

PROTESTAS IR DISTRIBUCIJA: FEMEN IR PUSSY RIOT ATVEJAI

GINTAUTAS MAŽEIKIS

Straipsnyje, remiantis istoriniais pavyzdžiais, protesto grupių *Femen* ir *Pussy Riot* atvejais, meno grupių *Voyna* ir *Zmena* veiklos analize, kalbama apie vaizdingų pranešimų manifestacijos, reprezentacijos ir skaitmeninio paskirstymo santykį. Meniško mažėjimas ir protesto akcijų rengimas siekiant bent iš dalies patenkinti politikos vartotojų geismus ir iš jų kylančius poreikius šiandien derinamas su pilietiniais ir komerciniais siekiniais vienu metu. Meniško supaprastėjimas iki elementaraus gatvės, darbininkiško meno, iki populiarių vaizdų pasiūlos, kuri kartu tenkina ir politikos paklausą socialiniuose tinkluose, dera su didėjančia skaitmeninių technologijų ir pranešimų sklaida. Straipsnyje teigiama, kad ne tiek komunikaciniai veiksmai, kaip manė J. Habermasas, kiek komercinis ir politinis juslumo ir estezio paskirstymas – tai aprašė J. Ranciere'as, bei menamai laisvas vartojimas veikia vartotojiškas-pilietines nuostatas. Naujasis komunikacinis, vartotojiškas-pilietinis sąmoningumas priklauso nuo skaitmeninėje erdvėje platinamų turinio, kalbos, sukeltos euforijos, kurią šiuolaikinės kūrybinės ir informacinės industrijos išlaiko, reprodukuoja komerciniais tikslais, o ne norėdamas atitikti specifinius moralinius ar politinius idealus. Tuo galima paaiškinti *Femen* iš dalies antifeministinį elgesį, nuolatinį apsinuoginimą, komercinį bendradarbiavimą, kuris lemia pilietinį pasirinkimą. Kritinis mąstymas ir lyderystė masinio paskirstymo ir vartojimo atveju yra ne vieno ideologinio

Gintautas Mažeikis – Vytauto Didžiojo universiteto profesorius, Socialinės ir politinės teorijos katedros vedėjas (el. paštas: g.mazeikis@pmdf.vdu.lt).

© Gintautas Mažeikis, 2013

Straipsnis įteiktas redakcijai 2012 m. spalio 20 d.

Straipsnis pasirašytas spaudai 2013 m. vasario 5 d.

naratyvo išpažinimas ir kitų atmetimas, o keletu skirtingų pasakojimų ar vizualių siužetų atitikimas. Taip yra sukuriama laisvės, kritiškumo, revoliucingumo iliuzija. Kaip priešybė paskirstomajai-spektakliškai manipuliacijai nagrinėjami performatyvaus išcentrinimo ir skaitmeninio kūrybinio situacionizmo veiksmai, kuriuos iš dalies atitinka *Pussy Riot* atvejis. Vis dėlto *Voïna* ir *Zmena* meno grupių veiklos analizė rodo, kad nekomercinis protestas, be kryptingo informacijos paskirstymo ir sąveikos su masine paklausa elektroniniuose tinkluose, yra mažai efektyvus. Todėl straipsnio pabaigoje aptariama pasipriešinimo taktika, apie kurią kalbėjo situacionistai (G. Debord'as, R. Vaneigeimas) ar postsituacionistai (J. Boudrillard'as), šiuolaikinio paskirstymo kritikai (J. Ranciere'as). Straipsnyje diskutuojama apie kūrybinių situacijų sudarymą ir nekomerciškumą naudojantis skaitmeninėmis erdvėmis ir komercinio paskirstymo analogais.

1. Manifestacijos, reprezentacijos ir paskirstymo santykis skaitmeninėse tinklinėse medijose

Ilgą laiką, iki masinės vaizdų standartizacijos ir reprodukcijos, manifestacija buvo reikšmingesnė nei reprezentacijos: protesto akcijos prie dvaro rūmų politinio veiksmingumo požiūriu buvo svarbesnės nei piešiniai ar pasakojimai apie tą įvykį. Klasikiniai, gausiai nagrinėti atvejai yra viešos diskusijos, debatai, susirinkimai, protestai Atėnų demokratijoje, Romos respublikoje, laisvuose Italijos miestuose-respublikose Renesanso laikotarpiu, Novgorodo respublikoje Rusijoje. Įvairių piliečių viešosios akcijos, pavyzdžiui, susirinkimai aikštėse, senatuose keliami reikalavimai didikams ir liaudies atstovams, smurto protrūkiai ar liaudies teismai beveik nesirėmė jokiais reprezentacijomis ir buvo tiesioginis, dažniausiai nestandartinis, karnavalizuotas piliečių dalyvavimas politiniame lauke. Politinis aktyvumas, jo kaita – performatyvumas, vaidino lemiamą vaidmenį beveik iki pat Didžiosios Prancūzijos revoliucijos. Tuomet buvo manoma, kad didžiosios manifestacijos, pavyzdžiui, rimti ir karnavaliniai (taip pat mišrūs) susirinkimai, sukilimai, nepaklusnumas, riaušės, intervencija skatina keisti valdymo būdą. Psichoanalitikas Vilhelmas

Reichas teigė, kad viešasis minios aktyvumas sudaro sąlygas patirti masinę euforiją, kurią dėl bendro minios kūno efekto jis prilygina orgazmui¹. Ir šiandien įvairios protesto ar palaikymo akcijos siekia sukelti daug žaismo, euforijos, entuziazmo, šėlo, įniršio, siuto ir taip pagyvinti diplomatinį tarimąsi, retorinį spaudimą, diskusiją apie normas, nudažyti nuobodų rimties toną paklausia aistra ir jaudinančiais vaizdais. Reikalai iš esmės pasikeitė paplitus laikraščiams ir ypač fotografijoms. Nuo tada reprezentacijos tampa lemiančiu įvykiu, o manifestacijos, kaip antai mitingai, demonstracijos, teatriški pasirodymai arba vieši performansai, pasitraukia į šoną ir tampa pretekstu išmoningiems reportažams², kurie gali tiesiog imituoti, režisuoti įvykį pranešimo tikslais. Gana greitai fotografijos technikos bei reprodukcijos mechanizmų plėtra standartizavo pateikiamus vaizdus, paveikslus kaip labiausiai galimus. Aukščiausiu reportažo galios įkūnijimu tapo totalitarinė spauda, kai vienas standartizuotas reportažas potencialiai galėjo paveikti šimtus milijonų skaitytojų ar žiūrovų ir sutapo su aukščiausios valdžios sankcionuotu pasmerkimu ar reabilitacija. Toks, pavyzdžiui, buvo *Pravdos* laikraščio redakcinių skilčių ir propagandinių fotografijų poveikumas visuomenei, ypač Stalino valdymo laikotarpiu. Milijoniniai laikraščių egzemplioriai su panašiu reportažu apie manifestacijas tapo pagrindine manipuliacijos ir svarbia propagandos priemone, patikima ir dažniausiai stipresne nei vietos bendruomenių ar individų komunikacija, įtakingesne nei populiarumas įvykio ar renginio metu. Pagamintas, standartizuotas technine ir turinio, ikonografinė prasme vaizdas savo įtaka pralenkė kasdienybės savaiminės raidos svarbą. Reprodukcija užtikrino reprezentacijų kryptį, kiekio ir išpūdžio tęstinumo kontrolę, o to kasdienybės bendravimas neturi. Vis dėlto geras reprezentacijų vertinimas neatitiko rinkodaros logikos ir sumanumo, o masinis reportažų

¹ Mažeikis G., *Propaganda ir simbolinis mąstymas*, Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas, 2010, p. 155.

² Champaigne P., *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Paris: Éditions de Minuit, 1990.

dauginimas turėjo nedaug ką bendra su šiuolaikinėmis paskirstymo ir rinkos sąveikomis. Patricko Champagne'o manifestacijų, reprezentacijų ir viešumos analizėje beveik neliko vietos daugiakrypčiams, komerciniams paskirstymams rinkoje³. Rinkodaros svarba buvo paslėpta po reprezentacijos ir viešumos savaimingumo iliuzija. „Spektaklio visuomenės“⁴ kritika ir susijusi analizė, skirta pirmiausia šeštajam ir septintajam XX amžiaus dešimtmečiams, darė prielaidą, kad reportažai yra paveikūs patys savaime, kad tiesai ir informacijai godi ir baikšti represijoms publika yra pasirengusi praryti įtaigų pranešimą. Tuo remiantis galima teigti, kad tuo metu vaizdo psichoanalizė ir semantika tapo kur kas svarbesnė nei vaizdo politinė ekonomika.

Ši iliuzija pasikeičia, kai spauda pradeda išstumti informacijos ir pranešimų platintojai, jauslumo ir pasitenkinimo paskirstytojai. Informacijos platinimo vadyba, konkuruojančios pranešimų rinkos, susijusi vaizdo politinė ekonomika, platinimo arba distribucijos formų įvairovė ir raida rodo, kad pati savaime reprezentacija reiškia mažiau. Tikrąją pranešimo galią sudaro visi kartu: manifestantas, reportažų rengėjas ir platinimo sistema. Be to, paskirstymo procesas rinkoje yra aplinka, kur vaizdas kaupia simbolinį kapitalą, kuris vėliau prireikus gali būti paverčiamas finansiniu kapitalu. Kiek kitokių – jauslumo paskirstymo (*le partage du sensible*) požiūriu – šį fenomeną nagrinėjo Jacques'as Ranciere'as⁵. Jis pastebėjo, kad didžiosios industrijos vis daugiau valdo, operuoja ne informacija ir produktais, o emocijomis, geismais, poreikiais, jausmų pliūpsniais. Ekonomika skatina jausmų, emocijų distribuciją ir tik todėl vyksta populiarumo akumuliacija. Patrauklumas, simpatija ir antipatija, žmogaus vidinę stoką ir geismus, baimes ir traumas slepiančios vizijos, įvairiausi geismų pakaitalai yra paskirstymo objektai, kuriuos daugina kultūros

³ Шампань П., «Манифестация: производство политического события», *Вопросы социологии* 1 (2), Москва: Адапт, 1992, с. 35–61.

⁴ Debord G., *Society of the Spectacle*, London: Rebel Press, 2006.

