Friedmanno bei Goetzo Wolffo 1982 m. iškelta ir urbanistiniams tyrinėjimams aiškesnę perspektyvą suteikusi hipotezė, teigusi, kad apie trisdešimt pasaulio miestų yra ekonomikos plėtros centrai, ir jiems būdingi saviti iš kitų pasaulio miestų išskiriantys bruožai. Tokio požiūrio laikėsi ir S. Sassen: didieji išsivysčiusių šalių miestai yra ta vieta, kur globalizacinių procesų įvairovė įgauna konkrečias įvietintas formas, erdviškai išreiškiančias tų procesų vyksmą. Tačiau ši sociologė globalinio miesto sampratą atriboja nuo įvairių pasaulio miestų variantų ir pastarųjų istorinį neapibrėžtumą priešina istorinei globalizacijos vyksmo apibrėžčiai – globalinio miesto modelį kildina devintojo praėjusio amžiaus dešimtmečio globalizacijos procesai, ir jis yra naudojamas tiems procesams suvokti. Kitas svarbus dalykas, kad globalinis miestas yra ne tik globalinės ekonomikos ir globalizavimosi koordinavimo centras – jis pats „gamina“ tą ekonomiką, taip pat priemones jos plėtrai prižiūrėti.

Globalizacijos vyksmai lemia sparčius ekonominės ir kultūrinės veiklos pokyčius, diegia naujus grupinio ir individualaus tapatumo kūrimo bei perkūrimo būdus. S. Sassen nuomone (populiaria ir tarp postmoderniosios urbanistikos šalininkų), dabartinės globalinės ekonomikos tarpsniui būdinga tai, kad jis daugeliu atžvilgių tarsi nutraukia ryšius su ankstesniu – gyvenamas pasaulis pradedamas tvarkyti visiškai kitaip. Tas kitoniškumas ypač ryškus gvildenant (ir regint) globalizacijos procesų poveikį teritoriniam ekonominės veiklos organizavimui ir politinės galios raiškos pobūdžiui: ekonominė globalizacija pakeitė „esminius nacionalinės valstybės bruožus, o ypač jos suverenumą ir išimtinę galią valdyti tam tikrą teritoriją“ (Sassen 1998: 81). Pažymėtina, kad daugelis tyrinėtojų naują pasaulio ekonominės globalizacijos slinktį sieja su aštuntojo XX a. dešimtmečio pradžia, kuri postmoderniojo teoretizavimo šalininkų laikoma postmodernybės iškilimo laiku. Naujoji ekonomikos stadija nusakoma nepaprastai greita už tarpvalstybinių santykių tinklo esančios ekonominės veiklos ir ekonomikos institucijų plėtra, o pastaroji savo ruožtu keičia tarpvalstybinius

santykius, pajungdama juos savo tikslams per ekonomikos liberalizavimo ar dereguliavimo programas. Galima tvirtinti, kad šiuo metu teritorijos, regionai ir miestų aglomeracijos jau išsilaisvino iš visiškos priklausomybės nuo nacionalinės ekonomikos ir nacionalinės teritorijos – į šias vietas žvelgiama ir jų plėtra planuojama (kiek ji yra susijusi su politinėmis valdžios galiomis) viršvalstybinio konkurencingumo atžvilgiu. Beje, ES plėtojama regionizacijos ir urbanizacijos politika, pasitelkdama politines gaires ir struktūrinių fondų lėšas, skatina regionų bei urbanistinių aglomeracijų konkurencingumą globalinėse rinkose, – tačiau šios politikos ypatumus aptarsime truputį vėliau.

Vienas globalizacijos paradoksų yra tas, kad, nepaisant vadinamojo atstumo sunykimo, didelės dalies ekonomikos procesų perkėlimo į virtualią erdvę, vietos reikšmė ne sumenko, o padidėjo. Čia dera prisiminti šiek tiek ironišką Stepheno Grahamo pastabą, kad kalbos apie atstumo sunykimą ir akimirksninį informacijos perdavimą užtemdo tą faktą, kad apie 80 proc. telekomunikacijų tinklams įrengti skiriamų lėšų vis dėlto tenka tradiciniams darbams, susijusiems su tų telekomunikacijų tiesimu žemėje tankiai apgyvendintuose miestų rajonuose, ir dėl šių darbų įnirtingai varžomasi (Graham 2001: 405). Suprantama, padidėja reikšmė ne visų vietų, o tik tam tikrų – tų, kurios yra (arba kuriomis tampa) globaliniai miestai. Globalizaciniais ekonomikos procesams reikalinga, viena vertus, visokioms gamyboms šakoms būtinų paslaugų industrija, kurią subendrina informacinių ir telekomunikacinių technologijų „forma“, nulemianti miesto erdvės, jos struktūros ir organizavimo kismą, o tą kismą nepalaujamai skatina išteritorinti, sienas kertantys įvairialypių ryšių tinklai; antra vertus, tam tikros vietos, kuriose sukaupti nepaprastai dideli sociokultūriniai, infrastruktūriniai, finansiniai ir ekonominiai ištekliai (Sassen 2001a: 411). Pagrindinis globalinio miesto rodiklis yra jo galia ir galimybės aptarnauti ir finansuoti globalius firmų bei rinkų „veiksmus“, taip pat laiduoti tokį tų veiksmų derinimą ir tvarkymą, kad jie skatintų globalizacijos vyksmą ir didintų kapitalo našumą (ten pat: 359). Globaliniai mies-

tai – Londonas, Niujorkas, Tokijas – yra ypatingi globalizacijos dvasios, postmoderniosios kultūros, medijų industrijos skeleidėjai. Jie yra tos vietos, kur priimami esminiai globalinės ekonomikos sprendimai, nustatomos tos ekonomikos raidos gairės ir koordinuojami jos vyksmai. Kaip tik šiose vietose gaminamos ypatingos globalizacijos procesams būtinos paslaugos (informacinės, telekomunikacinės, finansinės, juridinės, audito ir pan.) ir produktai (technologijų, medijų ir juridiniai konceptai, apskaitos ir draudimo būdai ir pan.). Trys miestai kuria galingą ekonomikos sistemą, palaikomą išskirtinės jų geografinės vietos. Čia ypač svarbus yra finansų ir investicijų sektorius. Šiuose miestuose sukaupia daugybė tarptautinių rinkų, pasaulio rinkai skirtų finansinių išteklių ir naujausių gamybai reikalingų paslaugų (ten pat: 72). Tarptautinių finansinių transakcijų, akcijų rinkų ir gamintojų ekonomikos aptarnavimo atžvilgiu prie šių miestų šliejasi Paryžius, Frankfurtas ir Honkongas. Jiems taip pat būdinga sparti nekilnojamojo turto sektoriaus plėtra – didžiuliai pinigų srautai suplaukia į statybų ir rekonstrukcijų projektus, – todėl neišvengiamas ir su ta plėtra susijusių finansinių „burbulų“ pūtimas, skatinantis finansinių rinkų nestabilumą ir dauginantis krizines kapitalizmo sistemos apraiškas.

S. Sassen ir daugelio kitų miestų tyrinėtojų požiūris į globalinį miestą, kaip globalinės ekonomikos sprendimų priėmimo ir jos vyksmų koordinavimo centrą, sietinas su H. Lefebvre'o aptartomis trimis industrializacinės miestų raidos stadijomis, nužyminčiomis esminius tos raidos tarpsnius ir jiems būdingą miesto suvokimą. Industrializavimo laikų miesto raidos ypatumas tas, kad, plintant urbanistiniams priemiesčiams ir vis daugėjant sužalotos urbanistinės visuomenės, miesto ir miestiskumo samprata sunyksta. Kaip tai vyksta? Iš pradžių industrializacija iš užmiesčio puola į centruotą miestą, valdančiųjų klasės turto ir galios kūrinį (ankstesnei miesto nuovokai ir pajautai kūriniškumo aspektas labai reikšmingas), priedartauja ir subjauroja esamą urbanistinę aplinką, nes klasinės strategijos vadovaujama industrializacija veikia kaip negatyvi jėga – industrinė ekonomika panaikina vyravusį miestiskąjį socialumą.

Vėliau (kai kur tuo pat metu) industrializacijai būtinos darbo jėgos poreikis paskatina urbanizaciją, ir visuomenės sąmonėje įsitvirtina ypatingos miesto svarbos suvokimas – miestas imamas laikyti pagrindine planingo gamybos ir vartojimo organizavimo „priemone“. Galiausiai, plėtojantis urbanizacijai ir byrant seniesiems centriškumams, vėl kyla centro problema, todėl imamas įtvirtinti naujas centriškumas – urbanistinių centrų skaidymąsi užgožia „sprendimų priėmimo centras“ (Lefebvre 2000: 80–81). Tačiau naujasis galios centriškumas nepanaikina urbanistinio centriškumo irimo ir dispersijos, nes šiuos procesus skatina globalizacijos veiksniai.

Aiškindamasi globalinio miesto ypatumus, S. Sassen iškelia socialinio sąsajumo, socialinių santykių svarbą globalinės ekonomikos vyksmui (Sassen 2001b). Įvairialypių socialinių ryšių aplinka yra būtina tam organizaciniam sudėtingumui, kuris yra esminė sąlyga, kad firmos bei rinkos pelnui didinti galėtų išnaudoti informacinių ir telekomunikacinių technologijų teikiamas galimybes. Socialinio sąsajumo veiksnys savo ruožtu lemia miesto ekonomikos sektoriaus plėtrą. Naujoms informacinėms technologijoms taip pat reikalinga platesnė nei tik specialistų kuriamoji socialinių ryšių aplinka – dėl pačios informacijos pobūdžio. Standartizuota, lengvai prieinama informacija nereikalauja didelių socialinių išteklių, tačiau su socialiniais procesais, su naujų rinkų kūrimu susijusiai informacijai gauti ir apdoroti būtina tam tikra sociokultūrinė kompetencija, įgyjama tik sudėtingų socialinių ryšių aplinkoje. Galėtume sakyti, kad socialinis sąsajumas yra būtinas plėtoti tam globalinio miesto bruožui, kurį M. Castellsas vadino inovacine aplinka, nes informacijos amžiuje žinijos gamyba ir duomenų apdorojimas yra vertės ir galios šaltiniai, priklausantys nuo inovacijų ir naujų galimybių joms skleisti.

Informacinių ir telekomunikacinių technologijų diegimas bei vietinė jų sklaida ardo buvusius miesto centrinio verslo rajono ir kitų miesto dalių ryšius: randasi įvairių verslo, technologijų, pasitaruoju metu ir kultūros inovacijų „slėnių“ bei „parkų“, įsijungiančių į regioninių ar globalinių ryšių tinklus. Globalinių miestų tinkle

svarbūs transteritoriniai centrai, įsteigiami tame tinkle vykstančių globalinės ekonomikos transakcijų – jos vyksta virtualioje (skaitmeninėje) ir realioje (transportas, pervežimas) erdvėse, skatinamos urbanistinę virtualios erdvės raišką. Dėl šios priežasties miestai užmezga vis daugiau specializuotų ryšių, kurie įsivietina kaip nauji mazgai ar centrai. Išskirtinas ir ypatingas savitas urbanistinės formos įgaunantis verslo organizavimo būdas: globalinio miesto ar metropolio teritorijoje plinta tam tikro verslo mazgų tinklas.

Nors centras ir centriškumas svarbūs globalinei ekonomikai suprasti, jie tiesiogiai nebesisieja su miesto centro ir centrinio verslo rajono samprata – o juk pastarasis Čikagos urbanistinės sociologijos buvo laikytas esmine miestą struktūrinančia vieta. Veikiant globalizacinėms urbanistinius darinius perstruktūrinančioms galioms (politiniai sprendimai, spekuliacijos žeme, investiciniai projektai ir pan.), kuriasi ir miesto vaizdą, jo rajonų santykius ir tų rajonų vertingumą (pagal žemės bei gyvenamojo ploto kainas) keičia nauji verslo centrai.

Kalbėdama apie Europą, S. Sassen išskiria tris skirtingus miestų sąveikos mastus nusakančias geografinių skales: globalinę, kontinentinę ir regioninę. Globalinei ekonomikos sistemai reikšmingi yra Londonas, Paryžius, Frankfurtas, Amsterdamas ir Ciūrichas; jie yra ir svarbiausi europinio finansinių ir kultūrinių prekių bei paslaugų teikimo mazgai. Iš Rytų Europos miestų išskiriamas Budapeštas, o Šiaurės ir Pietų Europos metageografijos požiūriu miestų hierarchijoje iškeliami Madridas, Barselona ir Milanai.

Nors apie globalinius miestus kalbame kaip apie realius urbanistinius darinius, dera prisiminti, kad globalinis miestas yra analitinis modelis, padedantis aiškintis globalinės ekonomikos ir globalinės pasaulio sistemos kūrimąsi bei plėtrą. Šis modelis grindžiamas ypatinga kai kurių miestų ir vietų reikšme. Globaliniai miestai yra tokios vietos, kuriose globaliniai vyksmai apsieiškia urbanistiniu pavidalu, užvaldydami nacionalines ekonomikas ir institucijas. Todėl globalizacijos procesai neišvengiamai įgauna vietinį atspalvį, o jo ryškumas

priklauso nuo vietinių elitų gebėjimo ne tik įsilieti į globalinės ekonomikos sektorius, bet ir pajungti juos savo tikslams. Tačiau globalinio miesto modelis joku būdu neapima viso realaus miesto, kurio urbanistinę plėtrą veikia daugybė veiksnių, – šiuo atžvilgiu išskiriamos ir gvildenamos globalinio miesto funkcijos ir jų poveikis „plačios apimties“ miestui. Suprantama, konkrečiuose tyrinėjimuose šis analitinis modelis neišvengiamai pritraukia realaus miesto bruožų, todėl ir S. Sassen darbuose kartais sunku tą skirtį įžiūrėti. Globalinio miesto funkcijas nulemia jam didžiausią įtaką turintys ir globalinę ekonomiką palaikantys bei ją kuriantys ekonomikos sektoriai. Londonui, Niujorkui ir Tokijui būdinga tokių funkcijų visuma, tačiau daug jų atlieka ir į specializuotus tinklus, pavyzdžiui, finansų ir bankininkystės, susijungę miestai. Taigi nėra to vieno globalinio miesto, kurį būtų galima laikyti atskaitos „matrica“: „(...) globalinis miestas yra visas sienas peržengiančio strateginių vietovių tinklo funkcija“ (Sassen 2001a: 348). Ir dar – nereikia pamiršti, kad funkciją S. Sassen sieja su įsivietinimu.

Globalizacijos ir urbanistinės plėtros tyrinėtojai išskiria subnacionalinių ir supranacionalinių miestų sąryšių tinklus, koordinuojamus ir plėtojamus nacionalinėms valstybėms tiesiogiai nepavaldžių institucijų. Globalinių ir europinių regioninių miestų tinklams būdingos savos hierarchijos. Įvairių ryšių tinklų sąstymasis kuria tam tikrus mazgus, kurie įsivietina urbanistinėje miesto aplinkoje. Mazgais čia laikomos erdvinų srautų sankirtos. Davidas A. Smithas ir Michaelis Timberlake'as (2002), remdamiesi tinklinės sąveikos tyrinėjimų metodologija, išplėtojo miestų sąryšingumo ir jų hierarchijų teoriją. Ryšiai šių tyrinėtojų suvokiami apykaitos ir srautų požiūriu. Išskiriamos trys srautų formos (žmogiškoji, materialioji ir informacinė) ir keturios jų funkcijos (ekonominė, politinė, kultūrinė ir socialinė), taigi visus srautus galima suskirstyti į dvylika tipų. Kadangi tinklų analizė grindžiama sąveikų ir ryšių samprata, gauti duomenys laikomi tų sąveikų ar ryšių matais. Tokia analizė skiriasi nuo įprastų būdų, kurie stengiasi išskirti tiriamą objektą (šiuo atveju miestą) ir nustatyti jo bruožus ar atributus – dydį, gyventojų skai-

čių, ekonominę galią, turto pasiskirstymą, gyvenamojo ploto charakteristikas ir kitus dalykus. Kitaip tariant, ši metodologija yra ne esencialistinė, o santykiška (*relational*). Pripažindami išskirtųjų tipų sąlygiškumą, tokį skyrimą paremiančių empirinių duomenų stoką ir tyrinėjimų plėtros būtinumą (nes dėmesys skiriamas tik keliems globaliniams miestams), D. A. Smithas ir M. Timberlake'as, pasitelkę lėktuvų keleivių srautų analizę, pasiūlo naują hierarchiją ir globaliniais miestais pripažįsta Londoną, Niujorką ir Frankfurtą, o prie jų šlieja Amsterdamą bei Ciūrichą.

Kiti tyrinėtojai miestų ryšius ir jų sąsajumą gvildena atsižvelgdami į didžiausių globalinės ekonomikos plėtrą laiduojančių firmų ryšius. P. J. Tyloras ir jo kolegos išskyrė 69 firmų ir jų filialų 263 miestuose tinklą. Firmos apima keturias – apskaitos (*accountancy*), reklamos, bankininkystės bei finansų ir juridinių paslaugų – verslo sritis. Palyginus 1978–1998 m. sukauptus duomenis, buvo galima nustatyti miestų globalizavimąsi vienas kito atžvilgiu. Duomenų analizės pagrindu buvo sudaryta miestų hierarchija. Išskirti keturi pagrindiniai lygmenys: alfa, beta, gama globaliniai miestai ir grupė jų, kuriems būdingi ryškėjantys kai kurie tokių miestų bruožai. Tarp alfa miestų pirmauja Londonas, Paryžius, Niujorkas ir Tokijas, nuo jų šiek tiek atsilieka Čikaga, Frankfurtas, Honkongas, Los Andželas ir Milanai, o, pavyzdžiui, Maskva priskirta trečio lygmens grupei. Iš mums geografiškai artimesnių miestų paminėtini į gama lygmenį įtraukti Praha, Varšuva, Stokholmas, Budapeštas, Kopenhaga (Tylor *et al.* 2002: 100).

Reikšmingas urbanistinių tyrinėjimų baras, kur taikomos naujos teorinės prieigos, plėtojamas tarptautinės tyrinėjimų programos „Globalizacija ir pasaulio miestai“ pagrindu. Programa apima šias kryptis: „Pasaulio miestai ir ekonominė globalizacija“, „Postmodernizmas ir politinė globalizacija“, „Postmodernizmas ir kultūrinė globalizacija“. Tyrinėjimų duomenys pateikiami internetiniame biuletenyje *GaWC Research Bulletin*. P. J. Tyloras čia paskelbė patikslintą miestų hierarchijos variantą (Tylor 2004). Metodologinė jo tyrinėjimų nuostata tokia pati, kaip S. Sassen:

miestai yra tos vietovės, kuriose ir per kurias kuriamos bei palaikomos (produkuojamos ir reprodukuojamos) keturios globalizacijos plotmės – ekonominė, kultūrinė, politinė ir socialinė. Suprantama, šiuo atžvilgiu omenyje būtina turėti tų plotmių skyrimo sąlygiškumą ir pravartu prisiminti minėtąjį F. Jamesono tvirtinimą, kad postmodernaus būvio sąlygomis viskas nuo ekonominės vertės ir valstybės galios iki veiklos būdų bei pačios psichės struktūros yra su kultūrinama (Jameson 1996: 48). Miestai saistosi daugybe ryšių tinklų, o šiems būdingos savos raidos tendencijos, todėl miestų padėtis ryšių tinkluose ir miestų sąsajumas nepaliaujamai kinta. Šįkart P. J. Tyloras pasitelkia šešiolika duomenų skląstų, nusakantių globalinio ryšių tinklo veikėjus – pasaulines pažangiausių gamintojų aptarnavimo paslaugų firmas, nevyriausybines organizacijas ir Jungtinių Tautų agentūras. Visapusiai globaliniai miestai (*well rounded global cities*) išsiskiria į du lygmenis: didžiausi globalinės ir globalizacinės galios miestai yra du – Londonas ir Niujorkas, o šiek tiek menkesniais, labiau į kultūros „gamybą“ nukreiptais pripažįstami Los Andželas, Paryžius ir San Franciskas. Kaip pradinės stadijos (*incipient*) globaliniai miestai įvardijami Amsterdamas, Bostonas, Čikaga, Madridas, Milanas, Maskva ir Torontas, o jau į globalinių miestų grupę patenka daug didžiųjų miestų – Berlynas, Kopenhaga, Oslas ir Stokholmas. Atskirą grupę sudaro globalinių nišų miestai: šiuo atžvilgiu didelės ekonominės svarbos miestai yra Honkongas, Singapūras ir Tokijas, o išskirtinė politinė ir socialinė reikšmė būdinga Briuseliui, Ženevai ir Vašingtonui. Lygindamas įvairių tyrinėtojų sudarytas hierarchijas, P. J. Tyloras prieina prie išvados, kad dažniausiai minimi globaliniai miestai yra Londonas, Niujorkas, Paryžius, Honkongas ir Tokijas.

Kaip ir galima tikėtis, Vilnius nepatenka į jokias globalinei ekonomikai reikšmingų miestų grupes – globalinės ekonomikos ir kultūros ekonomikos vyksmo požiūriu jis yra per menkas veikėjas. Vis dėlto, omenyje turint Vilniaus ir Kauno dvimiesčio projektą, įdomu pasiaiškinti, su kokiais artimiausiais (atstumo atžvilgiu) miestais Vilnius lygintinas. Lise Bourdeau-Lepage 2004 m. pa-

skelbtame straipsnyje „Metropolizacija Vidurio ir Rytų Europoje: nelygios galimybės“ (*GaWC Research Bulletin* 141) analizuoja penkių pokomunistinės globalizacijos poveikį patyrusių didmiesčių urbanistinės raidos ypatumus ir „rezultatus“. Autorė tyrė Bukarešto, Budapešto, Prahos, Sofijos ir Varšuvos gebą prisijungti prie Europos verslo metropolijų tinklo. Metropoliai – tai globalinės veikmės sudėtingų ekonominių procesų koordinavimo centrai. Šis apibūdinimas siejasi su J. Friedmanno ir G. Wolffo pateikta pasaulio miestų samprata, tik čia neatsižvelgiama į produktyvųjį, S. Sassen paryškintą globalinių miestų ypatumą. Tie, o ne kiti miestai tyrimui pasirinkti dėl to, kad kiekviename jų gyvena daugiau nei milijonas gyventojų (tai minimalus reikalavimas, keliamas globaliniam miestui), o duomenys rinkti pažangiausių paslaugų (*high-order services*) verslo srityje, susietoje su finansų bei draudimo ir nekilnojamojo turto sektoriais. Tyrinėtoja duomenis grupavo pagal tris kriterijus: pažangiausių paslaugų plėtra, įsijungimas į globalinį metropolijų tinklą ir patrauklumas verslui, galimybė tapti investavimo centru. Tarptautiniam verslui svarbiausios yra telekomunikacijų plėtros perspektyvos, transporto tinklas ir aplinkos kokybė. Nors Budapeštas, Praha ir Varšuva dar labai atsilieka nuo pagrindinių metropolijų, pristatomi duomenys rodo, kad jau ryškėja šių miestų metropolizacijos bruožai, ir daroma išvada, kad Varšuva kyla kaip būsimasis verslo metropolis. Pagal L. Bourdeau-Lepage apskaičiuotą miestams būdingo santykinio sąveikos potencialo koeficientą (Londono, kuriam pripažįstamas 1, atžvilgiu) nustatoma miestų hierarchija, į kurią įtraukiamas ir Vilnius. Lentelėje pirmas dvi vietas užima Londonas (1) ir Paryžius (0,92), gerokai atsiplėšę nuo Berlyno (0,40) ir Briuselio (0,35). Budapeštas (0,22) – aštuntas, Varšuva (0,17) – dešimta, Praha (0,12) – dvylikta, o Ryga (0,10), aplenkusi Stokholmą (0,10), – šešiolikta. Vilnius (0,04) atsidūrė pačiame gale – jis yra dvidešimt antras, aplenkė tik dvidešimt trečiuoju įrašytą Taliną (0,03). Taigi Lietuvos urbanistams galbūt derėtų svarstyti, ar nevertėtų kurti ryšių su Varšuva plėtrą spartinančių didelių projektų, nes Vilniui

globalinio miesto bruožų galintys suteikti kiti tiesioginiai ryšiai su metropoliais artimiausiu metu vargu ar įmanomi.

Miestų plėtros scenarijai kuriami stengiantis didinti tų miestų konkurencingumo galią. Konkurencinei galiai didinti svarbu išnaudoti tuos vietas ir jos sociokultūrinės aplinkos ypatumus, kuriuos galima paversti pranašumais. Konkurencinėje kovoje miestai dalyvauja kaip savavaldžiai veikėjai, nes politinės valdžios decentralizavimas, miestų tiesioginių ryšių plėtra ir ją skatinančių nepriklausomų institucijų (agentūros, atstovybės, filialai ir pan.) steigimasis atvėrė daugybę kelių miestams savarankiškai siekti ekonominės galios, išnaudojant esamus ir kuriant naujus santykinius pranašumus. Suprantama, reikia stengtis numatyti ir tai, koks neigiamas gali būti tų pranašumų kūrimo poveikis subnacionaliniu lygmeniu susiklosčiusiems miestų bei regionų santykiams. Konkurencinės galios stiprinimo scenarijai turi atsižvelgti į globalizacijos procesų nulemtą urbanistinių darinių ryšių tinklų raidą, kuri globalinius miestus iškėlė kaip naują pasaulio tvarkos pagrindą. Williamas F. Leaveris (1999), tyrinėdamas daugelio Europos miestų konkurencinę galią, palygino jų gyventojų pajamų didėjimą ir darbo vietų kūrimo dinamiką. Tai galiai stiprinti reikšmingiausi yra visuomenės lyderių bei miestų vadovų vaizduotė, darbo jėgos lankstumas, viešojo sektoriaus plėtra, veiksmingas viešojo ir privačiojo sektorių bendradarbiavimas ir verslo aplinkos kūrimas. Apžvelgęs pokario Europos regionų urbanistinę raidą ir jos tendencijas, W. F. Leaveris parodo, kad konkurencingumo galia iš pradžių siejosi su atstumu nuo pagrindinės Londono ir Turino ašies („mėlynojo banano“) zonos, vėliau vietos pranašumas „pasuko“ į pietus, formuodamas Barselonos ir Milano ašį („auksinis bananas“), o ES integracija iškėlė naują, sparčiai augantį urbanizacijos koridorių, vadinamą „pilkuoju bananu“, kurį palaiko transregioninė kooperacija. Nors „mėlynojo banano“ zona išlieka naujosios sistemos ekonomikos šerdimi, grindžiama mokslu, technologijomis ir inovacijomis, vis svarbesnis darosi naujų šiaurės, rytų ir pietų kryptimis slenkančių ekonomikos zonų vaidmuo. Šią naują urbanizuotą miestų ir regionų sistemą, susijusią su tradiciniais verslo bei inovacijų cen-

trais ir beveik padvigubinusių inovacijų vietas, L. van der Meeras pavadino „raudonuju aštuonkoju“. Šioje struktūroje išsiskiria nauji, greitai besiplėtojantys inovacijų centrai, tiesioginiais ryšiais susisaisantys su didžiausiais metropoliais, vadinasi, pasitelkiantys globalizacijos procesų teikiamas galimybes, tokie yra Kopenhaga, Berlynas, Varšuva, Viena, Belgradas, Budapeštas, Roma, Barselona, Madridas. Ryškėja ir tarpinės regioninės aglomeracijos, besispecializuojančios konkrečiose ekonomikos bei inovacijų srityse, – tai Hamburgas, Braunšveigas–Getingenas, Poznanė, Zalcburgas–Lincas, Lionas–Grenoblis ir kitos. W. F. Leaverio nuomone, konkurencingumo galia ypač stiprėjo Barselonoje, Lilyje ir Lione.

POSTMODERNUSIS MIESTAS IR POSTMODERNIOJI URBANIZACIJA

Su globalinio, ar pasaulio, miesto vaizdiniais siejasi ir postmoderniojo miesto samprata, kilusi iš postmoderniojo urbanistinio ir architektūrinio teoretizavimo srovės, įsivavinusios filosofinės dekonstrukcijos nuostatą ir patirtį (plačiau apie architektūros ir dekonstrukcijos sąveiką žr. Rubavičius 2001). Postmoderniaisiais miestais dažniausiai laikomi Niujorkas ir Los Andželas, o pastarojo tyrinėjimai išsirutuliojo į Los Andželo urbanistinės mokyklos kryptį. Sąlygiškai galima išskirti kelis postmoderniosios miesto „teorijos“ atramos taškus. Pirmiausia remiamasi bendra teorinio fragmentiškumo, nepilnumo, teorinių diskursų įvairovės nuostata, pripažįstant, kad šiuolaikinio globalinio miesto neįmanoma įsprausti į jokiais visumines teorines konstrukcijas ar vaizdinius. Michaelio Dearo ir Steveno Flusty, kurie postmoderniojo miesto bruožus įžvelgia becentriame Los Andžele, teigimu, kaip buvo pagrauzti esminiai modernybės laikų mąstymo principai, taip išgaravo ir tradicinė ankstesnio urbanizmo logika, o išnykus teorines įžvalgas

vienijančioms nuostatomis ir vaizdiniais, išplito daugybė besivaržančių „urbanistinių (i)racionalumų“ (Dear ir Flusty 1998: 50), visokiais būdais besistengiančių užgriebti, kaip veikia erdvėlaikio struktūra.

Postmoderniojo urbanizmo ypatybės gvildenamos atsižvelgiant į šiek tiek anksčiau minėtos Čikagos mokyklos, susiklosčiusios trečiajame-ketvirtajame praėjusio amžiaus dešimtmėčiais, požiūrį į urbanistinę struktūrą. Tas požiūris išliko gyvybingas iki šiol – miestas čia laikomas, pirma, socialinių santykių raiška tam tikroje teritorijoje, antra, zonų ir koncentrinų žiedų dariniu, kurį įcentruoja pagrindinis verslo rajonas. Vėliau šią miesto sampratą papildė įvairūs miesto raidos scenarijai – miesto palei autostradas ir kitas transporto arterijas, – taip pat daugybinių miesto centrų teorija, kuri stengėsi įvertinti iškylančias naujas urbanistines kapitalizmo raidos formas. Aiškindami, kad didžiąją dalį XX a. įsitvirtinusios miestų tyrinėjimų darbotvarkės grindė koncentrinų žiedų, ašių, sektorių principai ir daugybinių miesto branduolių teorijos (Dear ir Flusty 1998: 51) ir susipriešindami su tokia kryptimi, postmoderniojo miesto šalininkai teoriniame diskurse įtvirtina Los Andželo, kaip XX a. pabaigos globalinio pasaulio sostinės, vaizdinį. Tas vaizdinys turi pakeisti nuo XIX a. pabaigos urbanistinėje vaizduotėje įsitvirtinusių megapolių Paryžiaus (W. Benjaminas) ir Berlyno (G. Simmelis) vaizdinius. Tvirtinama, kad Los Andžele labiausiai išryškėjo globalizacijos lemti miestų plėtros ypatumai: jis „labiau nei kokia kita vieta tapo paradigminiu langu antrai dvidešimtojo amžiaus pusei žvalgyti“ (Soja 1995: 221). Kita vertus, aiškinama, kad miestai plėtojasi jau kaip fragmentiški urbanistiniai visuminio globalinio miesto dariniai, ypač paryškinant dabarties miestų ir juose vyraujančios globalinės kultūros pliuralizmą bei heterogeniškumą, vartotojų skonio kultūrų ir vizualinių kodų įvairovę (Jencks 2002: 2).

Postmoderniojo urbanizmo „teorijos“ šalininkams globalizacija yra svarbiausias daugialypis, prieštaringas naujojo urbanizmo veiksnys, fragmentuojantis miestą ir verčiantis jį kaičiu erdvių

sambūviu. Teorinės įžvalgos plėtojamos plačiame tyrinėjimų lauke: svarstomi globalizacijos paskatinti restruktūrizavimo, deindustrializavimo ir reindustrializavimo procesai, informacinių ir telekomunikacinių technologijų plėtra, globalinių miestų tinklo ir valstybių santykių ypatumai, globalinio urbanizmo paskatinti socialiniai vyksmai, susiję su erdvinėmis socialinės atskirties konfigūracijomis, kil-dinančiomis naujus etniškumus bei nacionalizmus. Ir teoretikai, ir praktikai pripažįsta, kad postmodernųjį miestą kuria daugybė veikėjų – institucijų, firmų, socialinių grupių ir individų, o globalizacijos procesai, vieniems teikdami daugiau galių reikštis urbanistine forma, kitus marginalizuoja ir sukelia jų pasipriešinimą, savo ruožtu įgaunantį kovos dėl erdvės pavidalą. Taip postmodernusis miestas tampa ne tik įvairovės, skirtingų kultūrų ar socialinių grupių sąveikos išraiška, bet ir draudžiamų bei uždarytų erdvių labirintu, kur visi yra stebimi jiems nežinomų įtaisų ir žmonių (Flusty 2001).

Įtaigiai, užčiuopdamas esminius šiuolaikinio globalizuoto miesto ir jo suvokimo bruožus, globalizacijos poveikį urbanistinei aplinkai yra nusakęs Remas Koolhaasas, architektas, kurį dera vadinti architektūros filosofu. Jo nuomone, globalizacija destabilizuoja ir kitaip apibrėžia architektūrinės veiklos pobūdį, ji įtvirtina naujas sąlygas atitinkančią sistemą: architektūrinė veikla tampa globaline verslame, visuotiniu pasaulį numatančiu keisti infrastruktūros projektu, kurio tikslas yra apimti ir suderinti kuo daugiau galimybių – sukauptų iš įvairiausių vietų, ištrauktų iš visokiausių kontekstų, išvogtų iš visų įmanomų ideologijų, – įtvirtinant į aplinką dėmesio nebekreipiantį planavimą ir visiems žadant paskutinę prometėjiškos „muilo operos“ seriją (Koolhaas ir Mau 1997: 368). Paminėdamas „muilo operą“, šis mąstytojas nurodo tą postmodernio urbanizmo reiškinį, kurį kiti tyrinėtojai vadina disneilendizacija, papildančia kibererdvės kūrimo praktikas. Abu minimi reiškiniai formuoja komunikacinę ir reprezentacinę šiuolaikinio miesto, suvokiamo kaip socialinės terpės, tvarką. Disneilendizacija vadinama įsigalėjusi privataus kapitalo ir miesto administracijos organų praktika urbanistinius projektus grįsti „konceptais“ bei

„temomis“, pavyzdžiui, „italų viduramžių miestas“, „britų kantri stilius“, iš praeities, egzotiškų šalių ir futuristinių vaizdinių kurti postmodernistinį pastišą (šiuo atžvilgiu galima sakyti, kad didžiųjų prekybos centrų erdvės tvarkymo būdai, kai įrengiamos apsipirkimo ir pasilinksminimo „vietovės“, buvo perimti urbanistinės vaizduotės ir tapo projektavimo praktikomis), o kibererdvę, ar kibermiestą (*cybercity*), kuria informacinių ir telekomunikacinių ryšių bei technologijų plėtra (Wahabayashi 2002). Globalizacija skatina tokių postmodernių urbanistinių bruožų, taip pat architektūrinių praktikų išplitimą.