⁵ Rancière J., *The Politics of Aesthetics: The Distribution of the Sensible*, London and New York: Continuum, 2004.

industrijos ir paskirsto rinkos. Iš komercinio jauslumo paskirstymo kyla populiarumo distribucija: dėmesio akumuliacija, koncentravimas, paskirstymas ir eikvojimas. Populiarumo paskirstymas rinkoje yra skaičiuojamas ir matuojamas ekonominis dydis, kuriuo šiandien remiasi kūrybinių industrijų atstovai, ekonomistai⁶. O šį skaičiuojamumą užtikrina ir daugiamačė vaizdo standartizacija.

Ilgą laiką rinkos paskirstymo sistemos buvo siejamos su išmincingais vadybininkų sprendimais arba jų slaptomis, kone meninėmis gudrybėmis. Šis vadybininkų meno pervertinimas ilgainiui virto absurdišku masiniu vadybininkų rengimu. Jų gausos ir lūkesčių nepagrįstumą galima sulyginti nebent su lyderystės magija ir aklu paklusimu kerinčiai ir tik menamai šlovei⁷. Reprezentacijų platinimas, paskirstymas labiau priklauso nuo mašinų galios, komunikacinių technologijų raidos, save skatinančių ir tenkinančių bendruomenių ir viešumos, socialinių tinklų trajektorijų ir pulsacijos, ir tik mažesne dalimi nuo vadybininkų meno. Asmenys, išmoningai pasiskelbę socialiniuose tinkluose, naudodamiesi jiems paslaugas teikiančiomis programinėmis mašinomis-platformomis: *Facebook*, *Google+*, *Twitter*, *Nexopia*, *VKontakte*, *Draugiem.lv*, *Nasza-Klasa*, *The Sphere*, *StudiVZ* ir kt., taip pat pasitelkę globalaus vaizdų rodymo ir platinimo mašinų, kaip antai *Youtube*, susijusių tinklaraščių ir susipynusių su jais dienraščių bei televizijų tinklų padedami, gali tapti pasaulio įvykiu ir be specialios žiniasklaidos vadybininkų pagalbos, bet taip pat ir skatinant medijų magnatams. Neretai viešus įvykius eksponuojantys asmenys dėl didėjančio populiarumo ir mašinų ekspansijos pasiekia jo gerokai daugiau nei menamos žvaigždės, vedamos savo tokių pat įgudusių ar tik menamų prodiuserių – vadybininkų.

Iki skaitmeninės ir tiesiogiai visuomenei prieinamų naujųjų medijų, iki individualios žiniasklaidos paplitimo vadybininkų, kaip

⁶ Aigrain P., Aigrain S., *Culture and the Economy in the Internet Age*, Amsterdam: Amsterdam University Press, 2012.

⁷ Mažeikis G., *Po pono ir tarno: lyderystės ir meistrystės dialektika*, Kaunas: Kitos knygos, 2012.

verslo tarpininkų bei medijų magnatų, įtaka buvo didžiulė. Manifestacijas – koncertus, pasirodymus publikai – rengiančių grupių, labai drąsių ir kūrybingų piliečių ar visiškai tuščių žvaigždžių populiarumas ir jų vadybininkų sėkmė rėmėsi nuolatine tiesiogine, ypač jautria sąveika su publika ir prieinamumu prie pagrindinių televizijos kanalų, pirmiausia analoginės televizijos. Medijų monopolijos ir korporacijos dar galėjo diktuoti reprezentacijų turinį ir reglamentuoti vartojimą analoginės, popierinės žiniasklaidos laikotarpiu, apie kurį ir rašė Guy Debord'as, svarstydamas spektaklio visuomenės prigimtį⁸, tačiau daugiakanaliai ir patys besiorganizuojantys informaciniai tinklai remiasi nebe vaizdo diktatu, o gana laisvais socialiniais komerciniais paskirstymais ir kūrybiniu vartojimu. Kūrybinis vartojimas sulieja realią manifestaciją (hepeningą, performansą, protesto akciją, meninį viešą aktyvizmą) su kūrybinių industrijų kuriamomis fantazijomis, pusiau pasakų, pusiau legendų vaizdais, bet taip pat ir su socialinių tinklų įgalinamais komentarais, diskusijomis, karnavalizuota medijų kultūra, kupina ironijos, žaismo, parodijos, juokingų imitacijų ir kalbinių naujadarų, o, vadinasi, ir naujos kūrybos. Skaitmeninių, internetinių technologijų, dauginimo ir platinimo mašinų tobulėjimas ir save komunikacijos požiūriu tenkinančios ir plėtojančios bendruomenės pakeitė pranešimų įtaką ir veikė naujų situacijų, įvykių kūrimą (kūniškas ir skaitmenines, kultūrinės ir politines manifestacijas) bei jaudinančių vaizdų paskirstymo, perkūrimo, perdarymo srautus kur kas mažiau priklausydamas ir nuo reprodukcijos mašinų savininkų, ir nuo rinką valdančių korporacijų. Ne tik koncertai-manifestacijos, ne tik demonstracijos, teatras ir susiję vėlesni reportažai, bet ir bendradarbiavimas su tradicine, analogine televizija gali lemti sėkmę ar jos baigtį.

Kad populiarumas kurį inicijuoja pirmiausia pati mašina, taptų naujos bendruomeninės sutarties pagrindu, svarbu, kad būtų suvoktas simbolinis, kultūrinis ar, paprasčiausiai, populiarumo kapitalas,

⁸ Debord G., *Society of the Spectacle*, London: Rebel Press, 2006.

jo kaupimas, reprodukcija, renovacija, paskirstymas (distribucija). Dažniausiai šis kapitalas nėra nei pozityvus, nei neigiamas ir mažiau priklauso nuo oficialių institucijų nominacijų galios, vardo perkėlimo funkcijos, kaip teigė Pierre'as Bourdieu⁹. Jis susiejo pripažintų institucijų, pavyzdžiui, universitetų, politinių partijų, įvairiausių konkursų, vertinimus su populiarumo didėjimu ir su didžiųjų institucijų, korporacijų priežiūra, kaip ir kur paskirstomas simbolinis kapitalas. Tačiau šiandien atsiranda galimybė įtvirtinti populiarų vardą tokia- me grupių komunikacijos procese, kuriame nebus vietos valstybės patvirtintam nominacijos perkėlimui, gana griežtai korporacinei paskirstymų kontrolei, ir daug daugiau galimybių iškelti save būtent dėl internetinio komunikacinio aktyvizmo, savivaldžių bendruomenių ir jų kūrybos. Žinoma, vėliau simbolinio kapitalo sąveikų, paskirstymo procese susiduriama su anksčiau nominuotu kapitalu (pavyzdžiui, politinių partijų), dėl to susidaro teigiamas ar neigiamas sinerginis simbolinio kapitalo raidos efektas. Tačiau labai svarbu pasakyti, kad naujosios politinės opozicijos ar iš vietos žmonių grupių kylantys nauji politiniai judėjimai, jų bangos yra pakankama aplinka, kur dėl vidinės komunikacijos vyksta pirminis simbolinio kapitalo kaupimas ir platinimas be kitų, pripažintų institucijų dalyvavimo ir perkėlimo veiksmo. Šis spontaniškas, menamai „iš nieko“ kylantis populiarumas ir jį lydintis kapitalo akumuliacija yra svarbus visuomenės reiškinys. Tai apčiuopusios naujosios medijos, jų savininkai ir susijusios technologijos tampa kur kas dėmesingesni populiarinimo „sargų“ (*gatekeepers*) funkcijų vykdymui – ieško, remia naujuosius talentus ir sudaro su jais įvairiausias sutartis. Sutarčių ir nuosavybės teisių priežiūros praktika tampa svarbesniu išnaudojimo įrankiu nei tiesioginės grupių vadybininkų ar įmonės vadovų nuorodos, ką daryti. Todėl internetinių platformų savininkai suinteresuoti kurti daugiasluksnes sutarčių sistemas ir skatinti laisvą ir kuo mažiau apmokestintą platformų prieigą, kur ir vyksta sutartimis ir autorių teisė-

⁹ Bourdieu P., *Language and Symbolical Power*, New York: Polity Press, 1991.

mis susaistytas vartojimas, populiarumo akumuliacija, jo vertimas finansiniu kapitalu.

Abstrahavusis nuo pranešimų turinio galima teigti, kad gryojo populiarumo didėjimas reiškia viena: geismo nukreiptumą, emocijų reprodukciją ir paskirstymą bei kovą už dėmesio sutelkimą ir jo pratimą, net jei tam naudojamos naujos, karnavalizuojančios ar politinio solidarumo priemonės. Ten, kur ilgesniam laikui susilieja šios didžiosios galios: geismas, paskirstyta emocija, pabrėžtinis dėmesys, – vyksta aktyvus vartojimas, populiarumo akumuliacija, rinkos raida ir kapitalo persiskirstymas. Didelis emocingas įvykis rinkos požiūriu yra atpažintas bifurkacijos taškas, ilgalaikio populiarumo išteklius, kurį reikia tikslingai eksploatuoti. Šis įvykis nedelsiant yra reprodukuojamas, paskirstomas, susiejamas su reklama, prekių ženklais, naujomis komunikacijos ir interpretacijos, perkūrimo formomis ir todėl ne tik medijų, bet ir vertybinių popierių biržų agentai tam skiria vis daugiau dėmesio. Simbolinio kapitalo distribucija reikšmingo visuomenei bifurkacijos taško atveju lemia kapitalo, ne tik simbolinio, bet ir finansinio, srautus. Protesto performanso judėjimo *Femen* ir „Oi!“ stiliaus *punk rock* grupės *Pussy Riot* atvejai yra būtent tokie, tačiau smarkiai skiriasi savo santykiu su vadyba ir pilietiškumu.

2. Femen, Pussy Riot ir politinis-komercinis reginių paskirstymas

Femen ir *Pussy Riot* viešos politinės akcijos savo forma ir turiniu siejasi su XX amžiaus pradžios Italijos ir Rusijos futuristų viešosiomis politinėmis akcijomis, kai teatras ar atskiros jo scenos buvo perkeltos į kavines, restoranus, gatves ir aikštes, su viešais meniniais chuliganiškais dadaistų veiksmais, Bertoldo Brechto¹⁰ iniciatyvomis integruoti revoliucinio teatro scenas į gatves, mases. Su hipių

¹⁰ Гапова Е., «Дело ‘Pussy Riot’: феминистский протест в контексте классовой борьбы», *Неприкосновенный запас* 85 (5), 2012, <<http://www.nlobooks.ru/node/2794>>, 2012 11 30.

hepeningais, japių politinėmis meninėmis protesto akcijomis, *fluxus* judėjimo ir Jurgio Mačiūno ironiškais, dekonstrukciniais meniniais veiksmais, tarptautinių situacionistų viešais meniniais, spektaklio visuomenę dekonstravusiais protestais ir su iš čia kilusiais pirmaisiais socialiniais politiniais performansais, kuriuos labai greitai perėmė ir išplėtojo ir feministinių, politinių lyties (*politinio genderinio*) sąjūdžių aktyvistai, suvokę žmogaus kūno ir lyties politizavimo galimybes ir susijusią semantiką bei kūrybą.

Femen yra Ukrainos, daugiausia Kijevo epatuojančio (*épatage – perdėtai sureikšmintas, skandalingas*) politinio protesto judėjimas. 2008 metais įkurto judėjimo nariai keičiasi, ateina naujų ar pasitraukia senųjų, tačiau centras lieka tas pats: judėjimo organizatorė, lyderė yra Ana Gucol, o pagrindinis užsakovas ir akcijų finansuotojas – tarptautinių medijų verslo savininkas Jedas Sundenas. Įvairiais skaičiavimais, aktyvių *Femen* judėjimo dalyvių yra apie 40, o iš viso dalyvavusių įvairiose apsinuoginimo ir protesto akcijose merginų yra daugiau kaip 300¹¹. Kitaip tariant: skaičiai ir komercinių medijų investicijos rodo, kad tai yra politinio veiksmo verslas. Tuo jos esmingai skiriasi nuo *Pussy Riot*, kurios medijų atžvilgiu yra nepriklausomos ir nėra ciniškai dauginamos. Tačiau ir *Pussy Riot* sukurti vaizdai, nori jos to ar ne, priklauso vaizdų rinkai ir yra saugomi bei platinami nemokamai komercinių ir simbolinio kapitalo kaupimą užtikrinančių mašinų, kurios turi savo dažniausiai pelno siekiančius savininkus. Ir šis platinimas, jo sąlygos ir efektas, sutartys ir susijęs spaudimas net ir anarchistinių, nepriklausomų grupių atveju vertas dėmesio.

Rengiant šiuolaikinius, populiariusius protestus, kurie pritrauktų didelės visuomenės dalies dėmesį, siekiama ne tiek meniškumo, kiek pastebimumo, t. y. atkreipti dėmesį. Tam gali padėti ekshibicionistinis nuogumas, garsių simbolių laužymas, juokingi ir vizualiai patrauklūs veiksmai, įžeidžiantys ar skandalingai besisolidarizuojantys

¹¹ Khaleeli H., „The Nude Radicals: Feminism Ukrainian Style“, *The Guardian*, Friday 15 April 2011.

užrašai, viešosios tvarkos griovimas, keistenybės ir viso to siejimas su politine, kultūrine, socialine aktualija. Epatažiniai veiksmai, skirti spaudai, yra perdėto akcentavimo komunikacija su viešuma, įvairiais jos atstovais, tuo pažymint problemos aktualumą, prasiveržiant pro kitas politines, kultūrinės, socialines temas į pirmuosius medijų puslapius ar antraštes. Epatažinės demonstracijos yra klasikinė manifestas, pavyzdžiui, demonstracijos ar performanso, forma, tačiau *Femen*, susiję prodiuseriai, komercinės medijos siekia dar ir efektyvios reprezentacijos distribucijos. Pats veiksmas yra tik skandalin-gumo paskirstymo prielaida, todėl, kad ir kiek trumpai truktų akcija, jos reikšmė priklauso ne nuo vietos ir erdvės, o nuo filmavimo ir platinimo intensyvumo, platformų ir autoriaus teisių. Šiuo atveju tas haidegeriškasis *Dasein* (čia-būtis), kurį kone iki mistinio pamaldumo išnešiojo filosofai, netenka įprastinio turinio ir prasmės. Vietoje realios vietos (landšafto, žemės ir architektūros ypatingų figūrų) ir konkretaus gyvenimo laiko (likimo, įvykio) pasirodo jų skaitmeniniai atitikmenys, simuliakrai, performatyvūs pastatymai, veiksmas, kurie tik asocijuojami su vietos simboliais, vaizdais. Svarbios yra ne tikros cerkvės, prezidentūros, aikštės, kryžiai, o jų simuliakriniai, ikoniniai atitikmenys, kurie bus reprodukuojami ir platinami skaitmeninėse erdvėse ir užtikrins įtaigumą.

Pavyzdžiui, *Femen* gana smarkiai kovoja su institucionalizuota Bažnyčia, pirmiausia – stačiatikių, tačiau, skirtingai nei *Pussy Riot*, neturi ir nesiekia sukelti alternatyvių, eretiškų ar ateistinių jausmų. Pavyzdžiui, jų oficialiame tinklalapyje rašoma, kad tą dieną, kai buvo skelbiamas nuosprendis *Pussy Riot* už jų *punc*-maldos performansą bažnyčioje, solidarizuodamosi su

<...> Kremliaus ir popų režimo aukomis, FEMEN'istės su benzino pjū-klu nupjovė maldų kryžių nepriklausomybės Maidane. Nupjautas kry-žius buvo pagamintas iš tvirtos medienos rūšies, kurią atvežė iš šventų vietų, kur kažkada buvo pasirodžiusi pati Dievo Motina. Šiuo veiksmu FEMEN kviečia visas sveikas visuomenės jėgas negailėstingai pjauti iš smegenų supuvusius religinius prietarus, kurie yra diktatūros ramstis ir

trukdo demokratijos raidai bei moterų išlaisvinimui. FEMEN įspėja Putiną-Gundiajevą, kad jei aktyvistės bus nubastos įkalinimu, FEMEN nukreips baudžiantį savo benzininio pjūklo aštrumą asmeniškai prieš niekšus, atsakingus už niekuo nekaltų moterų kančias.¹²

Režisūra išstumia autentišką santykį su *Dasein* ir vietoje jo pabrėžia intensyvius ryšius su komunikacija ir vartojimu. Vieta yra prielaida vaizdai, spektakliui, kuris išiveržia į ramų ar triukšmingą kitų reginių ratą, prasiveržia pro juos paveikdamas žiūrovo, vartotojo įsitikinimus, kuriam nei reali vieta, nei problema nėra skausmingai svarbios ar kupinos rūpesčio ir globos.

Svarbu aptarti viešo ir privataus politinio vartotojo skirtumus. Viešas, doras, baltas vyras, politikas dažniausiai neleidžia sau būti šalia apsinuoginusių, epatažinių moterų. Tačiau savo vienatvėje mišrius politinio ir seksualinio geismo poreikius tenkina vartydamas prieinamą spaudą, interneto puslapius, kur *Femen* patraukia savo seksualumu ir nuogumu. Nors viešojoje erdvėje šios merginų protesto grupės yra stebimos, į jas su vujaristiniu pasitenkinimu žiūri tie patys solidūs viešosios erdvės veikėjai. *Femen* populiarumas demaskuoja politinės sąmonės dvilypumą, o jų vaizdų platinimas eksploatuoja lygių galimybių vaizdavimą ir paslėptą seksizmą, naudojasi seksizmu, kaip politiniu protesto įrankiu, ir apie tai galima diskutuoti, manau, kaip apie feminizmo atmainą. Viešo (interneto puslapis) ir privataus (kompiuterio ekrano vieta ir laikas) mišinys padeda apsinuoginusioms politinio protesto merginoms prisibelsti į tas duris, kurios joms yra uždaros viešosios politikos atveju. Privataus ir viešo, skaitmeninio ir kūniško maišymas pakeičia politiškumo standartus, pašalina įprastines, menamai su politika susijusias *Dasein*, giluminės egzistencijos ar hermetines patirtis ir įtraukia politinį protą į lėkšto pasitenkinimo ir atitinkamos distribucijos ratą, kur minėtos merginos jaučiasi lyderėmis, nors, manau, yra simuliakrinės lyderės¹³. *Femen*

¹² <http://femen.livejournal.com/220299.html>

¹³ Mažeikis G., *Po pono ir tarno: lyderystės ir meistrystės dialektika*, Kaunas: Kitos knygos, 2012.

judėjimas neturi aiškios ideologinės, partinės orientacijos ir gali protestuoti prieš bet ką. Nors jos ir pasisako už moterų teises, kovoja su prostitucija, už žodžio laisvę ir smerkia seksualinį priekabiavimą ar religinį įtikinėjimą, vis dėlto jų negalima priskirti feministiniams sąjūdžiams. Marina Dmitrijeva, nagrinėdama protesto apsinuoginimo ir feminizmo sąsajas, pažymi, kad tradicinis feministinis procesas dekonstruoja krūtų ar vaginų, ar kito kūniškumo seksualumą, eliminuoja iš jo aplinkos komercinį, patriarchalinį, eksploatacinį, niekinantį santykį. O *Femen* elgiasi priešingai – suintensyvina seksualinį patrauklumą, sąveikauja su godžiais medijų ir vyrų / moterų žvilgsniais¹⁴. Jų komercinis ir kartu pilietinis aktyvumas ir epatažinis skverbimasis į privačiai vartojamas viešąsias medijų žinias paverčia jas feminizmo kritikos objektu. Šiuo požiūriu jos esmiškai, nesutaikomai skiriasi nuo *Pussy Riot*, nors *Femen* ir yra palaikiusios Maskvos *punck rock* grupę.