REGIONŲ IR MIESTŲ LAISVĖJIMAS EUROREGIONIZACIJOS APLINKOJE

Pokario Europos urbanistinę raidą veikė ne tik nacionalinių valstybių politika, globalizacija, išskylančios postmodernybės veiksniai, bet ir kuriant bei plečiant ES vis labiau spartėjanti eurointegracija. Aštuntajame XX a. dešimtmetyje įsigalėjusi globalizacija veikė eurointegracijos vyksmo apimtus Europos miestus. Europoje kaip tik nacionalinių valstybių galia grindė ekonomikos ir miestų plėtrą, kitaip tariant, fordiškojo kapitalizmo stiprinimas buvo esminis nacionalinių valstybių politikos reikalas. Beje, socializmo sistemos sąlygomis ekonomiką ir urbanistinę plėtrą taip pat valdė valstybė. Fordiškasis kapitalizmas – tai masinė gamyba masiniam vartotojui. Nacionalinės politikos esmė – persikirstymas, siekiant valstybės gerovės ir sykiu išlyginant regionų ir urbanistinės plėtros netolygumus. Kapitalistinis pasaulis rėmėsi keinsišąja makroekonomikos samprata, o socializmo sistemos valstybės tikslas buvo ne vartojimas – jai rūpėjo industrinės gamybos palaikoma karinė galia. Socialistinė valstybė statė gamyklas miestus, o jos urbanistinė plėtra rėmėsi politine ideologine nuostata priartinti kaimą

prie miesto. Ši nuostata kyla iš modernybės, jos neatsisakyta ir ES. Aptariamuoju laiku fordiškajam kapitalo kaupimo režimui pereinant į postfordiškąjį, gana staigiai pasikeitė miestų valdymo pobūdis. Pokytis nusakomas bendro perėjimo nuo *government* prie *governance* (apie šio perėjimo pobūdį ir reikšmę kapitalizmo sistemai ir miestams žr. Jessop 1997) atžvilgiu kaip vadybininkų valdymo keitimas antreprenierių valdymu. Valdžia nebetenka vienatinio galios centro vaidmens ir tampa įvairių ekonominių, politinių ir bendruomeninių interesų derinimo institucija, atsiskaitančia visuomenei ir paisančia tos visuomenės interesų.

Postmodernus globalizacinis kapitalizmo sistemos kitimas susilieja su ES kūrimo darbais ir juos palaikančiomis bei nukreipiančiomis politinėmis nuostatomis. Valstybės narės vis tvirčiau susisaisto politiniais, ekonominiais ir sociokultūriniais ryšiais – ratifikavus Lisabonos sutartį ir išrinkus ES prezidentą, stiprėja naujas supravaltystinis darinys. ES plėtra nacionalines valstybes verčia vis daugiau savo galių (suvereniteto) perduoti į aukštesnį lygmenį, o ES ateitis remiama politine nuostata dalį suverenių galių perduoti į žemesnį – regioninį ir vietinį – lygmenį. Devintąjį praėjusio amžiaus dešimtmetį daugelyje didžiųjų Europos šalių prasidėjo plataus masto valstybinio valdymo decentralizavimo darbai: siekta modernizuotis, pasinaudoti naujomis globalizacijos teikiama galimybėmis ar tvarkytis su jos iššūkiais, plėtoti demokratiją, dalį teisių ir galių perduodant vietų bendruomenėms. Europos Komisijos iškeltas ir įvairiais dokumentais bei įvairių institucijų įtvirtintas „Regionų Europos“ vaizdinys išreiškia daugialypę politinės veiklos sritį regionizuojant Europą: regionai tampa aktyvūs, savarankiški ekonominiai ir kultūriniai veikėjai, sugebantys tiesiogiai sąveikauti su supranacionalinio lygmens institucijomis. ES politikai skatina kurti regionų ir vietovių ryšių tinklą, įtraukiantį ir nacionalinio, ir supranacionalinio lygmens veikėjus, kurių bendradarbiavimą palaiko įtvirtinamas subsidarumo principas. Regionai, ypač urbanizuoti, ima konkuruoti dėl kapitalo srautų, juose labiausiai plėtojama inovacijų ekonomika, jie tampa atsakingi už socialinės

sanglaudos stiprinimą ir socialinės bei ekonominės gerovės kūrimą. Todėl kai kuriose šalyse susikūrė skirtingo pajėgumo regionų vyriausybės, jos užmezgė tiesioginius ryšius su Europos Komisijos institucijomis ir ėmė įgyvendinti ambicingus regioninės plėtros projektus. Šiuo atžvilgiu laimi tie urbanizuoti regionai, kuriuose sukaupta stipri ekonominė, politinė ir kultūrinė galia, taip pat plėtrai būtinas politinės, socialinės ir kultūrinės infrastruktūros tinklas, skatinantis bendruomenių ir visuomenės aktyvumą. Daugelyje šalių atliktų urbanistinių ir su jais susijusių tyrimų rezultatai leidžia daryti išvadą, kad įvairūs regionai, vietovės ir ypač didieji miestai veikia vis savarankiškiau, nepaisydami nacionalinių valstybių valdžios lygmens (Rumsford 2004). Pavyzdžiui, Čekijos Respublikoje regionų savivalda buvo įteisinta 2001 m. pradžioje, bet ilgai nesukurta veiksminga regioninės savivaldos sistema, galinti varžytis su municipaline. Kitokia padėtis sostinėje Prahoje: kasmet vis aukščiau įvairiuose europinių miestų sąrašuose kylančiame metropoliniame mieste jau nuo sovietinės okupacijos žlugimo buvo įtvirtinta veiksminga savivalda (Blažek *et al.* 2008: 96).

Kad vyksta Europos regionalizacijos politikos paskatinta miestų valdymo pobūdžio kaita, patvirtina ir įvairūs tyrinėjimai (Borraz ir John 2004). Kiekvienoje šalyje tie procesai rutuliojasi savaip, bet ryški ir tam tikra bendra tendencija. Neilas Brenneris, remdamasis išsamiais tyrimais, parodo, kaip šie pokyčiai skleidėsi Vokietijoje (Brenner 2000). Šioje šalyje nuo 1965 metų, kai buvo patvirtintas Erdvinio planavimo įstatymas, pagrindinis urbanistinės plėtros tikslas buvo „išlyginti gyvenimo sąlygas“ visoje valstybės teritorijoje. Čia dera prisiminti sovietinėje sistemoje vyravusį teritorinio planavimo tikslą kaimą priartinti prie miesto ir Lietuvoje 1964–1967 m. sudarytą „gamybinių jėgų išdėstymo“ ir urbanizavimo schemą, pagal kurią sukurtas tankus miesto tipo gyvenviečių voratinklis. Vokietijoje urbanizacija irgi buvo vykdoma pasirinktose vietovėse, jos formavo gyvenimo sąlygas išlyginančią tinklą. Tačiau globalizacinis ekonominis vyksmas paskatino vidinę socialinę ir erdvinę restruktūrizaciją: deindustrializacija, neoindustrializacija

ir reindustrializacija savitai didino ir miestų, ir regionų nelygybę. Taigi devintajame XX a. dešimtmetyje Vokietijos žemės išgyveno valdymo modelio kaitą: veikusios kaip socialinės gerovės teikimo ir skirstymo institucijos, žemės pradėjo įgyvendinti antreprenerišką, verslumu grindžiamą politiką, kuria pirmiausia stengtasi pagerinti konkurencines savo teritorijų pozicijas. Kaip jos buvo gerinamos? Privatizuojant viešųjų paslaugų sritį, pasitelkiant naujus politinius svetus ekonomikai aktyvinti, skatinant visuomenės ir verslininkų partnerystę (*public-private partnership*), kai imamasi plėtoti pamatinius raidos projektus, silpninant reguliavimą, vykdant administracinę reformą ir mažinant mokesčius (ten pat: 326). Kitaip tariant, buvo vykdoma neoliberalioji darbotvarkė, bet atsižvelgta ir į gerovės valstybės kūrimo tradiciją. Remdamasi regionizavimo politika, pasitelkusi erdvinį planavimą, ši valstybė pastaruoju metu stengiasi perskirstyti gamybos jėgas po tarptautiniu mastu konkurencingiausius urbanistinius regionus ir industrines vietas, o pačios žemės vis arčiau su ja kaunasi dėl savo mokesčių dalies ir subsidijų dideliems projektams įgyvendinti. Anglijoje miestų valdžia jau nuo aštuntojo XX a. dešimtmečio pradžios vis aktyviau veikė tiesiogiai su gamyba ir investicijomis susijusią ekonomiką, o urbanistinių regionų savarankiškumą dar labiau sustiprino premjerės Margaret Thatcher vykdyta neoliberaliosios pertvarkos ir privatizavimo politika.

Aiškinantis naują valstybės ir miestų santykių pobūdį, dera atkreipti dėmesį į tokią aplinkybę – regionuose ir vietovėse susiklosčiusių gyvenimo sąlygų išlyginimo tikslai nėra užmiršti, tik jų įgyvendinimas yra tapęs ir ES politikos reikalu. Regionų plėtrai išlyginti pasitelkiami ES struktūriniai – Europos regionų plėtos ir Europos socialinis – fondai. Socialiniams ir ekonominiams skirtumams mažinti struktūrinių fondų valdymo srityje įtvirtinta partnerystės nuostata: teikiamos glaudžios konsultacijos, jas teikiant dalyvauja Europos Komisija, šalys narės, kompetentinga nacionalinio, regioninio, vietinio ir kitokio lygmens valdžia bei institucijos, kad

visi dalyviai veiktų kaip bendro tikslo siekiantys partneriai (plačiau apie regioninės politikos ypatumus ir jos teikiamas galimybes žr. McLeod 1999). Todėl ypač svarbu, kiek regioninė ir vietinė valdžia nusimano apie europinius reikalus, ką žino apie Europos Komisijos institucijų veiklos niuansus, sugeba ar nesugeba suburti įtakingas grupes, užsitikrinsiančias paramą tos valdžios teikiamiems projektams. Įvairiais lygmenimis labai aiškiai tvirtinamas vienas svarbiausių europinės regioninės politikos tikslų – socialinė sanglauda. Šį tikslą kelia ir pastaruoju metu vis labiau įsitvirtinanti europinė darnios plėtros nuostata, skatinanti miestų ir regionų valdymą pertvarkyti, atsižvelgiant į darnios plėtros gaires ir tokią politiką vykdančių miestų patirtį. Ši politinė nuostata miestus ir urbanizuotus regionus susieja ne tik į tam tikrą miestų tinklą, bet ir su Europos Komisijos institucijomis. Darnios miestų plėtros politika bei ideologija ir tos politikos teikiamos galimybės miestams savarankiškai veikti transnacionaliniu lygmeniu įsigali Komisijos darbotvarkėje: Komisija įsitikinusi, kad miestai yra visos darnios ES plėtros politikos šerdis. Šios politinės nuostatos tęstinumą ir politinių iniciatyvų įvairovę patvirtina Europos Komisijos prezidento José Manuelio Barroso Briuselyje 2008 m. spalio 5 d. pasakyta kalba „Regionai ir miestai iššūkių pasaulyje“ – čia regioninė politika pripažįstama geriausiu Europos projektą palaikančio solidarumo principo simboliu. Prezidentas išskiria dvi didžiausias globalizacijos poveikio ES regioninei politikai plotmes: pirma, sanglaudos politika turi kuo geriau padėti regionams rasti savo vietą pasaulio rinkose; antra, sėkmė galima tik glaudžiai bendradarbiaujant ir siekiant sanglaudos visų lygmenų veikėjams – nuo europinio iki regioninio ir vietinio. Taigi Europos Komisijos politika aiškiai siekia didinti urbanistinių regionų savarankiškumą, kurį tvirtina glaudi vietinės valdžios, visuomenės ir verslo partnerystė.

Svarstant apie regionizacijos ir urbanizacijos politikos ypatumus bei tos politikos teikiamas galimybes, nereikėtų užmiršti sparčios urbanizacijos keliamų sunkumų ir pavojų. Urbanistinė plėtra ir ją skatinanti miestų politika grindžiama neoliberaliosios rinkos modeliu. Nors tokia politinė ekonomikos organizavimo nuostata

paskatino iškilti kai kurias Europos urbanistines aglomeracijas, neabejotinas griaunamasis jos poveikis – miestų erdvinės urbanistinės struktūros fragmentacija ir socialinio audinio ardymas. Toks problemiškas poveikis ypač ryškiai matomas mažesniuose ir intensyvių statybų bei renovacijų paveiktuose miestuose arba senuose kvartaluose.

Ieškant būdų išvengti nepageidaujamų urbanistinės ekonomikos ir ją palaikančios politikos padarinių, daugelyje užsienio šalių iškeltos ir įgyvendinamos alternatyvios politikos gairės. Jos grindžiamos bendruomenių telkimu urbanistinėms problemoms spręsti, vietinių nedidelių projektų priešinimu didelėms renovacijoms, darnios plėtros vizijomis. Svarbu, kad stengiamasi ne tik įvertinti ekonominę naudą, bet ir aiškintis įvairius socialinių ir kultūrinių pokyčių bruožus. Dėmesys sociokultūriniais urbanistinės plėtros aspektams nusakomas „socialinės inovacijos“ samprata: planuojant ir projektuojant stengiamasi numatyti, kaip nauji urbanistiniai dariniai paveiks socialinius vietos santykius, kokių naujų socialinių gebėjimų prireiks ir kaip naujoje urbanistinėje aplinkoje juos reikėtų ugdyti.

Urbanistinės plėtros problemas įmanoma suvokti tik apie jas kalbant ir dėl jų ginčijantis. Kitaip tariant, jas būtina artikuliuoti. Ypač susijusias su miesto politikos principus bei gaires, renovacijas ir kitus urbanistinio pobūdžio sumanymus palaikančiomis vizijomis. Galima sakyti šitaip: miesto plėtra, jo raidos politika, socialinių inovacijų pobūdis ir šių sričių sąryšiai turi būti nusakomi tam tikro nepaliaujamai atnaujinamo diskurso, tiksliau, diskursų tinklo, kuriame svarbūs ir tie, kurie išreiškia konkuruojančių ekonominių bei socialinių veikėjų santykius ir interesus. Socialinių inovacijų poreikiai apima horizontalius verslo struktūrų, socialinių sąveikų ir darnios plėtros ryšius, taip pat pasitelkia kultūros ir meno „mechanizmus“ bendruomenių ryšiams stiprinti. Socialinės inovacijos grindžiamos įsitikinimu, kad visos žmogaus gyvenamo pasaulio sritys yra susijusios, o ekonomika yra įsišaknijusi socialinėje ir kultūrinėje terpėje.

KAI KURIE LIETUVIŠKOJO URBANISTINIO KAPITALIZMO BRUOŽAI

Paskutiniuoju praėjusio šimtmečio dešimtmečiu iš sovietinės okupacijos išsilaisvinusi Lietuva pateko į neoliberaliąją darbotvarkę įgyvendinančios kapitalizmo sistemos aplinką. Kapitalizmas buvo „nuleistas iš viršaus“, remiantis neoliberalizmo ideologijos pateiktomis formulėmis, savo veiklą pagrįsti pasitelktomis ir vietinių reformuotojų. Prisiminus koncepcinę Williamo Siteso metaforą, galima sakyti, kad Lietuvoje ir ypač jos urbanistinėje šerdyje Vilniuje ėmė veikti „primityvioji globalizacija“ (Sites 2003), tik tas „primityvumas“ buvo sumaišytas su esminiais socialiniais ir kultūriniais postmodernybės bruožais. Nors laisvinantis iš sovietinės okupacijos puoselėti nacionalinės valstybės kūrimo ir stiprinimo lūkesčiai, globalizacijos vyksmai ir neoliberali ūkio pertvarka netruko tuos lūkesčius išblaškyti. Valstybinė valdžia neturėjo nei jėgų, nei kompetencijos aiškesnėms „išsivalstybinimo“ politinėms gairėms nustatyti ir dalį valdžios perdavė į aukštesnį (narystė ES) lygmenį, tačiau neplėtojo realios savivaldos. Stiprūs korporaciniai veikėjai valstybės institucijas netruko pasitelkti savo interesams įgyvendinti, visuomenės ir bendruomenių interesus tiesiog apeinant ar net atvirai užgniaužiant įstatymais ir kitais būdais. Urbanistinė plėtra buvo palikta savieigai, stengiantis išlaikyti tik paveldo priežiūrą. Tačiau ir šioje srityje greitai įsivyravo verslo interesai.