Pussy Riot save pateikia kaip *Oi!* *punck* stiliaus (proletariško, supaprastinto *hardcore* stiliaus, skirto darbininkų klasei, be jokių skonio „išsidirbinėjimų“) atstoves. Tačiau jos taip pat yra (sutinku su Nadiežda Parfan¹⁵) medijų performanso ir feministinių akcijų kolektyvas. Medijų performansu vadinamos akcijos, pavyzdžiui, politinės, „genderinės“, kurių taikinys yra ne pats radikalus, išūlus veiksmas gatvėje ar kitoje viešoje erdvėje, bet jo pateikimas, vadinasi, montažas, stilizavimas naujųjų medijų erdvėse. Grupės narės akcentuoja nesankcionuotus, pabrėžtinai ties įstatymo riba balansuojančius, agresyvius veiksmus. Šiuo požiūriu jos seka tokių *Oi!* *punck rock* grupių, kaip antai: *The Angelic Upstarts*, *Cockney Rejects*, *Sham 69* ir pan., bei feministinio politinio sąjūdžio *Riot Grrrl* pavyzdžiais (žymesnė grupė, su kuria siejama *Pussy Riot*, yra *Bikini Kill*. *Riot Grrrl* sąjūdis, daugiausia devintajame praeito amžiaus dešimtmetyje,

¹⁴ Дмитриева М., «Радикальный эксгибиционизм», *Частный корреспондент*, <http://www.chaskor.ru/article/radikalnyj_eksgibitsionizm_18186>, 2012 09 30.

¹⁵ Парфан Н., „Pussy Riot: «У нас господствуют равные права без понтов»“, *Art Ukraine*, 2012, № 2, <<http://www.artukraine.com.ua/articles/862.html>>, 2012 09 30.

praktikavo antiseksistines, tačiau supaprastintas, agresyvias gatvės akcijas, performansus, neretai susiliejusius su *punk rock* aktyvizmu arba *artivizmu* (*artivism*). Tačiau šioms akcijoms nebuvo lemta tapti pasaulio žiniasklaidos dėmesio centru, grupės narėms nepavyko (o gal jos nenorėjo, nesiekė) išplatinti savo idėjų plačiau, nei tarp specialiai besidominčių feminizmu ar paribio jaunimo kultūrų.

Toks transgresinis (balansavimas ties leidžiamumo riba) elgesys yra būdingas daugeliui socialinės lyties (*genderinių*) akcijų pasaulyje, o kaip metodas yra taikomas ir praktikuojamas didžiųjų popkultūros komercinių milžinų: žurnalo *Rolling Stones* ar televizijos kanalo *MTV Channels*. Apskritai, kaip rašo Johanas Fiske¹⁶, toks elgesys yra būdingas postmoderniai nusiteikusiems, simbolinį kapitalą kaupiantiems, nelinijinius ryšius praktikuojantiems komerciniams popkultūros leidiniams. Buvimas ties pačia riba, skandalo šviesoje yra būdas atkreipti į save dėmesį ir, vadinasi, akumuliuoti populiarumą. Toks elgesys esmiškai skiriasi nuo meninio veiksmo, kai lavinamas muzikinis, literatūrinis skonis, plėtojami intertekstiniai istoriniai ir mitiniai sąryšiai arba iš anksto rengiamasi idėjos ir garso malonumo patirčiai, o tai dažnai skiriasi nuo šiuolaikinio politiškai angažuoto, epatažinio performatyvumo. Transgresyvumas neretai yra radikalaus meno dalis ar net jo pakaitalas. Ir tai yra dažnai (ne visados) būdinga protesto performansams, kuriems atviros yra *Femen* ir *Pussy Riot* merginos. Kam tai nėra visai būdinga? Pirmiausia politiškai akcentuotam, tačiau visas intertekstines, istorijos ar tragedijos, dialogiškumo ar atviro polemiskumo tradicijas puoselėjančiam teatrui. Pavyzdžiui, reikšmingas yra skirtumas tarp *Pussy Riot* performanso ir jas komentuojančio Berlyno grupės *Teatris* dokumentinio spektaklio. Berlyno aktorių grupė, remdamasi antikinės dramos forma, sukūrė tekstinį spektaklį-koliažą apie *Pussy Riot* merginų teismą pavadinimu „Pussi Right“ (2012 metų rugsėjo 9 diena, projekto autoriai: Sergeij Lagodinskij ir Christian Römer). Akcentuotas teismo

¹⁶ Fiske J., 1998, *Įvadas į komunikacijos studijas*, Vilnius: Baltos. Lankos, 2005.

protokolų skaitymas, jų derinimas su Sofoklio tragedija „Antigonė“, vaidyba aktualia politine tema spektaklį suartino su performansu ir protesto manifestacija, tačiau suteikė veiksmui daug intertekstualumo, dramatiškumo, polemienio dialogiškumo (cerkvės ir feminizmo opozicijos), meniškumo. Kitas pavyzdys yra Baltarusijos laisvasis teatras (*Беларускі свабодны тэатр*), šiuo metu esantis tremtyje dėl A. Lukašenkos režimo persekiojimų. Šis teatras savo modernistiniuose spektakliuose susieja politinio protesto, aktualijos ir istoriškumo, tragiškumo ar dramatiškumo požiūrius ir scenografijas, taip pat sąmoningai plėtoja socialinę ir tinklinę rinkodarą. Kai kuriais atvejais tai suteikia teatrui pranašumo scenos globalumo, politinio poveikumo požiūriu. Tačiau ir Berlyno, ir Baltarusijos laisvojo teatrų atvejais nematome siekio tapti politinės komunikacijos simboliu, kuris atveria naujas problemines perspektyvas. Ir šis siekis nėra susijęs su meniškumu, t. y. paklusimu kokiems nors sutartiniams vertybiniam pasakojimams, viešpataujantiems naratyvams. Veikiau jau priešingai, politinis performansas sulaužo meniškumą, kaip paklusimo reikalaujantį istorinį, civilizacinį pasakojimą, o reikšmę-reikalavimą iškelia kitapus meno.

Apie *Pussy Riot* simbolinio kapitalo didėjimo ar mažėjimo tendencijas galima spręsti pagal kitų populiarumą trajektorijas. Pasaulio *mega* žvaigždės *Red Hot Chili Pappers* (koncerto Maskvoje metu ir vėliau), Madona (koncerto Maskvoje metu ir vėliau), Paulas McCartney, Yoko Ono Lennon, Stingas, grupė *Faith No More*, Franzas Ferdinandas, grupė *Anti-Flag*, Pete Townshendas (iš grupės *The Who*), Jarvis Cockeris (iš grupės *Pulp*), Neilas Tennantas (iš grupės *Pet Shop Boys*), Johnny Marras (iš grupės *The Smiths*) ir daugelis kitų garsių muzikantų, aktorių, kaip antai Holivudo žvaigždė „Danny“ DeVito ar britų televizijos ir kino žvaigždė Stephenas Johnas Fry, politikų viešai parėmė *Pussy Riot*. Kas yra šis reikšmingas politinis ir pilietinis solidarumas simbolinio kapitalo kaupimo požiūriu? Visų jų parama ilgainiui lėmė, kad rusų *punk rock* grupės dalyvių reitingai šoktelėjo aukščiau nei skandalingojo klipo publika-

vimo metu, o simbolinis kapitalas įgijo ne vietinę, o pasaulinę reikšmę. Populiarumas medijose (minimumas, žiūrimumas socialiniuose tinkluose (pavyzdžiui, *Twitter* 'yje)) buvo toks didelis, kad vienu metu gerokai aplenkė tokias Rusijos scenos žvaigždes kaip dainininkus Filipą Kirkorovą ar Valeriją. Simbolinio kapitalo analizė rodo, kad, sudėjus du didžiuosius kapitalus, jie padidėja ne paprasta suma, o įvairiai: geometrine progresija ar anihiliuoja vienas kitą, ar kitaip varijuoja – veikia ryškus sinergijos efektas, kuris, tiesa, trunka neilgai ir veikia masinės euforijos laiku bei ją dirbtinai užtesiant.

Kiekvienas laikraštis, televizija ir radijas, pagaliau kitos kylančios ir krintančios žvaigždės įvairiausiai sumetimais naudojami proga tinkamai eikvoti, kaupti, operuoti masine euforija kaip simbolinio kapitalo šaltiniu. Pavyzdžiui, skandalingai garsi ir visuotinį dėmesį pritraukusi viena iš Rusijos opozicijos žvaigždžių, televizijos laidų vedėja Ksenija Sobčak aktyviai rėmė (remia) *Pussy Riot*. Galbūt ji tai darė tik pilietiniais sumetimais, tačiau tai ją iš karto spaudoje, polemikoje socialiniuose tinkluose (*Twitter*), alternatyviose televizijose (*Dožd*) sulygino ar net iškėlė aukščiau, bent trumpam laikui, nei kitas Rusijos televizijų žvaigždes. Tai yra sėkmės pliūpsnis, akcentuoto dėmesio proveržis, kurį palyginčiau su grynojo kapitalo plazma: tačiau jo akumuliuojama tiek, kiek sugebama, ir tik trumpą laiką. Juk ir plazmos energija, savo intensyvumu primenanti Saulę, vis dar yra svajonė, kaip ją suvaldyti. Tai lyg žaibas, kuriame natūraliai susiduriame su plazminiu efektu – tai didžiulis, nevaldomas, švaistomas turtas. O didžiosios, globaliosios komunikacijos mašinos yra pasiryžusios bent iš dalies suvaldyti didžiulius, bet trumpalaikius populiarumo „švytinčius žaibus“ dirbtinai, masinių reprezentacijų būdu užtesdamos susižavėjimo euforiją. Tada tie, kurie valdo pirminius šaltinius ir turi sutartis – kontraktus, autorių teises ir geba jas administruoti, t. y. transformuoti svetimą populiarumą į valdomus parduvimus, paverčia svetimą simbolinį kapitalą bankuose nusėdančiais finansais.

Femen yra seksistinė, liberali (veikia artima liberalizmo filosofiniams idealams, rinkodaros požiūriu orientuota, ginanti tam tikras

žmogaus teises) protesto grupė, kuri savo populiarumą ir medijų sėkmę užtikrina rizika, globaliu atpažįstamumu – kova su šiuolaikinio pasaulio simboliais-stabais ir kai kuriomis diskriminuojančiomis idėjomis. Vienas reikalas yra ant nuogų krūtų užsirašyti kokio nors miestelio mero vardą ir reikalauti, kad jis atsistatydintų, kitas dalykas – protestuoti prieš V. Putiną, A. Lukašenką, Europos futbolo čempionatą, Bažnyčią, popiežių... Patrauklus, iš anksto suplanuotas protestas prieš visuotinai atpažįstamus ir ironiškai ar neigiamai vertinamus simbolius atkreipia viešą dėmesį, o nuogumas pritraukia žiniasklaidos objektyvus, užvaldo privačias politikų erdves. *Femen* išsirengė į karą su valstybinėmis semiotinėmis struktūromis ir sudarė „sąjungą“ su pramoniniu semiozės tinklu (*framework of industrial semiosis*¹⁷) ar net su besidauginančiomis semiozės (reikšmių gamybos ir distribucijos) mašinomis, kurios padeda reprodukuoti ir plėsti performanso būdu sukuriamų situacijų poveikį, gaminti ir parduoti patrauklius politinius įvykius.

Pussy Riot elgiasi ir save rodo kaip trečios feminizmo bangos aktyvistės ir akcentuoja nestandartinį *genderizmą*, antiesencializmą, meninę lyties kultūrą, daro susijusias pilietines ir politines akcijas. Savo pasirodymų metu jos slepia veidus ir kūnus ne tik politiniais, bet ir antiseksizmo tikslais, pabrėžia lygias teises visoms *genderinėms*, taip pat netradicinėms grupėms. Tai neturėtų smarkiai skatinti šios *punk rock* grupės populiarumo Rusijoje, kur yra stiprios homofobinės nuotaikos. O *Femen* siekia maksimalaus populiarumo tarp tradicinių politikos vartotojų. Tačiau vienu atžvilgiu jų elgesys yra artimas: jos vienaip ar kitaip skatina *genderinę* revoliuciją, net jei *Femen* merginos elgiasi „meistrymiškai seksistiškai“, performansų metu apsinuogindamos. *Femen* merginas iki revoliucinio *genderinio* iššūkio pakylėja politinio radikalizmo ir epatažinio, agresyvaus elgesio mišinys, kuris seksizmą paverčia manipuliacijos, įtikinėjimo, komunikacijos erdvių užvaldymo, dėmesio prikaustymo ginklu.

¹⁷ Kryssanov V. V., Goossenaerts J. B. M., „Modelling Semiosis of Design“, Mo J. P. T., Nemes L. (eds.), *Global Engineering, Manufacturing and Enterprise Networks*, Norwell: Kluwer Academic Publisher, 2001, p. 116.

Esminiai *Femen* ir *Pussy Riot* nepanašumai (iš dalies komercinis *versus* nepriklausomas, epatažinis-seksistinis *versus* feministinis) nesutrukdė *Femen* Maskvos *punk rock* grupės teismo metu, tradiciškai apsinuoginus, 2012 metų rugpjūčio 17 dieną Kijeve atlikti jau minėtą akciją, kuria palaikė *Pussy Riot*: „*Пизда ББПussyну*“¹⁸, tai šiurkščiai ir necenzūriškai galima versti kaip „pizė į V. V. Putiną“. Tačiau žodžių žaismas yra įmantresnis, nes Putinas parašytas mišriai su žodžiu *Pussy*. Akcijos metu *Femen* judėjimo dalyvė Ina Ševčenko (Инна Шевиченко) Kijevo centre holivudiškai efektingai nuplovė Nuolankumo kryžių (*Поклонный крест*), kurią pastatė Ukrainos Graikų katalikų bažnyčia Stalino represijų aukoms atminti (tai sukėlė labai kontroversiškas interpretacijas). Protestas buvo paveikus: Ševčenko tapo politiškai persekiojama, o visoms joms iškilė visur plintanti Rusijos meškos grėsmė. Nepaisant šito, slapto, privataus politinio vujarizmo geismai buvo patenkinti, o medijų magnato Sundeno įtaka veikiausiai padidėjo.

3. *Voina, Zmiena ir Pussy Riot*: komunitarinės protesto distribucijos priemonės

Pussy Riot proveržį pravartu palyginti su ilgomis, drastiškomis, bet gerokai mažiau žinomomis gatvės meno (*street-art*) grupės *Voina* akcijomis. Prisiminkime, kad dalis *Pussy Riot* merginų prieš tai buvo minėtos grupės *Voina* dalyvės, o Nadiežda Tolokonnikova – viena šio meninių akcijų kolektyvo įkūrėjų. *Voina* veikia ne kaip viena institucija, bet kaip frakcijų Maskvoje, Sankt Peterburge, galbūt kituose miestuose tinklas, kuris skatina naujus meninius *anti-meinstryminius* politinius veiksmus, daugiausia performansus. Pažymėtina, kad kai kurie grupės veiksmai, pavyzdžiui, prieš *opričniną* Rusijoje, prieš šunišką tarnavimą carui baigėsi kelių narių įkalinimu. *Opričnina* Rusijoje asocijuojama su caro Ivano Rūsčiojo baudėjų raitininkų, kurie

¹⁸ <<http://femen.livejournal.com/220417.html>>, 2012 11 10.

gaudė ir žudė caro priešininkus, o kaip atpažinimo ženklą nešiojosi nupjautą šuns galvą, veikla. *Voina* nariai puolimui pasirinko Maskvos turtuolių pamėgtą ir gausiai caro Ivano Rūsčiojo simbolizmu pažymėtą restoraną *Opričnina* (2008 metų gruodžio 26–28 dienomis akcija atlikta ir dokumentuota, o gruodžio 31 dieną buvo paskelbta)¹⁹. Po kurio laiko keli grupės nariai už tai buvo nubauti dvejų su puse metų įkalinimu, tačiau nei visos Rusijos, nei didesnio tarptautinio rezonanso ši akcija ar su ja susijęs teismo procesas nesulaukė, o medijos nepavertė istorijos visuotinai vartojamu, populiariu produktu. Galbūt viena to priežasčių – tuo metu dar menka grupės savo veiksmų skaitmeninimo ir eksponavimo naujosiose medijose ar naudojantis socialine ir tinkline rinkodara patirtis. Atrodo, kad grupė *Voina* daugiau dėmesio skyrė semantiniam, hermeneutiniam veiksmo turiniui, o ne distribucijai ir gebėjimui akumuliuoti simbolinį kapitalą, o tai skiriasi nuo meninio turinio.

Voina meno grupė turėjo glaudžias sąsajas su šventumo transformacijomis ir opozicijomis, bet, pabrėžiu, ne su ateistinėmis akcijomis ir ne su ikonoklazmu. Pavyzdžiui, Maskvoje grupės nariai akcijoje „Baltoji linija“ nubrėžė kreida 16 kilometrų ilgio ratą palei Sadovoje kolco, taip mistiškai uždarydami blogį Maskvos centro ribose, kad jis nepaplistų po pasaulį. Ši jų akcija man primena Nikolajaus Gogolio apsakymo „Baubas“ inversiją, kai šventas ratas naudojamas ne savi-gynai nuo supančių blogio jėgų, o priešingai: joms suvaržyti ir įkalininti. Grupės nariai rašė: „<...> neregima maginė siena, atsiradusi tarp Maskvos ir Rusijos, saugo žmoniją nuo sostinės blogio.“ Kai kurios grupės akcijos dar labiau priartėjo prie konflikto su Bažnyčia. Pavyzdžiui, 2008 metais akcijoje „Mentas-popas“ vienas grupės narių, persirengęs popu, nesislapstydamas iš prekybos centro neužmokėjęs išnešė daug prekių, tuo parodydamas, kad įstatymai negalioja nei „mentams“, nei popams. Tačiau nedidelės sėkmės ši ir kitos panašios

¹⁹ Эпштейн А. Д., «От опричнины – к дворцовому перевороту: национальные и антисоветские мотивы в акциях арт-группы “Война”», *Неприкосновенный запас*, 2011, № 6 (80), с. 176–191.

akcijos sulaukė ne savaime, o dėl to, kad tinklaraštininkai ir interneto aktyvistai tinkamai jas dokumentavo ir paskirstė.

Voina ir vėliau *Pussy Riot* pasirinko *newsmakers* kelią: kurti dėmesį traukiančias menines naujienas, pirmiausia naujose medijose. Panašią viešų agresyvių atakų prieš didžiuosius politinius simbolius taktiką dešimtmečiu anksčiau jau buvo pasirinkę Eduardo Limono *nacionalbolševikai* ir ne kartą už tai buvo įvairiai nubausti, taip pat kalėjimu²⁰. Šių akcijų metu buvo viešai, filmuojant ir fotografuojant spaudai, trenkiama Michailui Gorbačioviui rožėmis per veidą, įsiveržiama į Kremliaus pripažįstamų ir transliuojamų partijų suvažiavimus ir, taip atkreipiant į save dėmesį, užimama miestų, taip pat Maskvos merijos laukiamųjų, ir kt. Tačiau *nacionalbolševikų* akcijos neturėjo ar nepagrindė meninio turinio, menkai dokumentavo, skaitmenino ir, svarbiausia, taip pat kurį laiką ignoravo tinklinį paskirstymą. *Nacionalbolševikų* akcijos yra tikriausias manifestas turint gana neatsakingą požiūrį į reprezentacijų atsitiktinumą, jų manipuliacinę galią, neatsižvelgiant į kapitalo cirkuliaciją ir kaupimą įvykio distribucijos procese.