Nors valstybės galia ir tiesioginio valdymo apimtis akivaizdžiai sumažėjo, subnacionaliniai teritoriniai ar urbanistiniai dariniai netapo savarankiškesni – miestams ir regionams įveiksminti būtina aiški valstybės politika, pagal kurią, atsižvelgiant į europinės urbanistinės plėtros tendencijas bei miestų valdymo kaitos pobūdį, būtų tvirtinamas tam tikras valstybės ir miestų santykių pagrindas ir būtų nustatyti nacionaliniai urbanistinės plėtros tikslai bei gairės. Atgavus nepriklausomybę, Lietuvoje miestų statybos ir renovacijos išsilaisvino iš centralizuotos planų priežiūros ir

atsidavė greito pelno stichijai. Visus kitus Lietuvos miestus ėmė stelbti Vilnius, kuriame sukauptos nacionalinio lygmens politinės bei kultūrinės galios ir infrastruktūra, teikianti galimybę kurti aktyvų europinės regioninės politikos veikėją. 2006 m. duomenimis, Vilniaus apskritis sukūrė 37,2 proc. Lietuvos BVP (70 proc. – paslaugos, 27,7 proc. – gamyba), BVP vienam gyventojui – 36 tūkst. litų, Klaipėdos apskrities gyventojui tenka 25,2 tūkst. litų, Kauno apskrities – 23,5 tūkst. litų. 2008 m. duomenimis, Vilniaus apskrities indėlis į šalies BVP – 40 procentų. Taigi Vilniaus urbanistinio regiono reikšmė didėja. Šiam miestui tenka ir daugiau kaip 60 proc. struktūrinių fondų lėšų. Vilniaus plėtra bei ekonominės, socialinės ir kultūrinės jo galios stiprėjimas keičia Lietuvos geografinį vaizdą pagal šio miesto daromo poveikio srities plitimą, bet tik detalesni tyrinėjimai padėtų atsakyti į klausimą, kokia valstybės teritorijos dalis „pritraukiama“ prie Vilniaus. Tokį „pritraukimą“ tyrė anglai Danielis Dorlingas ir Bethan Thomas. Jie atskleidė, kaip urbanistinė Londono galia keičia geografinį Anglijos vaizdinį. Sudarę gyventojų surašymo duomenų atlasą, šie tyrinėtojai priėjo prie išvados, kad metropolinis Londonas dalija Angliją pusiau: pietuose išsidėsčiusios tiesioginio erdvinio jo poveikio sritys, o šiaurėje ir vakaruose plyti provincijų archipelagas – šiam būdingos menkai susisaisčiusios miestų klasterių salos, atrodytų, pamažėle grimzta demografiniu, socialiniu ir ekonominiu atžvilgiais (Butler 2007: 763–764). Vilniaus urbanistinės plėtros perspektyvos labiausiai priklausys nuo to, kaip miesto valdžia ir stambiaji miesto ekonomikos „žaidėjai“ suvoks globalizacijos ir eurointegracijos aplinką, Europoje ryškėjančias politines, ekonomines ir socialines urbanistinės raidos gaires, ar jie sugebės pasinaudoti regioninės politikos teikiama galimybėmis, kad Vilnius tam tikrose globalinėse rinkose taptų konkurencingu inovacijų ekonomikos ir kultūros industrijos urbanistiniu regionu.

Kalbant apie urbanistinę lietuviškojo kapitalizmo raidą ir jos bruožus, pravartu omenyje turėti D. Harvey iškeltus šiuolaikinio kapitalizmo raidos ypatumus, dėl kurių nepaprastai sparčiai persitvarko

mūsų gyvenamas pasaulis. Pasak jo, kapitalizmas plėtojasi „svars-tydamas“ – išlaikyti, išsaugoti vertybinius praeities įsipareigojimus konkrečiai vietai bei laikui ar drastiškai nuvertinti palikimą ir atver- ti naują erdvę kapitalui kaupti. Gvildendami kapitalizmo sistemos transgresyvumą, pabrėžėme, kad kapitalizmas visą laiką stengiasi sukurti reikiamu metu saviems tikslams panaudotiną socialinį ir fi- zinį kraštovaizdį, kad vėliau lygiai taip pat lengvai jį sunaikintų, to- dėl aiškiausiai vidinis kapitalizmo sistemos prieštaravimas reiškiasi kaip nuolatinis geografinio kraštovaizdžio formavimas ir performa- vimas (Harvey 1985: 150). Konkrečioms lietuviškojo urbanizacijos vyksmo apraiškoms aiškintis būtina pasitelkti į urbanistinius tyrinė- jimus nukreiptas teorines prieigas ir urbanistinių diskursų įvairovę, atsižvelgiant į miesto ir architektūros teorijos paradigmos slinktį. Jau aptarėme kelis tos slinktės aspektus ir dar norėtume paryškinti tokį urbanistiniams tyrinėjimams didelę įtaką darantį aspektą: vie- na vertus, ryškėja nuostata dekonstruoti ankstesnes urbanistines „esmes“ bei principus, kita vertus, miesto teorijoje esencialistinį vietos ir erdvės supratimą vis labiau keičia sąryšinis, reliacinis su- pratimas. Vieta, kaip jau minėjome, laikoma socialiniu konstruktą, kuris tarsi prasmė įtvirtinamas konkrečiose socialinėse aplinkose, regionuose ir sąveikų mazguose, o erdvė yra visokioms sąveikoms ir santykiams – socialiniams, ekonominiams ir ekologiniams – bū- dingas erdviškumas, galintis įgauti ir įgaunantis savitas urbanistines formas (Healey 2004: 47). Šitoks supratimas ir jį išreiškiantis žodynas veikia konkrečias miestų raidos strategijas, plėtros ar rekonstrukcijų planuotojus, o pastarieji svarbiausiu dalyku dažniausiai laiko kon- kurencingumo potencialo didinimą, vadinasi, galimybių įsijungti į įvairių ryšių bei srautų tinklus kaupimą. Antra vertus, urbanistinėje vaizduotėje ir praktikoje tarsi užkoduota neišvengiamo netikėtumo, nepilnumo, fragmentiškumo, neįtikėtinos vieno ar kito urbanistinio darinio saviraidos trajektorijos pajauta.

Atsižvelgdami į aptartuosius urbanistinius tyrinėjimus ir naujus teorinius miesto vaizdinius, apsvarstykime didžiausią

pastaruoju metu Lietuvoje pasiūlytą urbanistinės raidos scenarijų – Vilniaus ir Kauno dvimiesčio projektą. Pirmiausia, manytume, reikėtų klausti, kaip dviejų miestų jungtis (be trokštamo milijono gyventojų, kuris kol kas yra tik formalus europiniu laikytino miesto bruožas) paskatins naujo urbanistinio darinio sąryšingumą su metropoliniais centrais ar globalinių miestų tinklu, kitaip tariant, reikėtų aiškintis, ar rastųsi tokių naujų bruožų, kuriuos galėtume vertinti kaip metropolizacinius vyraujančių tyrinėjimų ir teorinių prieigų požiūriu. Tam tikra atrama galėtų būti minėtoji geoeconominė „raudonojo aštuonkojo“ struktūra. Tačiau šitaip klausiant pasidaro aišku, kad apskritai trūksta įvairiapusių Vilniaus tyrinėjimų duomenų, pagal kuriuos būtų galima susidaryti tikresnę dabartinės Vilniaus būklės ir juo labiau jo raidos tendencijų vaizdą, atsižvelgiant į postmodernizacijos, globalizacijos ir eurointegracijos veiksnius. Kol kas remiamasi tik nepaliojama perdarinėjamais ir strateginiais vadinamais Vilniaus plėtros projektais, sykiu suvokiant, kad tie projektai tiesiog atgaline data pritaikomi prie didelių firmų interesų ir administracijos galimybės pelnytis iš žemės sklypų skyrimo nulemtų urbanistinių realijų. Milijonas gyventojų – per menkas veiksnys, kad savaime padidintų dvimiesčio konkurencingumą (beje, kokioje ekonomikos srityje ir kokiame geografiniame areale?), nes paprasčiausias gyventojų sumavimas niekaip nesusijęs nei su būtina informacinių ir telekomunikacinių ryšių bei jų mažgų, nei su juos naudojančių pažangiausių verslo sektorių plėtra. Konkurencingumo didinimą (šiaip jau dažniausiai apsiribojama samprotavimais apie neapibrėžtą investicinio klimato gerinimą, tikintis, kad investavimas ir yra visas problemas išsprendžiantis nelygstamas gėris) reikėtų suvokti ir nusakant geografinę skalę, ir įsivaizduojant pagrindinių miestus bei vietas urbanizuojančių ir restruktūruojančių globalinės ekonomikos sektorių – finansų, bankininkystės, informacinių ir telekomunikacinių technologijų, medijų ir pan. – galimybes, ypač krizių laikotarpiams.

Tyrinėjimų stoką dar labiau paryškina jokiais skaičiavimais nepagrįstas teiginys, kad dvimiestis būsiąs naudingas „visam kraštui“

(Vanagas ir Grabytė-Bėčienė 2003: 123). Atsižvelgiant į naujausias urbanistinių tyrinėjimų tendencijas, prie tokios išvados reikėtų eiti palaipsniui, numatant daugybės šį projektą įgyvendinant kylančių problemų sprendimus ir tų sprendimų poveikį Lietuvos miestų bei regionų santykiams ir šalies, kaip tam tikro geografinio darinio, struktūrai. Kol kas nesvarstytas dvimiesčio valdymo klausimas: ar dvimiestis įgauna realios aglomeracijos statusą su savo valdymo organais ir savarankiška galia plėtotis bei įsijungti į įvairius miestų tinklus, ar jį valdo ribotos kompetencijos organas, sprendimus turintis derinti abiejų miestų savivaldybėse. Nesunku įsivaizduoti, kad korumpuotos politinės sistemos sąlygomis toks ribotos kompetencijos organas, pritraukęs kelis reikalingus politikus ir miestų merus, imtų valdyti visus finansinius dvimiesčio projekto srautus ir niekam už juos nebūtų atsakingas. Neabejotina, kad reali dvimiesčio aglomeracija keistų nacionalinės geografijos pobūdį ir valstybės valdžios galią. Kitas svarstytinas aspektas susijęs su esminiais regiono gyvenimo būdų pokyčiais, naujų verslų ir darbų plitimu, žemės spekuliacija, žmonių migracija, naujų socialinių atskirčių ryškėjimu. Kol kas Vilnius plėtojasi kaip „vėžinė“ struktūra – kiekvienas ekonomiškai stiprus ir politiškai įtakingas veikėjas gali steigti savo urbanistinę formą bei struktūrą, keisti kvartalo gyventojų sudėtį ir socialinės erdvės pobūdį. Tokią visagalybę suteikia ne tik globalizacijos sąlygos, bet ir vietinės aplinkybės: nepaisant visų suvokiamo Vilniaus istoriškumo ir viešai deklaruojamos paveldosaugos ideologijos, istoriškumas yra tik urbanistinis kevalas, nepalaikomas architektūrinio paveldo gyvybingumą laiduojančių per šimtmečius susiklosčiusių miestiško gyvenimo būdų. Juk beveik visi Vilniaus gyventojai yra po Antrojo pasaulinio karo atvykę ar atkelti žmonės, dauguma jų – iš kaimo, ir jų niekaip negalima laikyti tokiais miestiečiais, kurie sugebėtų palaikyti gyvenimo formų įvairovę, būdingą europiniam daugiataučiu, verslų ir kultūrų kryžkelės miestui. Taigi didžios dalies dabartinių Vilniaus plėtros strategų ir projektuotojų veiksmai iš esmės yra patys postmoderniausi – jie stato „nuo nulio“ – R. Koolhaaso idėja

plius sovietinio modernistinio projektavimo patirtis, tik bėda, kad stokojama tokiam projektavimui būtinos kūrybinės ir intelektualinės vaizduotės galios.

Dvimesčio projektas atsiremia į tradicinę teritorinio planavimo sampratą, ypač iškeliant valstybinės kraštovarkos politikos svarbą. Teigiant, kad „Europos erdvinio planavimo dokumentai numato tam tikrą metropolinių funkcijų pasiskirstymą“ (ten pat: 121), neatsižvelgiama į esminius europinės erdvės formavimosi ir transformavimosi veiksnius, susijusius su globalizacijos ir eurointegracijos procesais, jų lemtu nacionalinės politinės valdžios pobūdžio pasikeitimu, su nei valstybei, nei miestui nepavaldžių globalinių ir regioninių miestų tinklų plėtra, kurios gairės nustato daugybę globalinės ekonomikos veikėjų. Įvairių tyrinėjimų duomenys patvirtina N. Brennerio išvadą, kad „organizuotos valstybinės erdvės visoje ES šiuo metu yra nepaliaujamai rehierarchizuojamos bei rediferencijuojamos ir verčiamos labai netolygia santykinai išskirtinių urbanistinių regioninių erdvių mozaika, kai kiekvieną tų erdvių nusako ypatinga jos pozicija supranacionalinio darbo pasidalijimo atžvilgiu“ (Brenner 1999: 445). Taigi visiškai neaišku, kokios „pozicijos“ ir hierarchijos yra įsitvirtinusios dvimesčio idėjos autorių vaizduotėje, net jei jie pripažintų tą akivaizdų dalyką, jog šiuo metu vietoves formuoja įvairios jėgos, skatinančios daugialypės raidos trajektorijas ir iškeliančios skirtingas tų vietų galimybes dėl ypatingo jų vietinės istorijos ir naujųjų ryšių tinklų sąveikos (Healey 2004: 50).

Metropolizacijos bruožų siekiančiai urbanistinei plėtrai ypač svarbus informacinių ir telekomunikacinių technologijų korporacijų, moderniausiomis technologijomis aprūpintų verslo mazgų, jų sąsajumo su metropoliniais centrais įvietinimas, tampantis pagrindiniu Europos metropolinių aglomeracijų plėtros veiksniu (plačiau žr., pvz., Stahre 2004). Sutinkant su autorių išvada, kad „Vilniaus ir Kauno dvimesčio, kaip svarbaus Rytų Europos metropolinio regiono ir centro, formavimosi stadija kol kas dar labai ankstyva, embrioninė“ (Vanagas ir Grabytė-Bėčienė 2003: 123),

būtina pabrėžti nepaprastą tokio urbanistinio projekto svarstymų aktualumą – svarstymai ir aptarimai turėtų išsirutulioti į platesnę šiuolaikinėmis metodologijomis bei teorijomis paremtą urbanistinių tyrinėjimų programą, kuri aiškintųsi, kokias vietinio poveikio formas įgauna pamatiniai ekonominės globalizacijos vyksmai, kokiuose supranacionalinių ryšių tinkluose šiuo metu Vilnius jau veikia, kokios yra minėtųjų pažangiausių aptarnavimo paslaugų plėtros galimybės, kokius urbanistinius ir projektinius pavidalus įgauna miestus saistančių įvairialypių tinklų bei srautų mazgų įsivietinimo procesai. Taip pat svarbu svarstyti mūsų urbanistinės ir regioninės strategijos planavimo ir su juo susijusių politinių sprendimų priėmimo praktikas, nuo kurių iš dalies priklauso ir miesto ekonomika, ir miesto urbanistinė raida.

Minėjome, kad reikšminga europinės regioninės ir urbanistinės politikos nuostata yra visuomenę bei bendruomenes kuo labiau įtraukti į renovacijos ir urbanistinės plėtros projektus. Visuomenės reikšmė ypač didėja imantis darnios plėtros programų. Todėl ES lygmeniu skatinamos tos valdžios ir verslininkų iniciatyvos, kurios grindžiamos socialinėmis inovacijomis, skirtomis žmonių poreikiams tenkinti, kaimynystės ryšiams ir jausenoms stiprinti, suteikiančiomis galimybę bendruomenėms veikti kartu su vietos valdžia ir verslo atstovais, kitaip tariant, gerinti vietos bendruomenių gyvenimui (Moulaert *et al.* 2007). Lietuvoje vietos bendruomenių balsas gana silpnas, o kai rengiami ir tvirtinami didelės apimties miestų plėtros projektai – jo visai negirdėti.

Urbanistinės plėtros projektuose visuomenės gali dalyvauti per įvairias diskursines koalicijas – žmonių grupes, kurias vienija viešai pateikiama ir diskutuojama vienokia ar kitokia urbanistinio projekto, jo reikšmės ir įgyvendinimo būdų vizija. Tokios grupės kuria viešo su projektu susijusių problemų ir verslo galimybių aptarimo sritį, į kurią įtraukiama žiniasklaida, moksliniai tyrimai, konferencijos, politinis lobizmas. Kaip išskirtinį diskursinės koalicijos (palaikymo) pavyzdį galima pateikti apie 2006 m. kilusią iniciatyvą Vilniuje statyti Ermitažo-Guggenheimo muziejų. Šį

300 mln. litų vertės sumanymą palaikė įtakinga politikų, verslininkų ir kultūros veikėjų grupė. Diskusijų metu ir grindžiant projektą kaip sėkmingas pavyzdys dažniausiai buvo pasitelkiamas Bilbao pastatytas Guggenheimo muziejus, tvirtinant, neva šis muziejus atgaivino patį miestą ir pavertė jį nepaprastu turistų traukos centru. Taigi Bilbao pavyzdys vertas pagvildinti išsamiau, ypač dėl to, kad jis tik dar labiau paryškina lietuviškojo projekto vienpusiškumą ir verčia abejoti jo kultūrine bei ekonomine nauda.