Nepriklausoma nuo nagrinėjamų atvejų yra baltarusių meninio protesto grupė *Zmena* – pilietinės kampanijos „Kalbėk tiesą“ jaunimo sparnas. Šios grupės narių sąrašas nuolat kinta dėl Aleksandro Lukašenkos režimo persekiojimų ir protesto iniciatyvų pliūpsnių. Šios grupės akcijos yra tikslingai orientuotos kūrybingai kovoti («*вдарить креативом по режиму*») su diktatūros režimu priemonėmis ir mažiausiai su teismais ir persekiojimu susijusiais būdais. Vis dėlto, nepaisant meninio protesto taikumo, grupės lyderiai yra nuolat persekiojami ir teisiami. Lukašenkos režimui pradėjus suiminėti žmones gatvėse už plojimą ar tykų vaikščiojimą, *Zmena* nariai sugalvojo pliušinių žaislų protesto akcijas – vaikiški kiškiukai, meškiukai buvo sodinami prie gatvių skveruose su protesto plakatais. Kai meninio protesto grupės lyderis Pavelas Vinogradovas už pliušinę agitaciją

²⁰ Лимонов Э., *Моя политическая биография*, Санкт-Петербург: Амфора, 2002.

buvo suimtas, švedų viešųjų ryšių bendrovė *Studia Total*, kuri praktikuoja partizaninės rinkodaros ir kūrybinio *piaro* stilių, organizavo įžūlią akciją (*Teddybear Airdrop Minsk 2012*): lėktuvu nelegaliai įskridus į Baltarusijos teritoriją parašiutais buvo išmesti keli šimtai pliušinių meškiukų su protesto šūkiomis. *Zmena* aktyvistai yra neblogai žinomi Minske, jos lyderiai dalyvavo dvejose prezidento rinkimų kampanijose remdami opoziciją, o grupės meninės akcijos gausiai platinamos baltarusiškuose interneto puslapiuose. Tačiau tarptautinis pripažinimas buvo pasiektas tik tada, kai *Studia Total* akcija sukėlė Švedijos ir Baltarusijos, o vėliau – Baltarusijos ir ES diplomatinį skandalą, kuris pritraukė pasaulio dėmesį, o *Zmena* meninės protesto akcijos – tarptautines televizijas. Komercinė *Studia Total* tikslingai, komerciškai pamatuotai organizavo pilietinę solidarumo ir protesto akciją ir tuo pasiekė rezultatą: atkreipė pasaulio bendrovių dėmesį, jos reitingai dėl meškiukų akcijos Minske labai išaugo, ji sau tuo pelnėsi papildomą įtaką ir finansinę sėkmę. O Baltarusijos meninio protesto grupės veikla yra nekomercinė, sunku įsivaizduoti jos galimus tarptautinius sandorius nuolat ją sekant KGB. Tačiau jos vizualiai patrauklūs protestai „ties leidžiamo politiškumo riba“, dokumentavimas ir vietinė medijinė distribucija, naujos sąsajos su komercine *Studia Total*, vėlesnė šios studijos veikla reklamuojant akciją lėmė *Zmena* populiarumo ir svarbos didėjimą. Šis bendradarbiavimo ir komunitarinių sąsajų tarp nekomercinių ir pilietiškai orientuotų komercinių, tačiau nepriklausomų, bendrovių yra alternatyva nuolatiniam pusiau komerciniam (iš dalies remiamam) *Femen* aktyvizmui. Vis dėlto *Femen* atvejis yra stipresnis reprodukuojant įvykius, o tai yra reikšminga kasdienei medijų bendrovių veiklai.

Kartais distribuciją gali paskatinti viešosios ryškiausių politinių lyderių kalbos. Pavyzdžiui, tarptautinis skandalas, susijęs su *Pussy Riot* byla, ir Putinui ištikimų TV kanalų reportažai tarptautiniu mastu padėjo ir vienai *Voina* akcijai. 2012 metų rudenį Putinas viešai pasmerkė ir paniekino (nurodydamas nevykusį lytinį aktą) akciją «Е##сь за наследника Медвежонка» („P##is už Meškiuko palikuo-

ni“). Pats savaimė vėlyvas paminėjimas ir paniekinimas jau buvo interpretacinis veiksmas. Suprask: didžioji galia žino, seka, supranta ir niekina protesto silpnumą ir amoralumą. Prisiminkime, kad minėta akcija vyko mažai lankomame K. A. Timiriazevo biologijos muziejuje, Maskvoje, 2008 metų vasario 29 dieną). „Meškiukas“ nurodė prezidentą Medvedevą, jo sąsajas su Putinu, su jų iškelto gimstamumo didinimo Rusijoje tikslu ir su tuo metu dar gyvavusiu proputinišku „Tarpregioniniu judėjimu „Vienybė“ („*Medvied*““ (*Межрегиональное движение «Единство» – «Медведь»*)). Vis dėlto gilios simbolinės politinės asociacijos nėra tai, ką plačioji publika siekia vartoti. O Putinas ir jo patarėjai, interpretuodami akciją, tarp dviejų meno grupių skirtumo nedarė ir hermeneutinės analizės neatliko, tačiau jų nevykę pareiškimai pasitarnavo grupės vaizdų platinimui.

Minėta akcija muziejuje buvo medijinio populiarumo siekimo pavyzdys. Veiksmo reportažas buvo paskelbtas Aleksejaus Plucerio-Sarno tinklaraštyje 2008 metų vasario 29 dieną, sulaukė 2 160 komentarų ir 1 100 internetinių nuorodų²¹. Aleksejus Epšteinas²² atkreipia dėmesį, kad ne *Voina* savaimė, o būtent tinklaraštininkas Pluceris-Sarno atranda, kad internetinėms medijoms efektyvus meno sklaidos būdas yra performansas, o ne didesnės, ilgalaikės manifestacijos, teatrų pastatymai ar neatsakingos reprezentacijos. Epšteinas teigia, kad tinkamas pateikimas naujosiose medijose siūlo fejerverkinės sėkmės galimybę. Tačiau, kaip rodė vėlesnis *Pussy Riot* populiarumo didėjimas, distribucija pasitelkus tinklaraščius ir internetines jungtis yra veikiausiai tik pradžia, atspirties taškas, nes be didžiųjų socialinių tinklų mašinų didesnio populiarumo sunku tikėtis. Pagaliau minėta sekso akcija muziejuje nebuvo kuo nors ypatinga meno ir politinia-

²¹ Эпштейн А. Д., «Арт-активизм в отсутствие публичной политики. Группа «Война»: от зарождения – к всероссийской известности», *Неприкосновенный запас*, 2011, № 5 (79), с. 105–129.

²² Ten pat.

me pasaulyje, turint omenyje menininkų panašių viešų veiksmų gausą. Todėl be asmeninės Putino reklamos šis įvykis negalėjo sulaukti didesnio vietos ar tarptautinio rezonanso ir nebuvo prielaida kaupti simbolinį kapitalą. Atitinkamai ir distribucijos gebėjimai bei technologijos neturėjo ypatingos reikšmės ir jų nereikėjo akcentuoti.

Vis dėlto didesnis nei įprasta susidomėjimas banaliu meniniu veiksniu parodė, kad būtent vulgarūs, supaprastinti porno, rėkimo, klyksmo, muštynių veiksmas yra geriausiai vartojami masių, o gilesnis menas politinei agitacijai daro mažą įtaką. Šie *Voina* eksperimentai rodė, kad tradiciniai politinės filosofijos atstovų teiginiai apie tvirtas meno ir politikos sąsajas, propagandos estetiką turi būti koreguojami atsižvelgiant į masių norą tiesiogiai tenkinti savo geismus be įmantraus simbolinio tarpininkavimo. Supaprastintas simuliakrinis veiksmas, kurį Jeanas Baudrillard'as pateikė kaip šiuolaikinio kapitalizmo pasaulio kritiką²³, naujo vartotojo diagnozė, tapo *Voina*, *Femen*, *Pussy Riot*, *Zmena* ir kitų panašių protesto grupių protesto išraiška. Simuliakrai, paversti agitacijos priemone, yra ir populiarumo didinimo mechanizmas. Meniniu požiūriu supaprastintos, tačiau ties leidžiamumo riba balansuojančios ar ją peržengiančios akcijos, tiekiamos naudojantis medijine distribucija, sukelia masinį vartotojų pasitenkinimą, pritraukia komercines įstaigas ir yra rimtas iššūkis tradicinei reprezentacijų politikai.

Pradžioje ir *Pussy Riot* pastangos užvaldyti visuomenės dėmesį galbūt dėl proletariško *Oi!* stiliaus, o gal dėl menko muzikinio meniškumo, atgrasumo plačiajai, *meinstryminei* viešumai, nebuvo labai sėkmingos. Jos perėmė *Voina* ir čekų gatvės meno grupės *Ztohoven*, kuri kartais dar vadinama partizaninio meno atstovais, performansų patirtį, tik paįvairino ją *Hard core* panku. *Pussy Riot* išvaizda – spalvotos slidininkų kaukės ir pėdkelnės, ryškios suknelės, ryškūs ir vaizdingi pasirodymai gatvėje – neabejotinai rodo šią grupę patyrus gatvės meno grupių įtaką.

²³ Baudrillard J., *Simuliakrai ir simuliacijos*, Vilnius: Baltos lankos, 2002.

2011 metų pabaigos ir 2012 metų pradžios opozicijos protestai Rusijoje, susiję su atviru, demokratinių ir sąžiningų rinkimų reikalavimu Rusijos prezidento ir parlamento rinkimų metu, sukūrė ir parengė *Pussy Riot* sėkmės horizontą: temą, auditoriją, spaudos dėmesį ir alkį panašioms naujienoms. Pirmiausia turiu omenyje akciją bažnyčioje ir šio įvykio paskatintą diskusiją apie Stačiatikių bažnyčios vaidmenį ir tikėjimo bei politikos sąsajas, taip pat vėlesnį viešą teismo procesą, kuris sukėlė feminizmo politinio vaidmens svarstymus. Grupės narės laiku iššoko į viešumą, nutaikydamos strėles vienu metu į visos Rusijos metropolitą Kirilą ir todėl iš dalies į Stačiatikių bažnyčios būklę bei tuometinį Rusijos premjerą Putiną. Laikotarpiu prieš Rusijos prezidento rinkimus į Putiną buvo nukreipta labai daug drastiškos kritikos, bet vien prakeiksmiais, patyčiomis mažai ką buvo galima pasiekti, nebent iš pilietinio solidarumo palaikyti kitus protestuotojus. Galbūt, merginos to ir siekė. Nenoriu diskutuoti apie jų nuoširdumą, subjektyvias paskatas, idealus, kurie juslumo paskirstymo mašinų veiklai yra menkaverčiai reiškiniai. Svarbu, kad jų vaizdo klipas buvo išplatintas pradžioje ne televizijoje, vis dar veikiančioje senuoju reprezentacijų / propagandos režimu, o save organizuojančiuose, laisvuose, protesto balsui imliuose socialiniuose tinkluose. Būtent paskirstymai ir greitas populiarumo kondensavimas ir akumuliavimas užtikrino informacinių, rinkodaros tinklų dėmesį.

Tačiau ir ši vaizdo klipo sukurta plazma, trumpalaikė euforija būtų iššvaistyta gana greitai, jei ne merginų suėmimas. Teismas ir merginų atkaklumas pavertė jas populiarumo apšukų didinimo objektu. Juk to jau buvo išmokta Michailo Chodorkovskio atveju. Čia kaip miuzikle „Čikaga“: teismas yra populiarumo didinimo ir taip pat euforijos gaminimo mašina, jei tik yra ką gaminti, užtęsti, dauginti, rodyti. Tačiau ir teismo aplinkai, mašinoms dauginant populiarumą, reikia įvairovės. Performanso grupės *Voyna* ar *Femen* šią įvairovę užsitikrina nuolatinio naujų gatvės įvykių rengimu ir rodytu, tikėdamosi patraukti vietos ar tarptautinių žiūrovų dėmesį, save platinančių socialinių tinklų palankumo. O *Pussy Riot* atveju ilgas

teismo pauzes užpildė pasaulio žvaigždės, kapitalo virpesius išmanantys prodiuseriai ir likusios laisvėje *Pussy Riot* merginos, naujos jų akcijos ir antiputiniškas vaizdo klipas (pavyzdžiui, daina „Putinas uždega laužus“, *Путин зажигает костры*)²⁴. Pasaulio žvaigždžių pagalba, kaip minėjau, nebuvo vien solidarumo akcijos. Pavyzdžiui, Madona, ant nugaros užsirašiusi *Pussy Riot*, pati gerokai atnaujino savo gėstančią žvaigždę, pažadino, bent jau kuriam laikui, *Like a Virgin* revoliucionierę. Vėlesnis Madonos vykdytas gėjų palaikymas koncerto metu Sankt Peterburge ir susijęs teismo procesas prieš ją yra proga dainininkei pasididinti savo populiarumą kaunantis su Putino „meška“.

4. Lietuviškas performatyvus protestas ir jo distribucija

Tikėtina, kad Lietuvoje yra mažesnio tankio protesto akcijų rinka, kaip ir Rusijoje. Tai rodo reportažų žiūrimumas, tęstinumas, pakartojamumas, vaizdo vartojimo laikas. Galbūt protesto reportažų sklaidai trukdo demokratiškumas, nuolatinis pasinėrimas į spektaklio visuomenės malonumus, medijinio vartojimo aplinką. Pagrindinės žiūrimosios temos išlieka reportažai apie didžiuosius, jau propagandinius tampančius 1991 metų sausio įvykius. Tačiau protesto vaizdų rinkos galimybę rodo 2009 metų sausio 16 dienos protesto akcijos žiūrimumas ir komentarai (Vikipedijoje, tinklalapiuose www.anarchija.lt, www.radikalai.lt), dienraščiuose ir televizijos laidose. Ketveri metai nesankcionuotos, valstybės nepalaikomos atminties yra pakankamai ilgas laiko tarpas protesto akcijai. Priminsiu, kad minėta akcija ir po jos kilusios riaušės buvo atsakas į tariamą Seimo neveiklumą Lietuvą pasiekus pasaulio ekonomikos krizei. Riaušių metu prieš protestuotojus buvo panaudoti šaunamieji ginklai su guminėmis kulkomis, o paskui vyko dalyvių areštai.

Lietuviškos, jau po nepriklausomybės atkūrimo, realiai po 1992 metų politinio performanso patirtys daugiausia sietinos su kovomis dėl

²⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=HjfrfMEa2>, 2012 09 15.

viešųjų erdvių. Žymiausios ir plačiausiai įvairioje lietuviškoje spaudoje analizuotos akcijos siejamos su kova dėl viešųjų erdvių, prieš korporacinių „prichvatizavimą“: Vilniuje kino teatro *Lietuva* istorija ir susijusios Protesto laboratorijos, Gedimino ir Nomedos Urbonų surengti politiniai performansai; Šiauliuose *Amfiteatro* gynimas nuo privatizavimo ir susiję Arūno ir Redos Uogintų bei kiti performansai; Kaune *Romuvos* kino teatro gynimo istorija ir Audriaus Karaliaus bei kitų rengtos meninės akcijos. Žinoma, buvo ir kitų reikšmingų politinių performansų, ir spaudoje aptartų jų padarinių (pavyzdžiui, Jurga Ivanauskaitė ir protestas prieš Kinijos prezidento Jiang Zeminio vizitą į Vilnių (2002 metai), ginant Tibeto apsisprendimo teisę, kitos protesto akcijos prie užsienio ambasadų). Savotišką protesto akcijų tęstinę mokyklą surengė Lietuvos anarchistai (Kasparas Pocius, Darius Pocevičius ir kt.), Naujosios kairės (NK95) aktyvistai. Manau, kad šios politinio performanso pratybos ir protesto pavyzdžiai, kaip bendras aktyvizmo fonas, galėjo paskatinti Liną Žigelytę ir Fioklą V. Kiurę (grupė „PASTOK už Lietuvą“) organizuoti politinius performansus. Žigelytė atliko performansą „Tapimas Lietuva“ požeminėje automobilių stovėjimo aikštelėje po V. Kudirkos aikšte 2012 metų birželio 16-ąją per Kultūros naktį. Ji skaitė eiles:

Kai man baisu išeit į gatvę – man sako: „Būk geltona, žalia, raudona“,
 kai iš manęs vagia – man sako: „Būk geltona, žalia, raudona“,
 kai man draudžia kalbėti – man sako: „Būk geltona, žalia, raudona“
 <...>²⁵

Ir tuo metu po truputį nusirenginėjo ir dažė save geltona, žalia, raudona spalva, kol visiškai nuoga virto ironiškai skausminga, politiškai epatažine Lietuvos trispalve. Šis protesto veiksmas dekonstravo tautinės retorikos ciniškumą, atitrūkimą nuo individo, moters laisvės. Erotiškumas, kuris lydėjo Žigelytės veiksmą, patraukė didžiųjų dienraščių ir daugelio interneto puslapių dėmesį, buvo aktyviai ap-

²⁵ <<http://dokumentika.blogas.lt/lina-zigelyte-%E2%80%9Etapimas-lietuva-performansas-90.html>>, 2012 11 20.

tiriamas ir nacionalistinėje spaudoje. Manau, tai gana sėkmingas, efektyvus performansas, tačiau neturintis ilgalaikių padarinių, kurie domintų žiniasklaidą, ar meninio tinklo, kuris užtikrintų naujų manifestacijų rengimą.

Panašiai galime interpretuoti ir kitos akcionisčių grupės – „PASTOK už Lietuvą“²⁶ – veiksmus. Jos siekė stabdyti neonacių koloną Vilniuje, Gedimino prospekte, 2012 metų kovo 11 dieną. Keturios merginos surengė akciją „Pastok kelią nacizmui“, kuriame nėščiomis moterimis apsirengusios aktyvistės imitavo nacistes (rodė kažką panašaus į Hitlerio ūsus) ir stabdė eiseną. Pats grupės pavadinimas „PASTOK už Lietuvą“ žaidžia protesto ir nėštumo, protesto ir moters kūno tema. Performansą gausiai filmavo ir fotografavo įvairios tarnybos, o *Youtube* iki spalio mėnesio veiksmas buvo peržiūrėtas 913 kartų. Palyginti maža akcijos sėkmė yra susijusi su vaizdo ir simbolinio kapitalo akumuliacijos nesusetimu: nebuvo aiškiai akcentuojami pasauliui pažįstami, patrauklūs personažai, trūko transgresyvumo, agresijos, bloga vaizdo kokybė, trumpas laikas, nebuvo skandalingo tešinio ar garsių politinių veikėjų komentaro, tarptautinės visuomenės reakcijos. Iš esmės visa tai liko žiniasklaidos reprezentacijos (akciją rodė televizijos, aprašė laikraščiai), tačiau netapo labai patrauklu savaiminiam pasiskirstymui socialiniuose tinkluose.

Išvados: meninio protesto taktikos

Femen akcijos, *Pussy Riot* merginų veiksmai, kitų protesto meno grupių kūryba, komunikacija, jų sėkmės ir nesėkmės rodo taktikų opoziciją: a) pusiau komercinio (*Femen* atvejis) ar (b) tik pilietinio (*Zmena* atvejis) kolaboravimo su korporacijų medijomis, kurios turi savo politinių tikslų, ir (c) nepriklausomo protesto meno ir savo socialinio platinimo tinklo kūrimas (*Pussy Riot*, *Voyna*). Pusiau komercinis aktyvumas reiškia nuolatinį produkcijos kūrimą ir jos reprodukciją,

²⁶ <<http://www.youtube.com/watch?v=s04qIR9N18s>>, 2012 11 20.

platinimą tarp aktyvių piliečių vartotojų. Jie laukia reguliarių spektaklių, juos vartoja, tampa nuo jų priklausomi (*Femen* atvejis). Šio modelio pranašumas yra: puikus viešo ir privataus vartojimo skirtumų išmanymas, nuolatinis skverbimasis į privačią politikų gyvenimo sferą (dėl seksizmo), privačios sferos politizavimas, piliečio vartotojo sąmonės skaidymas. Pagaliau komercinis gundančių vaizdų platinimas, susižavėjimo ir vartojimo energijos išlaikymas rodo svarbias įtikinėjimo technologijas, kurių neretai stokoja nekomercinės meninio protesto grupės. Kita vertus, sąsajos su komercija ir nuolatinis pasikartojamumas mažina pasitikėjimą tokiu meniniu-politiniu protestu ir jo tęstinumu. *Zmena* atvejis rodo, kad galima sėkmingai bendradarbiauti su komercinėmis įstaigomis (*Studia Total*) ir išlikti visiškai nepriklausomiems, jei tik komercinės institucijos įveikia savo prisirišimą prie kapitalo kaupimo ir atveria sau pilietinių veiksmų poreikį. O grupė *Voyna* ir jos vedinys *Pussy Riot* rodo anarchistines, bendruomenines gatvės meno plėtros galimybes. Tačiau jų efektyvumas šiandien tiesiogiai priklauso nuo to, kiek sėkmingai pasinaudojama naujųjų medijų ir socialinių tinklų techninėmis ir vaizdų (produkcijos) paskirstymo galimybėmis. Pagaliau šiuolaikinis pasaulio korporacijų siekinys komercializuoti *Pussy Riot* populiarumą, kovą, meną rodo, kad išlieka rekuperacijos (*recuperation*) ir apvertimo-iškreipimo (*detournement*) dialektika, apie kurią daug rašė G. Debord'as ir kiti tarptautiniai situacionistai. Šia prasme visa, ką sukūrė *Pussy Riot*, veikiausiai bus pasisavinta korporacinio kapitalo, galbūt ne tik komerciniais, bet ir pilietiniais bei politiniais (korporacijos interesų) tikslais (tai ir yra rekuperacija). O anarchistinės meno grupės, atstovaudamos su korporacijomis bei valstybe nesusijusiam pilietiniam protui ir interesams, bus priverstos apversti, iškreipti ir vėl meniškai išskleisti kapitalo nusavintus vaizdus. Ši abipusė nepriklausomo protesto meno ir pusiau priklausomo nuo korporacinių ir komercinių interesų meno kova vyks visada, tačiau abu sąjūdžiai gali būti vienodai reikšmingi šiuolaikinės visuomenės raidai. Juk visuomenės politiškumas iš dalies yra nedalomos vartotojiškos pilietinės sąmonės