Prieš pradėdant rutulioti Bilbao plėtros strategiją, buvo suformuota stipri diskursinė koalicija. Pagrindiniai jos veikėjai – regiono ir vietos valdžios, verslo ir kultūros atstovai. Jie iškėlė aiškią siekiamybę – įtvirtinti miestą tarptautiniu, nacionalinę valstybę peržengiančiu lygmeniu. Kitaip tariant, buvo iškeltas tikslas į naują lygmenį pakelti visą regioną. Tas diskursas (diskursų tinklas) patraukė galingas baskų nacionalistinei ideologijai atsidavusias jėgas, įžvelgusias galimybę šiuo projektu peržengti Ispanijos valstybę – taip regiono plėtros projektas įgavo visuomenę sutelkiančių nacionalistinių bruožų. Pažymėtina, kad specialūs diskursai, aiškinantys projekto tikslus ir ypatumus, buvo grindžiami tarptautinėje akademinėje bendruomenėje paplitusiomis sąvokomis – „srautų erdvės“, „glokalizacija“, „besimokantis regionas“. Tokio pobūdžio diskursus skleidė ir vietinius strateginius plėtros planus ruošti pasamdytos agentūros. Šitaip Bilbao „reikalas“ tapo modeliu, vėliau pritaikytu kituose Europos miestuose. Taigi svarbu suvokti, kad Bilbao „šuo“ lėmė ne Guggenheimo muziejus – jis buvo tarsi veiksmingas parašas po gerai apmąstytu ekonominės ir kultūrinės regeneracijos projektu, kurį palaikė diskursinė įvairių socialinių partnerių koalicija. Šią koaliciją suburti padėjo gana paprasta idėja: investicijos į esminių, globalinei rinkai pateikti galimų kultūros sričių gaivinimo politiką duoda didelę socialinę ir ekonominę naudą. Galima sakyti, kad Bilbao projektui svarbiausi buvo ne ekonominiai, bet politiniai ir kultūriniai tikslai, kuriems įgyvendinti reikalinga sparti ekonomikos plėtra. Lietuviškojo Ermitažo-Guggenheimo rėmėjai kalba tik apie kultūros verslą ir turizmą,

todėl sunku atmesti įtarimus, kad šiuo projektu siekiama sukurti veiksmingą mechanizmą valstybės lėšoms „pumpuoti“ į privatų verslą. Nors atsirado šio muziejaus idėją palaikančios koalicijos oponentų, į savitą diskursinę koaliciją jų balsai nesusiliejo, nes tie nedaugelis viešųjų kritikų atstovavo ir atstovauja tik vienam – akademiniam – sluoksniui.

Europos regioninė ir urbanistinė politika glaudžiai susijusi su ES vykstančia vadinamųjų urbanizacijos koridorių raida ir erdvinę jų konfigūracija: per šiuos koridorius mažesni regionai ir miestai susisieja su didžiais Europos inovacijų ir mokslo ekonomikos bei finansų centrais (Leaver 1999). Arčiausiai Vilniaus sparčiai auga ir vis dažniau įvairiuose urbanistiniuose tyrinėjimuose yra išskiriami inovacijų ekonomika bei kitais europinės reikšmės bruožais garsėjantys urbanistiniai Varšuvos ir Poznanės regionai. Europos miestai varžosi ir yra skatinami varžytis dėl investicinio kapitalo įplaukų, dėl gyventojų (daugėjant gyventojų, gausėja surenkamų mokesčių, didėja politinė galia, vartojimas), dėl plėtros projektams vykdyti skirtų valstybinių ir Europos fondų pinigų. Taigi Vilniaus valdžiai, urbanistams ir verslo atstovams bendromis jėgomis derėtų kurti strategijas, kaip europines lėšas ir regioninės bei urbanistinės plėtros politikos galimybes pasitelkti saistantis ne tik su transporto koridoriais, bet ir su vienu ar kitu europiniu urbanistiniu koridoriumi – tai neabejotinai paskatintų sostinės metropolizaciją, gyvenimo sąlygų gerėjimą, transporto problemų sprendimą, sykiu ir europinių miesto valdymo principų diegimą.

Nei valstybės, nei miestai negali plėtotis ar juo labiau „šoktelėti pirmyn“ be sutelktų visuomenės, bendruomenių, įvairių lygmenų valdžios ir verslininkų pastangų. Nepriklausomybę atgavusioje Lietuvoje kuriamo kapitalizmo ypatumas tas, kad pilietinės visuomenės, kaip savaveiksmės politinės galios, ugdymas buvo paliktas nuošalyje, o pilietinės iniciatyvos netgi slopinamos – jos trukdė užkulusiuose greitai suderinti valdžios ir didžiojo verslo atstovų interesus. Miestuose taip pat nesusikūrė nei valdžios ir

bendruomenių bendravimo tradicija, nei stiprių, veiksmingų bendruomenių tinklas. Todėl Vilniui, bent jau kol kas, bus sunku urbanistinės plėtros politiką sieti su europinėmis urbanistinės plėtros nuostatomis, skatinančiomis ir palaikančiomis viešųjų ir privačiųjų interesų derinimą, atvirų visuomenės, valdžios ir verslo koalicijų formavimą dideliems projektams įgyvendinti, bendruomenines ir kitokias darnios urbanistinės plėtros iniciatyvas. Lietuvoje stokojama ir regioninės politikos. Tačiau kad ir ką manytume apie urbanistinės plėtros spartinimą ir gerinimą, apie besiformuojančių miesto gyventojų judėjimų galias, dera prisiminti išvadą, išsakytą fundamentalioje, įvairiais aspektais Lietuvos miestų raidą ir urbanistikos būseną gvildenančioje studijoje: „LRT bendrasis planas neteko net teorinio ryšio su realiais procesais ir pokyčiais, tarp jų ir su metropolizacija“ (Juškevičius ir Valeika 2007: 22). Vargu ar galima tikėtis, kad tokia padėtis artimiausiu metu galėtų itin ryškiai pasikeisti. Juolab kad susiklosčiusi vietinė politinio korupcinio kapitalizmo atmaina tenkina ir politinį, ir ekonominį elitą. Kartkartėmis parodomos pastangos keisti sistemą, vykdant vienokias ar kitokias valstybės valdymo reformas, tačiau jos niekaip nepaskatina veiksmingos, tiesioginiais rinkimais grindžiamos savivaldos plėtros. O juk daugelyje ES valstybių praėjusio amžiaus pabaigoje didelė dalis valstybinės valdžios buvo „nuleista“ savivaldai: savivaldos organai gavo ekonomines ir teises galimybes megzti tiesioginius tarptautinius ryšius. Lietuvoje eita priešingu keliu – centralizuojant valstybės valdžią politinio elito rankose ir pajungiant sau savivaldą. Todėl galime tik viltis, kad kai kurie postmoderniojo kapitalizmo bruožai įsivietins Lietuvoje taip, kad ims ir paskatins visuomenės bei įvairių bendruomenių interesus suderinančio, bet sykiu finansinio kapitalo laisvę ribojančio kapitalizmo plėtrą.

postmodern capitalism >

SUMMARY

The book tries to explain possible ways of outlining the Postmodern condition in relation to Modernity and how both of these conditions can be viewed from the perspective of capitalist system development. The basic assumption is that capital accumulation serves as the core development stimulating system's power, which acquires a social and cultural society self-organizing form and simultaneously determines the landmarks of this very self-organization. Capital freedom and its "well-being" become a matter of public education, of their cultural and other activities. It acquires various aspects of labor force "flexibility" and investment environment improvement, or in other words – it starts reshaping social relationships determining the conditions for human life. The book expresses the view that the development of modern capitalism is characterized by capital power forms of *commoditization* and *resourcification*. These forms determined the rise and consolidation of consumption and consumer society and had a big impact on human life and conditioning as well as the mode of transition from Modernity to Postmodernity. This is defined as the commoditization and resourcification of life and living substance.

Disputes about the relationship of Postmodernity and Modernity are usually indirect – there are attempts to ground one's attitude and avoid wide discussions, and only the theoretical context allows one to understand why certain features of the "current" condition are accentuated while others are ignored. Both those, arguing the novelty of Postmodernity and those, claiming that it is more appropriate to define Postmodernity as Late, High or Second Modernity, discuss the same essential traits of the "current" condition. Only the attitudes about how much and in what ways the "present" differs from the not too distant past four decades earlier, though the understanding of the division is preserved. The author grants Postmodernity a new, stemming

from Modernity and retaining some its characteristics, condition status of negating and changing it (in the sense of Hegelian *Aufhebung*) and considers this status as a stage in capitalism development characterized by turning everything into commodity and resource. If we were to look into capitalism from the point of view of the colonization process we could describe colonization in the following sequence – starting with geographical territorial through cultural to life conquering and utilizing of its “resources”. Late Modernity is linked with the stage of capitalism when consumption and consumer society is raised and consumption becomes the “natural” means of social organization, the instrument for creating social relations and identities while culture becomes an industrial force and an inexhaustible granary of cultural “resource”. The maturity of consumption and consumer society creates conditions for the colonization of life and the processing of the genetic “resource” of life.

While explaining the peculiarities of Postmodernity the author had little interest in the developmental stages of capitalism, and thus, only several timelines related to the basic changes of capitalist system are noticed and discussed. The rise of Postmodernity is considered to have occurred at the juncture of the 1960s and 1970s, as was also indicated by post-fordist economic regime analysts. In culture, in cultural and artistic practices Postmodern features had developed at an earlier time since culture and art always have abundant future symptoms, intuitions, and insights. One of the most prominent visionaries publishing in the post-war period, psychoanalysis critic, and philosopher Jean Gebser (1985), sensing the on-going essential change in consciousness and sense of the world transformations, the symptoms of which he noted in the various arts, attempted to relate these symptoms to the rising traits of spiritual integral, egocentricity trespassing consciousness. It will be still a long time until the coming of integral consciousness, but the full cultural, psychological and mental mutation had not only been predicted but was founded on artistic and

cultural forms as well as on the analysis of forms of thinking which in a sense provide their own historical roots. In this regard different cultural and artistic fields can be investigated historically by their evolution towards Postmodernism, and they do not deny, but rather support the significance of the mentioned junction. By the way, namely in the 1970s the political cultural platform of fundamentalist Islam arose, the impact of which is felt ever more in the Postmodern Western world.

Another date is 1989, the transition into the last decade of the 20th c. when the countries of Eastern and Central Europe freed themselves from Soviet occupation and started to implement rapidly the so called neo-liberal agenda of economic, social, and cultural reforms. The region's transition enlivened the Postmodernity with revived formations of European modernization and most of all of the Soviet socio-cultural and ethno-cultural derivatives as well as nationalistic feelings and historical images. Attempting to conceive the realities of the Post-communist transitions, one needs to keep in mind that the former political elite in this region managed to preserve strong positions, took over the helm of free market reforms, and created in some states oligarchic type corrupt political systems. The rapid and deliberate implementation of the neo-liberal agenda allowed one to sense how the capitalist system was being created and implemented, how the system legitimizing ideology worked, how society was stratified into social layers according to acquired political and economical strength. What in the so-called developed Western countries with all the changing modernization stages lasted naturally for decades – the Post-communist countries managed to fly by in two or three years. The experienced changes and an attained attitude of hermeneutic “suspicion” helped the author to note the ideological aspect of the reforms and find the quite painful truth that the very liberation from the Soviet ideology has an ideological character and it is impossible to find an ideology free area for the life and self-expression of a free man. This

“suspicion” led to conclusion that various “liberations”, especially conducted in the Post-communist states, contain in themselves various manacles imposed by scientific economist as well as “new management” ideologies and “free market” cults. The assertion about the end of ideology turned out to be propaganda helping to realize the neoliberal agenda.

Because the author was not particularly concerned with historical matters the insights of K. Marx and M. Heidegger were used as theoretical instruments. The first articles, giving rise to the book, had been written on the basis of the investigations into “present” condition. Efforts were made to understand the present condition and to ground its order theoretically. However, the book was finished in the second half of 2008 when the world economy crisis, rapidly acquiring features of a systemic crisis, flourished. The nature of free speculative capital was especially spotlighted as subjugating not only economy but also the political system as well as the social development – the world banking system turned out to be a too corrupt money “production” corporation fed by state budget funds. The world crisis is the present, which marks the systematic change or conversion of the current and, thus, even the recent, even if ten year long, present obtains a historical aura of the past which is going to be even stronger in several years when the present will be divided into the pre-crisis and post-crisis times, and the field of crisis transition theory will be formatted as an area for research. For the time being one can only intuitively sense the scale of transformations and it is hardly reasonable to get involved in discussions about the future. Only two things should be noticed. As the crisis period gives the book traits characteristic of historical investigation and the book will appear to a reader as a discussion about the pre-crisis past, one has to accept the unpredictable alternating whims of Postmodernity – the present turns into the past not yet finding time to acquire its own semblance perceived in entirety. Another important aspect is that Post-communist societies are

living through, so to say, a double crisis: both of systemic capitalism and of those characteristics to societies in transition.

Without going into discussions about the future, nevertheless, it is important to answer the question at least to ourselves – may be the crisis mark the Postmodernity conditional shift and the formation of another stage of capitalism. It is considered that capitalism has not yet reached the stage of its development when capital itself becomes the main obstacle for further capital accumulation and starts creating systemic conditions for self-elimination. Regardless of how a capitalist system would change, and it is possible for it to enter into a continuing state of crisis with abrupt stumbles and quakes, regardless of what traits would spring up, the essential activity of the commoditization and resourcification will not disappear; the temptation of nano and biotechnology influenced immortality will be implanted as a scientific world view feature. Even the weakening of consumption or its conscious cultural, political limitation, we believe, would not be able to change the process of the colonization of life, which is determined by an attempt to overcome the abyss between living and inanimate nature based on the interaction of bio-nano-info technologies. The more probable are changes in the consumption regime, for example, while realizing the attitude of moderate consumption or sustainable development, nevertheless the sector of biogenetic industries and the ideology encouraging the consumption of biogenetic commodities arising from genetic technology might be strengthened.

Some chapters of the book are more theoretical than others but even the latter do not escape theoretical “excursions”. Since the focus was made on the formation of the Postmodernity condition and its characteristics, the capitalist development stage during which people were converted into the labor force and the latter – into an exchange value was not discussed in detail considering it to be a known fact. After all, the ability to sell oneself in the market is the essential guideline of the training in the education system and also a desired trait of self-training, which

is wrapped in the garments of personal liberty and free choice. One is free when s/he is able to sell himself in various markets. The better it sells – the higher is the degree of freedom. A deeper analysis is directed first towards the commodification and resourcification of culture and later of life. H. Lefebvre (1999; 2000) and D. Harvey (1985) stressed the importance of place and space for the accumulation of capital, showing that the development of modern capitalism acquires the forms of industrialization and urbanization. Thus, it is characteristic for the Postmodernity condition the spread of an urban economy.

The first chapter of the book *Postmodern Capitalism: Consumption, Commoditization and Resourcification* reveals the understanding of Postmodernity as a stage in capitalism development. The division between Modernity and Postmodernity is explained from the point of view of newly commoditized spheres – culture, life and body, as well as politics. The analysis of capitalism development is based on the insights of Marx and Heidegger that are considered to be the conceptual framework for preserving a big explanatory power on “ontology of presence”. The commoditizing power of capital, conditioning human activities, based on the insights of Marx is connected with the essential feature of the Modernity as discussed by Heidegger – the alliance of science, technique, and production in its projective accountancy convert all the human living world and even man himself into raw materials and resource. There is an attempt to support the view that the commoditization and resourcification of man and his world are processes supporting and stimulating each other which in a universal (global) way manifest themselves in Postmodernity after the inexhaustible resources in life, human body and spiritual activities were discovered. As globalizing geographical and cultural capitalism expansion is proceeding to the sphere of information and genetics there are new flexible demarcation lines of commoditizing power set in the “territory” of life. Market relations go beyond all cultural territorial settlement and are directed towards

the inexhaustible biogenetic layers of wealth for its embezzlement and assimilation requiring so called smart machines being created on the basis of informational nano- and genetic engineering technologies. As private property relations embrace the genetic riches of nature and convert them into resource the subject of knowledge seems to be meeting the self proclaimed goal of universal secularization. As a carrier and producer of genes he is luring people with eternal modes of their genetic informational layers that it will be possible to maintain in any place in the Universe. The temptation of "immortality" which will become especially strong when the genetic code is under control (the theme of code should be noticed in artistic creation) is a Postmodern manifestation of power to rule inevitably dividing humanity according to individual opportunities to seek "immortality" and to obtain it. Temptation with immortality is grounded on and stimulated by genetic technological discourse. In the field of postmodern theorizing some versions of postmodern "immortality" are discussed – at the end of the first chapter "immortality" is viewed from the standpoint of Z. Bauman and J. Baudrillard.

Marxism classics pointed out the dynamic, breaking all relations and overcoming them nature of capital power, which is expressed as an extraordinary transgression in various theories analyzing the condition of the "present". The second chapter *The Universal Transgressiveness of Capitalism* deals with the systemic transgressiveness of consumer capitalism, its proliferation and manifestation forms are discussed. These forms are tied to the fixation of new forms of expressions of corporality and sexuality that also acquire the form of a sexual citizen. An attempt is made to demonstrate that the unconditional linkage of transgression and pleasure, providing that connection with the sign of individual liberation turns into an important factor of consumption ideology. Since the practices based on artistic transgression whose commercial form is hidden by liberation ideology are very important for consumer and consumption capitalism, it is of interest to see

how the power of the liberated “desiring-machines” and nomadic subjectivity (G. Deleuze) can express themselves. The question is raised if the consumption capitalism has not advanced so far that the commoditizing activities are able to run ahead of various means of transgressive liberation. The chapter ends with a return to G. Hegel's aesthetic insights which are used to explain the activity of making art an everyday matter or releasing it from its artistic substance characteristic of Late Modernity and Postmodernity. An issue is how to conceive art and artistic practices after the “death of art”.

The rapid spread of consumption and its ideology in liberated from the Soviet occupation Lithuania encouraged the effort to explore the factors and premises for the maturing of Western consumption and consumer society. The essential idea expressed by Marx defining the nature of capitalism is that production is for consumption; and, thus, the consumption becomes not only the goal of any production, but its condition and prerequisite. The third chapter *Postmodern Consumption: Culture and Mass-media Industry* examines the features of consumer capitalism making more clear the meaning of culture, becoming pop and media culture, in its role of strengthening of consumption based social relations and of a consumptive world-view in general. The development line of capitalism is drawn in this way: culture commodification and its transformation into signs acquiring an identities forming force and uncurling as inducement of life styles and images. While analyzing the capitalistic traits of consumption some peculiarities of the former socialist consumption are demonstrated and the nature of socialist “satisfying needs” is described. The desire for consumption encouraged by the various conditions of scarcity prevailing in socialism became a good basis for accelerating the creation of a consumer society, confirming the incomparable importance of “free” consumption. Consumption is usually understood as meeting the needs and wishes of an individual but the imperative of unrestricted capital

accumulation also introduces unlimited growth to the economy and that is why consumption cannot remain a matter only of the individual consumer and his choice. The analytical conclusions of J. K. Galbraith and Baudrillard that under capitalist consumption conditions needs and wishes are produced simultaneously with commodities and commodified services and fill in the deficit created by the same cultured economy are taken into account. Culture becomes a force of the economy in two respects. Culture becomes involved with the economy in such a way that it starts producing needs and fixates them as a vision or goal of the higher living level and at the same time needs are implanted as means for social identity construction. The understanding of a cultural industry by Th. W Adorno, stating that the modern culture is acquiring an industrial character and is becoming a flow of produced and multiplied commodities, thus, becoming more and more mass and popular, is presented. Popular culture and mass-media culture expand the opportunities to form the necessary consumer, to change consumption regimes, to introduce identity construction and reconstruction into the consumption area as well as life styles, beliefs and world sensations. Under the conditions of Postmodern consumption the personal structure of an individual is changing. This transformation process is described as subject fragmentation that is discussed with the help of multiple subject images. Subject fragmentation is connected with the segmentation of the global capitalist market when identity and life style markets with this sort of consumption emerge and expand. The consumption of identities and life styles switches on pleasure received from transgression when transgression is conceived a necessary overcoming and rejection of older identities for construction and experiencing new ones. Identity consumption spreads with the fixation of consumption of signs, information and images. The characteristic of this kind of consumption is discussed with the help of the criticisms of use value fetishism expressed by Baudrillard. The chapter ends with the review of

approaches to culture and consumption dispersed in the field of postmodern theory.

The concept of the “free market”, on which political liberty is also based, is used to define capitalism. The development of Postmodernity is related to the dominance of a neo-liberal agenda whose objective was to loosen the market from state control. Post-communist countries had a very strong faith in an invisible but well wishing market hand which was supposed to provide not only economic but also social well-being. The state was being more and more depicted as a certain mechanism hindering the activities of the free market to work and to express its full abilities. This approach was maintained by various “free market” agencies and expert groups helping Post-communist governments to implement reforms based on the rapid transfer of the so called property of the people into private hands. The fourth chapter of the book *Market “Liberties”, Mass Media and Democracy* discusses the meaning of the free market concept and accentuates the ideological nature of this understanding. Namely, the conducted reforms evidently have shown that markets are the results of deliberate state policy; the markets are established and regulated, and the free market ideology hinders the clear understanding that the freedom of the market is negotiated and agreed upon. This liberty can survive only with the support and supervision of the state and the powers of states. By diminishing state powers there are attempts to free certain global business sectors, especially financial ones, from the supervision of society and to join state powers with the interests of large corporations. The ideology of the market liberty was examined taking into account the ideas of K. Polanyi. The spread of this ideology and its realization is much better understood with the help of the insights on scientific aspect of propaganda made by the unforgivably forgotten propaganda theoretician J. Ellul. The ideology of the “free market” creates ever better conditions for the spread of commercialization. This spread covers the two closely interrelated areas of mass-media

and politics. Mass-media is treated as business whose main goal is profit. The question is – who is selling to whom and how. An analysis of particular manifestations of commoditization leads to the conclusion that the mass-media that became entrenched as the most economically powerful agent between politics and society is the fundamental expression tool of merchandizing power. The mass-media commoditize the public and sell it to advertising and public relations companies which in turn sell their services to politicians. In this way commercial buying and selling relations as well as relations of political business are fixed in public policy. The understanding of this view of society is based on the analysis of G. Debord because spectacles and presentations are special commodities of the political market and at the same time very effective means of political influence. Since commercial and political marketing principles are implemented in politics it is ever more complicated to talk about political actions for the development of democracy. Various vices linked to commercial relations begin to erode democracy, the notion of truth is disappearing, and political transparency starts being simulated, despite the fact that there was never much of it.

The last chapter of the book *Postmodern Urbanism and City* looks at the development of capitalism from the point of view of urban expansion. Since urbanization is tied to globalization the basic features of globalization are discussed which were in one or another aspect highlighted by various theoreticians. The expansion of large cities which sometimes is outlined as urban economy became ever more rapid at the end of 20th c. when the capitalist system under the influence of globalization processes went from the fordist to the post-fordist regime. The large, global or world cities begin to be considered as places where globalization processes acquire forms of urban expression and start fostering these processes themselves. In city theory “dynamic” images of city as a node of networks and flows prevail and they are based on the rethinking of the elaborations by H. Lefebvre, M. Castells

and other theoreticians on place, space and scope. Urban space is considered as multiple social space produced and changed by capitalist order, and in urban theory relational space and spatial understanding supplement and also change the essentialist one, which is maintained by Euclidean imagination of empty spaces "filled" with urban structures. The condition of Postmodernity is in one way or another related to global cities and their networks, which were examined by S. Sassen and other scholars. Various hierarchies of global cities have expanded and in every one of them New York, London, Tokyo, and Paris are the most important. Nevertheless, Los Angeles is evaluated as meeting the highest Postmodern city standard and its investigations encouraged the stream of Postmodern urbanism. The conceptions of global and postmodern city as well as various hierarchies of cities made by different researchers are involved in the discussions of the possibilities of Vilnius metropolization.

Europe is being urbanized under the influence of globalization and Euro-integration. Globalization and Euro-integration processes swiftly change the nature of state powers and the relationship of the state with cities. Globalization determines the common urban guidelines of economic development and the EU conducted policies to raise as much as possible the powers of the state to the supra state level and to lower them to the regional level ("Europe of Regions") stimulate the multi-level partnership of cities developed on the basis of the decentralization of state power. Urban development based on the concept of neoliberal market (global cities, metropolitan areas, urban agglomerations and regions) increase the economic, political and cultural power of the cities and international city networks. Cities and regions acquire ever more independence; there is an obvious shift in their administration from a centralized to a multi-leveled or networked model, from managerial to entrepreneurial ruling. EU implemented regional policy not only provides opportunities to establish direct connections of regions and cities but also encourages the creation of

new city administration models which would ensure partnership between authorities, society and business and would help urban regions to become competitive in global markets. The development of cities defines large-scale renovation works, new information and communication technologies as well as the production of services, mass-media, and financial and cultural industry commodities. However, urban development based on the neoliberal approach in turn encourages the fragmentation of urban texture, social alienation, weakening of social reproduction, i.e., problems of urban origin that are in need of balanced city and state cooperation for their resolution. The chapter ends with a review of the some traits of Lithuanian urban capitalism. Considerations are made on how Vilnius city politicians, the business elite and urban specialists conceive and regard the dynamics of state and city relations and how in urban development European practices are incorporated on the basis of social innovations and discursive coalitions to involve the city's society and communities into urban development.

literatūra >

- Adorno, Theodor W., 1969: „Einleitungsvortrag zum 16. deutschen Soziologentag“, in: *Spätkapitalismus oder Industriegesellschaft*, Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag, p. 12–26.
- Adorno, Theodor W., 2001a: *The Culture Industry*, London and New York: Routledge.
- Adorno, Theodor W., ir Horkheimer, Max, 1979: *Dialectic of Enlightenment*, London: Verso.
- Albrow, Martin, 1997: *The Global Age: State and Society Beyond Modernity*, Stanford: Stanford University Press.
- Allan, Kenneth, 2000: „A Formalization of Postmodern Theory“, *Sociological Perspectives* 43(3), p. 363–385.
- Amani, Bita, ir Coombe, Rosemary J., 2005: „The Human Genome Diversity Project: The Politics of Patents at the Intersection of Race, Religion, and Research Ethics“, *Law and Policy* 27(1), p. 152–188.
- Amin, Ash, ir Thrift, Nigel, 2002: *Cities: Reimagining the Urban*, Cambridge: Polity Press.
- Appadurai, Arjun, 1996: *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis and London: University of Minnesota Press.
- Arrighi, Giovanni, 1996: *The Long Twentieth Century: Money, Power, and the Origins of Our Times*, London and New York: Verso.
- Axtmann, Robert, 2004: „The State of the State: The Model of the Modern State and Its Contemporary Transformation“, *International Political Science Review* 26(3), p. 259–279.
- Baylis, Françoise, ir Robert, Jason Scott, 2004: „The Inevitability of Genetic Enhancement Technologies“, *Bioethics* 18(1), p. 1–26.
- Balkin, Jack M., 1999: „How Mass Media Simulate Political Transparency“, *Cultural Values* 3(4), p. 293–314.
- Barta, Tony, 1998: „Film Nazis: The Great Escape“, in: *Screening the Past: Film and the Representation of History*, ed. T. Barta, Westport, CT: Praeger, p. 127–148.
- Baudrillard, Jean, 1989: *Selected Writings*, ed. M. Poster, Cambridge: Polity Press.
- Baudrillard, Jean, 1993a: *Symbolic Exchange and Death*, London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Baudrillard, Jean, 1993b: *The Transparency of Evil: Essays on Extreme Phenomena*, London and New York: Verso.
- Baudrillard, Jean, 1998: *The Consumer Society: Myths and Structures*, London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Baudrillard, Jean, 2000: *The Vital Illusion*, ed. J. Witwer, New York: Columbia University Press.
- Bauman, Zygmunt, 1992: *Intimations of Postmodernity*, London and New York: Routledge.
- Bauman, Zygmunt, 1993: *Postmodern Ethics*, Cambridge (UK) and Malden (USA): Polity Press.
- Bauman, Zygmunt, 1997: *Postmodernity and Its Discontents*, New York: The New York University Press.
- Bauman, Zygmunt, 1998: *Globalization: The Human Consequences*, Cambridge: Polity Press; liet. vert. *Globalizacija: pasekmės žmogui*, vertė V. Rubavičius, Vilnius: Strofa, 2002; 2-as leid. 2007.

- Bauman, Zygmunt, 2001: „The Making and Unmaking Stranger”, in: *Debating Cultural Hybridity: Multi-cultural Identities and the Politics of Anti-racism*, ed. P. Werbner and T. Modood, London and New Jersey: Routledge, p. 46–57.
- Bauman, Zygmunt, 2005: *Liquid Life*, Cambridge (UK) and Malden (USA): Polity Press.
- Bauman, Zygmunt, 2007: *Consuming Life*, Cambridge (UK) and Malden (USA): Polity Press.
- Beck, Ulrich, ir Lau, Christoph, 2005: „Second Modernity as a Research Agenda: Theoretical and Empirical Explorations in the „Meta-change” of Modern Society”, *The British Journal of Sociology* 56(4), p. 525–557.
- Bell, Daniel, 2003: *Kapitalizmo kultūriniai priedaravimai*, Vilnius: ALK/Alma littera.
- Best, Steven, ir Kellner, Douglas, 1991: *Postmodern Theory: Critical Interrogations*, London: Macmillan.
- Best, Steven, ir Kellner, Douglas, 2001: *The Postmodern Adventure: Science, Technology, and the Cultural Studies at the Third Millenium*, London: Routledge.
- Blažek, Jiri, et. al. 2008: „Regional Development of Prague, and Application of the Four-Capital Model to the Issue of Urban Sprawl”, *European Environment* 18, p. 96–109.
- Bocock, Robert, 1993: *Consumption*, London: Routledge.
- Boggs, Carl, 2001: „Postmodernism in the Movie”, *New Political Science* 23(3), p. 351–370.
- Borraz, Olivier, ir John, Peter, 2004: „The Transformation of Urban Political Leadership in Western Europe”, *International Journal of Urban and Regional Research* 28(1), p. 107–120.
- Bourdeau-Lepage, Lise, 2004: „Metropolization in Central and Eastern Europe: Unequal Chances”, *GaWC Research Bulletin* 141.
- Bowen, Leslie M., 2005: „Reconfigured Bodies: The Problem of Ownership”, *Communication Theory* 15(1), p. 23–38.
- Brenner, Neil, 1999: „Globalization as Reteritorialization: The Re-scaling of Urban Governance in the European Union”, *Urban Studies* 36(3), p. 431–451.
- Brenner, Neil, 2000: „Building ‘Euro-Regions’: Locational Politics and the Political Geography of Neo-Liberalism in Post-Unification Germany”, *European Urban and Regional Studies* 7(4), p. 319–345.
- Brown, Jonathan S., 2001: „Genetic Manipulation in Humans as a Matter of Rawlsian Justice”, *Social Theory and Practice* 27(1), p. 83–110.
- Butler, Tim, 2007: „Re-urbanizing London Docklands: Gentrification, Suburbanization or New Urbanism?”, *International Journal of Urban and Regional Reserch* 31(4), p. 759–781.
- Callon, Michel, 1998: „Introduction: The Embeddedness of Economic Markets in Culture”, in: *The Laws of the Market*, ed. M. Callon, Oxford, Malden: Blackwell Publishers/The Sociological Review.
- Canclini, Néstor Garsia, 2001: *Consumers and Citizens: Globalization and Multicultural Conflicts*, Minneapolis and London: University of Minnesota Press.
- Castells, Manuel, 1972: *The Urban Question*, Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Castells, Manuel, 1989: *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban Regional Process*, London: Backwell.
- Castells, Manuel, 1996: *The Rise of the Network Society*, Oxford: Blackwell.

- Castells, Manuel, 1998: *The Information Age: Economy, Society, and Culture*, vol. 3: *End of Millenium*, Malden (Ma.) and Oxford (UK): Blackwell.
- Certeau, Michel de, 1988: *The Practice of Everyday Life*, Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Confino, Alan, ir Koshar, Rudy, 2001: „Regimes of Consumer Culture: New Narratives in Twentieth-Century German History“, *German History* 19(2), p. 135–162.
- Connor, Steven, 1997: *Postmodernist Culture: An Introduction to Theories of the Contemporary*, 2nd ed., Oxford (UK) and Malden (USA): Blackwell.
- Crook, Stephen, Pakulski, Jan, ir Waters, Malcolm, 1992: *Postmodernization: Change in Advanced Society*, London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Dear, Michael, ir Flusty, Steven, 1998: „Postmodern Urbanism“, *Annals of the Association of American Geographers* 88(1), p. 50–72.
- Debord, Guy, 1995: *The Society of Spectacle*, New York: Zone Books; liet. vert. *Spektaklio visuomenė*, vertė D. Gintalas, Vilnius: kitos knygos, 2006.
- Deleuze, Gilles, 2000: „The Idea of Genesis in Kant's Aesthetics“, *Angelaki* 5(3), p. 351–370.
- Deleuze, Gilles, ir Guattari, Felix, 1994: *Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia*, introduction M. Foucault, tr. by R. Hurley, M. Seem and H. R. Lane, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Denzin, Norman K., 2001: „The Seventh Moment: Qualitative Inquiry into the Practices of More Radical Consumer Research“, *Journal of Consumer Research* 28(2), 2001, p. 327–336.
- Der Derian, James, 2001: *Virtuous War: Mapping the Military-Industrial-Media Entertainment Network*, Boulder (USA) and Oxford (UK): Westview Press.
- Derrida, Jacques, 1987: *The Truth in Painting*, Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Dewar, Elaine, 2004: *The Second Tree: Stem Cells, Clones, Chimeras, and Quests for Immortality*, New York: Carrol and Graf Publishers.
- Dickenson, Donna, 2004: „Consent, Commodification and Benefit-sharing in Genetic Research“, *Developing World Bioethics* 4(2), p. 109–124.
- Douglas, Mary, ir Ney, Steven, 1998: *Missing Persons: A Critique of Personhood in the Social Sciences*, Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Ebbesen, Mette, 2008: „The Role of Humanities and Social Sciences in Nanotechnology Research and Development“, *Nanoethics* 2, p. 1–13.
- Edelman, Murray, 2002: *Politinio spektaklio konstravimas*, vertė A. Degutis, Vilnius: Eugrimas.
- Ellul, Jacques, 1973: *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, New York: Vintage Books.
- EUD, 1998: European Union Directive OJ L213/13 98/44, prieiga internetu: http://europa.eu.int/eur-lex/en/lif/dot/1998/en_398L0044.html.
- Featherstone, Mike, 1991: *Consumer Culture and Postmodernism*, London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Featherstone, Mike, 1995: *Undoing Culture*, London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Firat, Fuat A., ir Dholakia, Nikhilesh, 2006: „Theoretical and Philosophical Implications of Postmodern Debates: Some Challenges to Modern Marketing“, *Marketing Theory* 6(2), p. 123–162.

- Fiske, John, 2001: *Understanding Popular Culture*, London and New York: Routledge; liet. vert. *Populiariosios kultūros supratimas*, vertė E. Macevičiūtė, Vilnius: Žara, 2008.
- Flusty, Steven, 2001: „The Banality of Interdiction: Surveillance, Control and the Displacement of Diversity”, *International Journal of Urban and Regional Research* 25(3), p. 658–664.
- Foucault, Michel, 1972: *The Archeology of Knowledge and the Discourse on Language*, New York: Pantheon Books.
- Foucault, Michel, 1977: *Language, Counter-Memory, Practice: Selected Essays and Interviews*, ed. D. Bouchard, Oxford: Blackwell.
- Foucault, Michel, 2003: „Society Must Be Defended”, Lectures at the College de France, 1975–1976, ed. M. Bertani and A. Fontana, New York: Picador.
- Friedman, Jonathan, 1996: *Cultural Identity and Global Process*, London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Friedmann, John, ir Wolff, Goetz, 1982: „World City Formation: An Agenda for Research and Action”, *International Journal of Urban and Regional Research* 6(3), p. 309–344.
- Galbraith, John K., 1969: *The Affluent Society*, 2nd rev. ed., Boston: Houghton Mifflin Company.
- Galbraith, John K., 1971: *The New Industrial State*, 2nd rev. ed., Boston: Houghton Mifflin Company.
- Gandy, Matthew, 2005: „Cyborg Urbanization: Complexity and Monstrosity in the Contemporary City”, *International Journal of Urban and Regional Research* 29(1), p. 26–49.
- Garforth, Kathryn, 2006: „When Worlds Collide: Biotechnology Meets Organic Farming in *Hoffman v Monsanto*”, *Journal of Environmental Law* 18(3), p. 457–477.
- Garrett, Geoffrey, 1998: *Partisan Politics in the Global Economy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Gebser, Jean, 1985: *The Ever-present Origin*, Athens: Ohio University Press.
- Gergen, Kenneth J., 2000: *The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life*, New York: Basic Books.
- Giddens, Anthony, 1992: *The Consequences of Modernity*, Cambridge: Polity Press.
- Gidwani, Vinay, 2008: „Capitalism's Anxious Whole: Fear, Capture and Escape in the *Grundrisse*”, *Antipode* 40(5), p. 857–878.
- Glennie, Paul, 1998: „Consumption, Consumerism and Urban Form: Historical Perspectives”, *Urban Studies* 35(5/6), p. 927–952.
- Goldman, Robert, ir Papson, Stephen, 1996: *Sign Wars: The Cluttered Landscape of Advertising*, New York and London: The Guilford Press.
- Gotdiener, Mark, 2000: *New Forms of Consumption: Consumers, Culture, and Commodification*, ed. M. Gotdiener, Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Graham, Stephen, 2001: „Information Technologies and Reconfiguration of Urban Space”, *International Journal of Urban and Regional Research* 25(2), p. 405–410.
- Gray, John, 1997: *Endgames: Questions in Late Modern Political Thought*, Cambridge: Polity Press.
- Groys, Boris, 2008: *Art Power*, Cambridge, MA., London: The MIT Press.
- Grossberg, Laurence, Vartella, Ellen, ir Whitney, Charles, 1998: *MediaMaking: Mass Media in a Popular Culture*, Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publications.
- Grunwald, Armin, ir Julliard, Yannick, 2007: „Nanotechnology – Steps Towards Understanding Human Beings as Technology?”, *NanoEthics* 1, p. 77–87.

- Guattari, Felix, 1995: *Chaosmosis: an Ethico-aesthetic Paradigm*, tr. by P. Bains and J. Pefanis, Sydney: Power Publications.
- Habermas, Jürgen, 1981: *Technik und Wissenschaft als Ideologie*, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Hall, Peter, 1966: *The World Cities*, New York: McGraw Hill.
- Haraway, Donna, 1991: *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature*, London: Free Association Books.
- Harris, John, 2004: „Immortal Ethics“, *Annals of the New York Academy of Sciences* 1019, p. 527–534.
- Harvey, David, 1985: *The Urbanization of Capital*, Baltimore and Oxford: Johns Hopkins University Press and Blackwell.
- Harvey, David, 1989: „From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism“, *Geogr. Ann.* 71 8(1), p. 3–17.
- Harvey, David, 1990: *The Condition of Postmodernity*, Oxford: Blackwell.
- Harvey, David, 2001: *Spaces of Capital: Towards a Critical Geography*, New York: Routledge.
- Healey, Patsy, 2004: „The Treatment of Space and Place in the New Strategic Spatial Planning in Europe“, *International Journal of Urban and Regional Research* 28(1), p. 45–67.
- Hegel, Georg W. F., 1955: *Aesthetik*, Berlin: Aufbau-Verlag.
- Heidegeris, Martynas, 1992: *Rinktiniai raštai*, vertė A. Šlogeris, Vilnius: Mintis.
- Heidegger, Martin, 1954: *Vorträge and Aufsätze*, Pfullingen: Neske.
- Heidegger, Martin, 1972: *Holzwege*, Frankfurt am Main: Klosterman.
- Held, David, 1995: *Democracy and the Global Order: From Modern State to Cosmopolitan Governance*, Stanford: Stanford University Press.
- Hilton, Matthew, 2000: „Review Article: Class, Consumption and the Public Space“, *Journal of Contemporary History* 35(4), p. 655–666.
- Horschelmann, Kathrin, 2002: „History after the End: Post-socialist Difference in a (Post)modern World“, *Transactions of the Institute of British Geographers* NS 27, p. 52–66.
- Huyssen, Andreas, 1984: „Mapping the Post-modern“, *New German Critique* 33, p. 5–52.
- Jackelén, André, 2002: „The Image of God as *Techno Sapiens*“, *Zygon* 37(2), p. 289–302.
- Jackson, Peter, 2002: „Commercial Cultures: Transcending the Cultural and the Economic“, *Progress in Human Geography* 26(1), p. 3–18.
- Jameson, Fredric, 1996: *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, London: Verso.
- Jameson, Fredric, 1998: *The Cultural Turn, Selected Writings on the Postmodernism, 1983–1998*, London and New York: Verso; liet. vert. Kultūros posūkis. *Rinktiniai darbai apie postmodernizmą, 1983–1998*, vertė A. Mardosaitė, Vilnius: Lietuvos rašytojų sąjungos leidykla.
- Jameson, Fredric, 2005: *Archaeologies of the Future: The Desire Called Utopia and Other Science Fictions*, London and New York: Verso.
- Jencks, Charles, 2002: *The New Paradigm in Architecture: The Language of Post-modernism*, New Haven and London: Yale University Press.
- Jessop, Bob, 1997: „Capitalism and its Futures: Remarks on Regulation, Government and Governance“, *Review of International Political Economy* 4(3), p. 561–581.
- Jessop, Bob, 2002a: *The Future of the Capitalist State*, Cambridge: Polity Press.
- Jessop, Bob, 2002b: „Liberalism, Neoliberalism, and Urban Governance: A State-Theoretical Perspective“, *Antipode* 34(3), p. 452–472.

- Jakubaitis, Alvydas, 1997: *Postmodernizmas ir konservatizmas*, Kaunas: Naujasis lankas.
- Jakubaitis, Alvydas, 2005: *Trys politikos aspektai: praktika, teorija, menas*, Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Juškevičius, Pranciškus, ir Valeika, Vidualdas, 2007: *Lietuvos miestų sistemų raida*, Vilnius: Vilniaus Gedimino technikos universiteto leidykla.
- Kantas, Imanuelis, 1991: *Sprendimo galios kritika*, vertė R. Plečkaitis, Vilnius: Mintis.
- Kellner, Douglas, 1995: *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*, London and New York: Routledge.
- Kellner, Douglas, 1996: „Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities“, in: *Modernity and Identity*, ed. S. Lash and J. Friedman, Oxford (UK) and Cambridge (USA): Blackwell, p. 141–177.
- Kellner, Douglas, 2006: „Jean Baudrillard after Modernity: Provocations on a Provocateur and Challenger“, prieiga internetu: http://www.ubishops.ca/baudrillardstudies/vol3_1/kellnerpf.htm.
- Koolhaas, Rem, ir Mau, Bruce, 1997: *Small, Medium, Large, Extra-Large: Office for Metropolitan Architecture*, ed. J. Sigles, Köln: Benedikt Taschen Verlag.
- Kozinets, Robert V., 2001: „Utopian Enterprise: Articulating the Meanings of Star Trek's Culture of Consumption“, *Journal of Consumer Research* 26 (June), p. 67–88.
- Krätke, Stefan, 2003: „Global Media Cities in a Worldwide Urban Network“, *European Planning Studies* 11(6), p. 605–628.
- Kurzweil, Ray, 1999: *The Age of Spiritual Machines: When Computers Exceed Human Intelligence*, New York: Viking.
- LaCapra, Dominick, 1989: *Soundings in Critical Theory*, Ithaca and London: Cornell University Press.
- Langman, Lauren, 2003: „Culture, Identity and Hegemony: The Body in a Global Age“, *Current Sociology* 51(3/4), *Monograph* 1/2, p. 223–247.
- Langman, Lauren, ir Cangenie, Katia, 2003: „Globalization and the Liminal: Transgression, Identity and the Urban“, *Research in Urban Policy* 9, p. 141–176.
- Lash, Scott, 2002: *Critique of Information*, London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Lash, Scott, ir Urry, John, 1994: *Economies of Signs and Space*, London: SAGE Publications.
- Leaver, William F., 1999: „Competitive Cities in Europe“, *Urban Studies* 36(5/6), p. 1029–1044.
- Ledziak, Conrad, 2000: „On Explaining Consumption“, *Capital and Class* 72, p. 111–138.
- Lefebvre, Henry, 1999: *The Production of Space*, Oxford (UK) and Cambridge (USA): Blackwell.
- Lefebvre, Henry, 2000: *Writings on Cities*, Oxford (UK) and Malden (USA): Blackwell.
- Lentricchia, Frank, ir McAuliffe, Jody, 2002: „Graundzeroland, *The South Atlantic Quarterly* 101(2), p. 349–360.
- Lyotard, Jean-François, 1979: *La condition postmoderne: Rapport sur le savoir*, Paris: Mnuut; liet. vert. *Postmodernus būvis. Šiuolaikinį žinojimą aptariant*, Vilnius: baltos lankos.
- Lyotard, Jean-François, 1993: *Postmodern Explained: Correspondence 1962–1985*, introduction W. Godzich, Minneapolis and London: University of Minnesota Press.
- Lyotard, Jean-François, 1996: *The Inhuman: Reflections on Time*, Stanford: Stanford University Press.

- Lofgren, Orvar, 1998: „Consuming America: Ethnicity and National Identity in the Market-place“, in: *After Consensus: Critical Challenges and Social Change in America*, ed. H. Lofgren and A. Shima, Göteborg: Acta Universitatis Gothoburgensis.
- Man, Paul de, 1996: *Aesthetic Ideology*, ed. A. Warminski, Minneapolis and London: University of Minnesota Press.
- Marksas, Karlas, ir Engelsas, Frydrichas, 1988: *Komunistų partijos manifestas*, Vilnius: Mintis.
- Marx, Karl, 1974: *Grundrisse der Kritik der politischen Ökonomie (Rohentwurf), 1857–1858*, Berlin: Dietz Verlag.
- McLeod, Gordon, 1999: „Place, Politics and ‘Scale Dependence’: Exploring the Structuration of Euro-Regionalism“, *European Urban and Regional Studies* 6(3), p. 231–253.
- Melucci, Alberto, 2001: „Identity and Difference in a Globalized World“, in: *Debating Cultural Hybridity: Multi-cultural Identities and the Politics of Anti-racism*, ed. P. Werbner and T. Modood, London and New Jersey: Routledge, p. 58–69.
- Miles, Steven, 2000: *Consumerism as a Way of Life*, London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Miller, Daniel, 2001: *The Dialectics of Shopping*, Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Miller, Vincent J., 2004: *Consuming Religion: Christian Faith and Practice in a Consumer Culture*, New York and London: Continuum.
- Miyoshi, Masao, 2001: „Turn to the Planet: Literature, Diversity and Totality“, *Comparative Literature* 53(4), p. 283–297.
- Moulaert, Frank, et al. 2007: „Introduction: Social Innovation and Governance in European Cities: Urban Development Between Path Dependency and Radical Innovation“, *European Urban and Regional Studies* 14(3), p. 195–209.
- Ngai, Pun, 2003: „Subsumption or Consumption? The Phantom of Consumer Revolution in „Globalizing“ China“, *Cultural Anthropology* 18(4), p. 469–492.
- Norkus, Zenonas, 2008: *Kokia demokratija, koks kapitalizmas? Pokomunistinė transformacija Lietuvoje lyginamosios istorinės sociologijos požiūriu*, Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- O Thuathail, Gearóid, 2000: „The Postmodern Geopolitical Condition“, *Annals of the American Geographers* 90(1), p. 166–178.
- O’Brian, Richard, 1992: *Global Financial Integration: The End of Geography*, London: Pinter.
- Ohmae, Kenichi, 1995: *The End of the Nation State: The Rise and Fall of Regional Economies*, London: HarperCollins.
- Oswald, Laura, 2003: „Branding the American Family: A Strategic Study of the Culture, Composition, and Consumer Behavior of Families in the New Millenium“, *The Journal of Popular Culture* 37(2), p. 309–335.
- Ott, Brian L., 2003: „I’m Bart Simpson, who the hell are you?“ A Study in Postmodern Identity (Re)Construction“, *The Journal of Popular Culture* 37(1), p. 56–82.
- Paterson, Gregory R., 2005: „Imagining God: Cyborgs, Brain-Machine Interfaces, and a More Human Future“, *Dialog: A Journal of Theology* 44(4), p. 337–346.
- Peters, Guy B., 1996: *The Future Governing: Four-Emerging Models*, Lawrence: University Press of Kansas.

- Polanyi, Karl, 1957: *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*, Boston: Beacon Press; liet. vert. *Didžioji transformacija: politinės ir ekonominės mūsų laikų ištakos*, Vilnius: Algarvė.
- Poster, Mark, 1996: „Databases as Discourse, or Electronic Interpellation“, in: *Detraditionalization*, ed. P. Heelas, S. Lash and P. Morris, Cambridge (Mass.) and Oxford: Blackwell.
- Rifkin, Jeremy, 2000: *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life is Paid-for Experience*, New York: Jeremy P. Tarcher and Putnam.
- Ritzer, George, 2000: *The McDonaldization of Society*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Pine Forge Press.
- Robertson, Roland, 1992: *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London, Newbury Park, New Delhi: SAGE Publications.
- Rubavičius, Vytautas, 2001: „Architektūra postmetafiziniame diskurse“, *Urbanistika ir architektūra* XXV(3), p. 111–117.
- Rubavičius, Vytautas, 2003a: *Postmodernusis diskursas: filosofinė hermeneutika, dekonstrukcija, menas*, Vilnius: Kultūros, filosofijos ir meno institutas.
- Rubavičius, Vytautas, 2003b: „Vartojimo ekonomika: kultūrinė poreikių gamyba“, *Problemos* 64, p. 25–37.
- Rubavičius, Vytautas, 2004a: „Populiarioji kultūra ir reklama: subjekto fragmentacija vartojimo kapitalizmo sąlygomis“, *Kultūrologija* 11. *Kultūros savitumas ir universalumas*, Vilnius: Kultūros, filosofijos ir meno instituto leidykla, p. 24–41.
- Rubavičius, Vytautas, 2004b: „Rinka, visuomenės informavimo priemonės ir politika“, in *Politika kaip komunikacinis žaidimas*, sud. L. Bielinis, Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, p. 10–31.
- Rubavičius, Vytautas, 2005a: „Klasikinės estetikos „įveika“: postmodernusis būvis ir populiarioji kultūra“, *Kultūrologija* 12: *Rytai – Vakariai* IV, sud. A. Andrijauskas, Vilnius: Kultūros, filosofijos ir meno instituto leidykla, p. 156–171.
- Rubavičius, Vytautas, 2005b: „Globalizuojamas bei globalizuojantis miestas – tinklų ir srautų mazgas“, *Urbanistika ir architektūra* XXIX (1 priedas), p. 3–12.
- Rubavičius, Vytautas, 2006a: „Postmodernusis suprekinimas: K. Marxo ir M. Heideggerio koncepciniai „rėmai“, *Problemos* 70, p. 149–159.
- Rubavičius, Vytautas, 2006b: „Transgresijos malonumas: tapatumų vartojimas“, *Athena* 1, p. 149–163.
- Rumsford, Chris, 2004: „The Organization of European Space: Regions, Networks, and Places“, *International Journal of Urban and Regional Research* 28(1), p. 225–229.
- Sayer, Andrew, 2001: „For a Critical Cultural Political Economy“, *Antipode* 33(4), p. 687–708.
- Sassen, Saskia, 1998: *Globalization and Its Discontents: Essay on the Mobility of People and Money*, New York: New Press.
- Sassen, Saskia, 2001a: *The Global City: New York, London, Tokyo*, Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Sassen, Saskia, 2001b: „Impacts of Information Technologies on Urban Economies and Politics“, *International Journal of Urban and Regional Research* 25(2), p. 411–418.
- Satz, Debra, 2007: „Liberalism, Economic Freedom, and the Limits of Markets“, *Social Philosophy and Policy* 24(1), p. 120–140.

- Savukynas, Virginijus, 2002: „Nuo „karnavalių“ iki „pramoginių“ politikų“, prieiga internetu: www.omni.lt/index.php?base/2_68749.
- Savukynas, Virginijus, 2003: „Nekoks vajzdialis“ arba pramoginių politikų poreikis Lietuvoje“, prieiga internetu: www.omni.lt/index.php?base/2_132499.
- Schudson, Michael, 1984: *Advertising: The Uneasy Persuasion*, New York: Basic Books.
- Schudson, Michael, 1989: „How Culture Works: Perspectives from Media Studies on the Efficacy of Symbols“, *Theory and Society* 18(2), p. 153–180.
- Scott, Allen J., 2006: „Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions“, *Journal of Urban Affairs* 28(1), p. 1–17.
- Seidman, Steven, ir Wagner, David G., 1992: *Postmodernism and Social Theory*, London: Blackwell.
- Sennett, Richard, 1998: *The Corrosion of Character: The Personal Consequence of Work in the New Capitalism*, New York: Norton.
- Silva, Vesta T., 2005: „In the Beginning Was the Gene: The Hegemony of Genetic Thinking in Contemporary Culture“, *Communication Theory* 15(1), p. 100–123.
- Simmel, Georg, 2007: *Sociologija ir kultūros filosofija*, vertė A. Lozuraitis, Vilnius: Margi raštai.
- Sites, William, 2003: *Remaking New York: Primitive Globalization and the Politics of Urban Community*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Slater, Don, ir Tonkiss, Fran, 2001: *Market Society: Markets and Modern Social Theory*, Cambridge: Polity Press; liet. vert. *Rinkos visuomenė*, vertė R. Tumėnaitė, Vilnius: Lietuvos rašytojų sąjungos leidykla, 2004.
- Smart, Barry, 1992: *Modern Conditions, Postmodern Controversies*, London and New York: Routledge.
- Smart, Barry, 1993: *Postmodernity*, London and New York: Routledge.
- Smith, David A., ir Timberlake, Michael, 2002: „Hierarchies of Dominance Among World Cities: A Network Approach“, in: *Global Networks, Linked Cities*, ed. S. Sassen, New York and London: Routledge, p. 117–141.
- Smith, Marquard, 2005: *Stelarc: The Monograph*, ed. M. Smith, Cambridge, MA., London: MIT Press.
- Smith, Neil, 2002: „New Globalism, New Urbanism: Gentrification as a Global Urban Strategy“, *Antipode* 34(3), p. 427–450.
- Soja, Edward W., 1995: *Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Theory*, London and New York: Verso.
- Stahre, Ulf, 2004: „City in Change: Globalization, Local Politics and Urban Movements in Contemporary Stockholm“, *International Journal of Urban and Regional Research* 28(1), p. 68–85.
- Stearns, Peter N., 1997: „Stages of Consumerism: Recent Work on the Issues on Periodization“, *Journal of Modern History* 69(1), p. 102–118.
- Strasser, Susan, 2002: „Making Consumption Conspicuous: Transgressive Logics Go Mainstream“, *Technology and Culture* 43(4), p. 755–770.
- Strinati, Dominic, 2002: *An Introduction to Theories of Popular Culture*, London and New York: Routledge.
- Strzelczyk, Florentine, 2008: „Our Future – Our Past: Fascism, Postmodernism, and Starship Troopers (1997)“, *Modernism / Modernity* 15(1), p. 87–99.

- Surya, Michel, 2000: *De L'Argent: la ruine de la politique*, Paris: Manuels Payot.
- Tereškinas, Artūras, 2001: *Kūno žymės: seksualumas, identitetas, erdvė Lietuvos kultūroje*, Vilnius: baltos lankos.
- Timic, Serra A., 1997: „United Colors and United Meanings: Benetton and the Commodification of Social Issues“, *Journal of Communication* 47(3), p. 3–25.
- Tomlinson, John, 2000: *Globalization and Culture*, Cambridge: Polity Press; liet. vert. *Globalizacija ir kultūra*, vertė A. Mardosaitė, Vilnius: Mintis.
- Turnbull, David, 1997: „Soc. Culture: Singapore“, in: *Architecture of Fear*, ed. N. Elin, New York: Princeton Architectural Press, p. 227–237.
- Turner, Fred, 2009: „Burning Man at Google: A Cultural Infrastructure for New Media Production“, *New Media and Society* 11(1–2), p. 73–94.
- Tylor, Peter J., et al., 2002: „Firms and Their Global Service Networks“, in: *Global Networks, Linked Cities*, ed. S. Sassen, New York and London: Routledge, p. 93–115.
- Tylor, Peter J., 2004: „Leading World Cities: Empirical Evaluation of Urban Nodes in Multiple Networks“, *GaWC Research Bulletin* 146. Prieiga internetu: www.lboro.ac.uk/departments/gy/research/gawc.html
- Valantiejus, Algimantas, 2004: *Kritinis sociologijos diskursas. Tarp pozityvizmo ir postmodernizmo*, Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Vanagas, Jurgis, ir Grabytė-Bėčienė, Kristina, 2003: „Metropolinių regionų ir centrų formavimosi sąlygos. Vilniaus ir Kauno dvimiesčio atvejis“, *Urbanistika ir architektūra* XXVII(3), p. 119–125.
- Vattimo, Gianni, 1988: *The End of Modernity: Nihilism and Hermeneutics in Postmodern Culture*, Stanford: Stanford University Press.
- Virilio, Paul, 2000: *The Information Bomb*, tr. by Ch. Turner, London and New York: Verso.
- Zhang, Shi, ir Sood, Sanjay, 2002: „Deep“ and „Surface“ Cues: Brand Extension Evaluation by Children and Adults“, *Journal of Consumer Research* 29(1), p. 129–141.
- Zukin, Sharon, 1998: „Urban Lifestyles: Diversity and Standardization in Space of Consumption“, *Urban Studies* 35(5–6), p. 825–839.
- Wahabiyashi, Mikio, 2002: „Urban Space and Cyberspace: Urban Environment in the Age of Media and Information Technology“, *International Journal of Japanese Sociology* 11, p. 6–18.
- Waldby, Katherine, ir Mitchell, Robert, 2006: „Tissue Economies: Blood, Organs and Cell Lines in Late Capitalism“, Durham: Duke University Press.
- Wallerstein, Immanuel, 1991: „Culture as the Ideological Battleground of the Modern World-System“, in: *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, ed. M. Featherstone, London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Wallerstein, Immanuel, 1998: *Utopistics: On Historical Choices of Twenty-first Century*, New York: The New Press.
- Wang, Xioyng, 1995: „Derrida, Husserl, and the Structural Affinity between „Text“ and the Market“, *New Literary History* 26(2), p. 261–282.
- Waters, Malcolm, 2001: *Globalization*, 2nd ed., London and New York: Routledge.
- Weeks, Jeffrey, 1998: „The Sexual Citizen“, *Theory, Culture and Society* 15(3–4), p. 35–52.
- Адорно, Теодор В., 2001b: *Эстетическая теория*, Москва: Республика.
- Арватов, Борис, 1923: *Искусство и классы*, Москва, Петроград: Государственное издательство.

Бодрияр, Жан, 2000: *Соблазн*, Москва: Ad Marginem.

Маркс, Карл, 1980: Экономические рукописи 1857–1861 годов. (Первоначальный вариант „Капитала“), t. 1, Москва: Политиздат.

Хайдеггер, Мартин, 2009: *Парменид*, перевод с немецкого А. П. Шурбелева, Санкт-Петербург: Владимир Даль.

asmenvardžių rodyklė >

A

Adorno, Theodor W. >> 20, 104–106, 132–133, 141–142, 148, 185, 245
Albrow, Martin >> 172
Allan, Kenneth >> 146
Althusser, Louis >> 161
Amani, Bitá >> 36, 59
Amin, Ash >> 203
Appadurai, Arjun >> 172
Arkadiou, Stelios >> 83
Arrighi, Giovanni >> 31
Arvatov, Boris >> 162
Axtmann, Robert >> 197

B

Baylis, Françoise >> 58
Balkin, Jack M. >> 186
Barroso, José Manuel >> 224
Barta, Tony >> 51
Bataille, George >> 73
Baudrillard, Jean >> 12, 18, 20, 21, 34, 46, 62, 64–68, 106, 122, 129, 131, 133, 137–144, 146, 148, 243, 245
Bauman, Zygmunt >> 12, 18, 62–64, 127, 132, 150–151, 165, 243
Beck, Ulrich >> 127, 151–153
Bell, Daniel >> 185, 191
Benjamin, Walter >> 106, 218
Best, Steven >> 12, 47, 54, 58, 93, 145, 152, 170
Blažek, Jiri >> 222
Bocock, Robert >> 100
Boggs, Carl >> 134
Borraz, Olivier >> 222
Bourdeau–Lepage, Lise >> 214–215
Bowen, Leslie M. >> 59
Brenner, Neil >> 203, 222, 231
Brown, Dan >> 53
Brown, Jonathan S. >> 16
Butler, Tim >> 227

C

Cage, John >> 147
Callon, Michel >> 162
Canclini, Néstor Garsía >> 172, 178–179

- Cangenie, Katia >> 78
 Carlsson, Ingvar >> 174
 Castells, Manuel >> 22, 28, 199, 202–203, 210, 247
 Certeau, Michel de >> 115–117
 Confino, Alan >> 103
 Connor, Steven >> 114
 Coombe, Rosemary J. >> 36, 59
 Crook, Stephen >> 147

D

- Dali, Salvador >> 144
 Dear, Michael >> 217–218
 Debord, Guy >> 22, 184, 247
 Deleuze, Gilles >> 19, 28, 84, 88, 244
 Denzin, Norman K. >> 120
 Der Derian, James >> 60
 Derrida, Jacques >> 89
 Descartes, René >> 54
 Dewar, Elaine >> 58
 Dickenson, Donna >> 46
 Dievas >> 48–49, 61, 65–67, 124, 128
 Dorling, Daniel >> 227
 Douglas, Mary >> 111
 Duessenberry, James S. >> 112

E

- Ebbesen, Mette >> 55
 Edelman, Murray >> 172, 183
 Ellul, Jacques >> 21, 179–181, 246
 Engels, Friedrich >> 74, 164

F

- Featherstone, Mike >> 12, 172
 Firat, Fuat A. >> 137
 Fiodorov, Nikolaj >> 61
 Fiske, John >> 115–116, 120
 Flusty, Steven >> 217–219
 Foucault, Michel >> 45, 125–126, 147, 205
 Friedman, Jonathan >> 165
 Friedmann, John >> 207, 215

G

- Gadamer, Hans-Georg >> 87, 93
Galbraith, John K. >> 20, 106–107, 110–113, 138, 140–141, 245
Gandy, Matthew >> 199
Garforth, Kathryn >> 57
Garrett, Geoffrey >> 174
Gebser, Jean >> 13, 238
Geertz, Clifford >> 172
Gergen, Kenneth >> 132
Giddens, Anthony >> 12, 153–154
Gidwani, Vinay >> 40
Glennie, Paul >> 101
Goldman, Robert >> 122
Gotdiener, Mark >> 101
Grabytė-Bėčienė, Kristina >> 230–231
Graham, Stephen >> 208
Gray, John >> 163, 174
Grazia, Victoria de >> 103
Groys, Boris >> 92
Grossberg, Laurence >> 117, 177
Grunwald, Armin >> 53
Guattari, Felix >> 84–86

H

- Habermas, Jürgen >> 145, 181
Hagens, Günther von >> 82–83
Hayek, Friedrich >> 159
Hall, Peter >> 206
Haraway, Donna >> 60–61
Harris, John >> 59
Harvey, David >> 12, 17, 23, 75, 198, 227–228, 242
Healey, Patsy >> 228, 231
Hebdidge, Dick >> 114
Hegel, Georg W. F. >> 19, 86, 90–91, 238, 244
Heidegger, Martin >> 15–17, 30–33, 40–44, 47, 49–51, 55–56, 60, 240, 242
Held, David >> 169, 191–192
Hilton, Matthew >> 101
Horkheimer, Max >> 131–132, 185
Horschelmann, Kathrin >> 156
Huyssen, Andreas >> 31

J

- Jackelén, André >> 61
 Jackson, Peter >> 149
 Jameson, Frederic >> 12, 30, 117, 130, 147–148, 152, 214
 Jencks, Charles >> 218
 Jessop, Bob >> 196–197, 205, 221
 John, Peter >> 222
 Jokubaitis, Alvydas >> 146
 Julliard, Yannick >> 53
 Juškevičius, Pranciškus >> 235

K

- Kant, Immanuel >> 48, 87–89, 104
 Kellner, Douglas >> 12, 47, 54, 58, 93, 118, 120–121, 143, 145–146, 152
 Koolhaas, Rem >> 219, 231
 Koshar, Rudy >> 103
 Kozinets, Robert V. >> 155
 Krätke, Stefan >> 198
 Kurzweil, Ray >> 60

L

- LaCapra, Dominick >> 119
 Langman, Lauren >> 78
 Lash, Scott >> 51, 149, 172, 184–185
 Lau, Christoph >> 81
 Leaver, William F. >> 216–217, 234
 Ledziak, Conrad >> 109
 Lefebvre, Henry >> 17, 22–23, 203–204, 209–210
 Lentricchia, Frank >> 136
 Lyotard, Jean-François >> 12, 46, 51, 89, 145, 148
 Locke, John >> 47
 Löfgren, Orvar >> 136

M

- MacIver, Robert M. >> 165–166
 Man, Paul de >> 89
 Marshal, Angela >> 79
 Marx, Karl >> 11, 15–17, 19, 31–36, 40, 42–44, 47, 50, 56, 74–75, 85, 97, 102–106, 116, 137–139, 150, 164, 203, 240, 242–244
 Mau, Bruce >> 219

McAuliffe, Jody >> 136
McLeod, Gordon >> 224
Melucci, Alberto >> 128
Meer, L. van der >> 217
Mendel, Ernst >> 147
Mendeļev, Dmitrij >> 45
Miles, Steven >> 101, 155
Miller, Daniel >> 116
Miller, Vincent J. >> 102, 114, 123
Mitchell, Robert >> 56
Miyoshi, Masao >> 108
Moulaert, Frank >> 232

N

Ney, Steven >> 111
Ngai, Pun >> 103
Norkus, Zenonas >> 14

O

O Thuathail, Gearoid >> 146
O'Brian, Richard >> 198
Ohmae, Kenichi >> 171
Oswald, Laura >> 134–135
Ott, Brian L. >> 133, 135, 189

P

Pakulski, Jan >> 147
Papson, Stephen >> 122
Paterson, Gregory R. >> 54
Patten, Simon N. >> 102
Peters, Guy B. >> 172–173
Pinochet, Augusto >> 168
Polanyi, Karl >> 21, 165–167, 175, 246
Poster, Mark >> 126

R

Rawls, John >> 16
Rifkin, Jeremy >> 57
Ritzer, George >> 129, 150
Robert, Jason Scott >> 58

- Robertson, Roland >> 172
 Rubavičius, Vytautas >> 11, 28, 145, 197–198, 217
 Rumsford, Chris >> 222

S

- Sayer, Andrew >> 149
 Sassen, Saskia >> 23, 197–198, 206–213, 215, 248
 Satz, Debra >> 160
 Savukynas, Virginijus >> 185
 Schudson, Michael >> 111, 198
 Scott, Allen J. >> 198
 Seidman, Steven >> 147
 Sen, Amartya >> 174
 Sennett, Richard >> 128
 Silva, Vesta T. >> 52, 56
 Simmel, Georg >> 41, 218
 Sites, William >> 226
 Slater, Don >> 129
 Smart, Barry >> 12
 Smith, Adam >> 159–160
 Smith, David A. >> 212–213
 Smith, Neil >> 198
 Smith, Marquand >> 83
 Smythe, Dallas W. >> 120
 Soja, Edward W. >> 218
 Sood, Sanjay >> 121
 Stahre, Ulf >> 231
 Stearns, Peter N. >> 101
 Stelarc Žr. Arkadiou, Stelios
 Strasser, Susan >> 75
 Strinati, Dominic >> 114–115
 Strzelczyk, Florentine >> 51
 Surya, Michel >> 190

T

- Tereškinas, Artūras >> 80
 Thatcher, Margaret >> 223
 Timberlake, Michael >> 212–213
 Timic, Serra A. >> 124
 Thrift, Nigel >> 203
 Thomas, Bethan >> 227
 Tylor, Peter J. >> 197–198, 213–214

Tomlinson, John >> 116
Tonkiss, Fran >> 129, 150
Turner, Fred >> 119
Turnbull, David >> 121

U

Urry, John >> 149, 172
Uspaskichas, Viktoras >> 190

V

Valeika, Vidualdas >> 235
Valantiejus, Algimantas >> 146
Vanagas, Jurgis >> 230–231
Vartella, Ellen >> 117, 177
Vattimo, Gianni >> 12, 147
Vilkaitis, Remigijus >> 190
Virilio, Paul >> 79

Z

Zhang, Shi >> 121
Zukin, Sharon >> 77, 201

Ž

Žižek, Slavoj >> 165

W

Wagner, David G. >> 147
Wahabayashi, Mikio >> 220
Waldby, Katherine >> 56
Wallerstein, Immanuel >> 108–109, 172–173
Wang, Xioyng >> 127
Warhol, Andy >> 144
Waters, Malcolm >> 102, 129, 147
Weeks, Jeffrey >> 77
Weber, Max >> 153
Whitney, Charles >> 117, 177
Wolff, Goetz >> 207, 215







KNYGOJE kapitalizmo raidos požiūriu aptariami esminiai postmodernybės būvio bruožai. Remiamasi nuomone, kad kapitalo savidauga yra kapitalizmo raidą skatinanti galia, įgaunanti socialinį ir kultūrinį visuomeninės saviorganizacijos pavidalą ir sykiu nustatanti visuomenės gyvenimo gaires.

POSTMODERNYBĖ – nauja kapitalizmo stadija, kuriai būdingas visa apimantis gyvybės suprekinimas ir suišteklėjimas. Ji siejama su tuo kapitalizmo tarpsniu, kai išugdoma vartojimo bei vartotojų visuomenė, o vartojimas tampa „natūraliu“ socialinės organizacijos ir tapatumų kūrimo būdu, kultūrai virstant gamybine jėga ir neišsenkančiu kultūrinių „išteklių“ aruodu.

VARTOJIMO ir vartotojų visuomenės branda kuria prielaidas gyvybei kolonizuoti ir genetiniams gyvybės „ištekliams“ perdirbti. Gyvybės perdirbimas spartėja įsivyraujant gundymui nemirtingumu, tampančiam galingu žmonių valdymo instrumentu.

ISBN 978-609-427-000-0



www.kitosknygos.lt

postmodernusis kapitalizmas

vytautas rubavičius

K