vedinys, o kita dalis – nepriklausoma ir nesusijusi su vartotojiškais poreikiais pilietinė veikla. Bet kokių atveju, kaip rodo šiuolaikiniai pilietiniai judėjimai Rusijoje, Ukrainoje, Baltarusijoje, abi protesto formos, pusiau komercinės ir nekomercinės, yra labai reikšmingos praktikos siekiant demaskuoti korupcinius, autoritarinius ar jau totalitarizmą primenančius režimus. Šiuo atveju atmintina, kad epatažinių, euforiją keliančių, supaprastintų protesto vaizdų dauginimas, jų masinis vartojimas sukuria politinės sinergijos efektą, išbalansuoja dogmas, įsitikinimus. Aukštesnei politinei ar kitokiai kultūrai šioje aplinkoje nebelieka vietos: konfrontuojančios pusės skatina medijų agresiją, kuri ilgainiui pratrūksta gatvių riaušėmis, protesto akcijomis, plačia pilietine diskusija, įvairių opozicijos komitetų, tarybų kūrimu. Menas įsiskverbia į naujų protesto judėjimų štabus ir skatina juos viešumui, bendravimui, radikalumui, galiausiai, pilietinei drąsai. Nors apie aukštąjį diplomatijos meną nebelieka ir kalbos, nors viešosios diplomatijos pastangos taip pat sumenkėja iki minimumo, revoliucinis aktyvumas, gebėjimas ir drąsa oponuoti visam režimui didėja. Be to, meninio protesto radikalumas, paribio grupių aktyvizmas, *genderinės* ar kitos marginalios revoliucijos ne tiek skatina racionalią komunikaciją apie *įsikitinimo* teises, pilietinę įvairovę, kiek iš karto ją įgyvendina, paverčia *de facto* praktika. Todėl neperdėkime radikalaus meninio protesto baisumo ir represijų ar revoliucijų grėsmės. Pagaliau, dauguma veiksmų, kaip ir pats vartojimas, vyksta medijų erdvėje. Bet ir nenuvertinkime reiškinių: socialiniuose tinkluose sukurta euforija, geismas, panieka, agresija, paskatinta prievarta ar maištas yra ties psichinės ištvermės riba, – tai galia, kuri kartkartėmis išsiveržia į gatves.

Sinerginės euforijos mašinos veikia gana trumpą laiką ir kupinos plazminio populiarumo efekto ir pastangų jį išlaikyti, užtęsti ir tinkamai išseikvoti. Akumuliaciniai įniršio ar entuziazmo mechanizmai ir technikos eksploatuoja įvykio sukeliamas bifurkacijas, daugiakanales dėmesio ir komunikacijos trajektorijas – fraktalus. Esant dideliame, tačiau laikinam susidomėjimui afektus reprodukuojančios

mašinos vien tik dėl sąlyčio su socialiniais tinklais tampa svarbiu politinės sferos veiksmu. Kaip rodo Chodorkovskio istorija, net ir išieškoti plazminiai euforijos šaltiniai, išsekusios populiarumo sprogimų trajektorijos (komunikacinės, politinės mitologijos, politinio aktyvizmo) kurį laiką dar turi savo platųjį skaitytoją: temos fanų grupę. Angažuotiems temos vartotojams, tik specifinių tinklinių puslapių lankytojams jau pakanka paprasčiausios reprezentacijų taktikos be ypatingų distribucijos gudrybių. Po teismo etapais perkėlus dvi *Pussy Riot* dalyves į moterų kalėjimus-kolonijas, šių grupių skaitytojai liko kadaise buvusios euforijos vartotojai. Užlaikyti ir tenkinti jų dėmesį apsimoka ir dėl galimo, būsimo naujo ir plataus susidomėjimo sprogimo. O ką gi ši populiarumo distribucija turi bendra su pilietiniais idealais, demokratijos siekiais, žmogaus teisėmis, vakarietiškais vertybėmis? Sakyčiau, beveik nieko. Šioms mašinoms demokratija ir laisvoji rinka tėra pageidaujama aplinka, o ne siektinas idealas. Idealus kuria ne rinka, o pilietinė visuomenė, kurią galvanizuoja mūsų minėtos meninės protesto grupės. Todėl meninės protesto produkcijos platinimas, susijusios technikos ir technologijos yra tik taktikos priemonės, o ne strategija, ne tikslas. Negalima nuvertinti *Zmena*, *Femen*, *Voina* ir *Pussy Riot* pilietinio pasiaukojimo, heroizmo tik dėl ambivalentiškų ir neišvengiamų santykių su rinka. Kita vertus, kritinė spektaklio visuomenės analizė, socialinių tinklų ir komercinių sąveikų naudojimas visados gali būti efektyvi pilietinės taktikos dalis.

LITERATŪRA IR ŠALTINIAI

Aigrain P., Aigrain S., *Culture and the Economy in the Internet Age*, Amsterdam: Amsterdam University Press, 2012.

Baudrillard J., *Simuliakrai ir simuliacijos*, Vilnius: Baltos lankos, 2002.

Bourdieu P., *Language and Symbolical Power*, New York: Polity Press, 1991.

Champaigne P., *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Paris: Éditions de Minuit, 1990.

Debord G., *Society of the Spectacle*, London: Rebel Press, 2006.

Fiske J., *Išvadas į komunikacijos studijas*, Vilnius: Baltos lankos, 1998.

Khaleeli H., „The Nude Radicals: Feminism Ukrainian Style“, *The Guardian*, Friday 15 April 2011.

Kryssanov V. V., Goossenaerts J. B. M., „Modelling Semiosis of Design“, Mo J. P. T., Nemes L. (eds.), *Global Engineering, Manufacturing and Enterprise Networks*, Norwell: Kluwer Academic Publisher, 2001.

Mažeikis G., *Propaganda ir simbolinis mąstymas*, Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla, 2010.

Mažeikis G., *Po pono ir tarno: lyderystės ir meistrystės dialektika*, Kaunas: Kitos knygos, 2012.

Rancière J., *The Politics of Aesthetics: The Distribution of the Sensible*, London and New York: Continuum, 2004.

Trondal J., „The Europeanisation of Research and Higher Educational Policies – Some Reflections“, *European Integration Online Papers*, <<http://olymp.wuwien.ac.at/eiop/>>, 2002 08 21.

«Белая линия»: акция Бомбил при участии Войны. 2007 год», *Блог Антона Николаева*, <<http://halfaman.livejournal.com>>, 2008 06 23.

Дмитриева М., «Радикальный эксгибизионизм», *Частный корреспондент*, <http://www.chaskor.ru/article/radikalnyj_eksgibitsionizm_18186>, 2012 09 30.

Гапова Е., «Дело ‘Pussy Riot’: феминистский протест в контексте классовой борьбы», *Неприкосновенный запас* 85 (5), 2012, <<http://www.nlobooks.ru/node/2794>>, 2012 11 30.

Лимóнов Э., *Моя политическая биография*, Санкт-Петербург: Амфора, 2002.

Парфан Н., „Pussy Riot: «У нас господствуют равные права без понтов»“, *Art Ukraine*, 2012, № 2, <<http://www.artukraine.com.ua/articles/862.html>>, 2012 09 30.

Эпштейн А. Д., «От опричнины – к дворцовому перевороту: национальные и антисоветские мотивы в акциях арт-группы ‘Война’», *Неприкосновенный запас* 6 (80), 2011, с. 176–191.

Шампань П., Манифестация: производство политического события, *Вопросы социологии* 1 (2), Москва: Адапт, 1992, с. 35–61.

<http://www.pipedija.com/index.php/Tapimas_Lietuva>, 2012 11 20.

<<http://dokumentika.blogas.lt/lina-zigelyte-%E2%80%99Etapimas-lietuva-performansas-90.html>>, 2012 11 20.

<<http://www.youtube.com/watch?v=s04qIR9N18s>>, 2012 11 20.

<<http://femen.livejournal.com/220417.html>>, 2012 11 10.

<<http://www.youtube.com/watch?v=HjfrfMEa2>>, 2012 09 15.

*SUMMARY**THE PROTEST AND DISTRIBUTION:
THE CASES OF "FEMEN" AND "PUSSY RIOT"*

The article draws on the interrelations of manifestation, representation, and distribution on the basis of historical examples, cases of "Femen" and "Pussy Riot", and the analysis of actions of the art groups "Voyna" and "Zmena". The paper maintains that contemporary persuasion is based on the political economy of images rather than on the semiotics and psychoanalysis of images. The creation, reproduction, and distribution of popular images as well as political ones depends more on the market needs and art/science of marketing than on power and representation. Monopolies and corporations of the media could dictate the content of representations and define consumption in the period of analogous paper media, as G. Debord wrote about it. However, multichannel and self-organising informational networks are based not on the dictat of the propaganda or commercial spectacle, but on the semi-free social distributions and creative consumption. Besides, the contemporary semantic value and the significance of public icons depend equally on the form and process of dissemination as well as on the artistic, original content. This means that the circulation of images and the accumulation of symbolical and, as a consequence, financial capital doesn't necessarily demand a special artistic value or developed aesthetic characteristics. Diminishing of artistry and targeting of protest actions in order to satisfy the desire of consumers are combined with both civic and commercial objectives. The synergy of civic and consumer interests, political activism and consumption in the media characterizes the contemporary political consciousness. Deterioration of art to the elementary street or labour art, adjustment of visuality in order to supply policy requirements and social networking needs blends with the growth of influence of digital technologies, the social and commercial distribution of reportages. The desire to watch the inspirational art as well as the political visions is supported and satisfied by the production and reproduction of special political events.

The article considers two cases: the Ukrainian semi-commercial movement "Femen" and non-commercial art activists as well as the punk rock band „Pussy Riot“ as two possible tactics in the contemporary protest movement. The aim of the article is to analyse various possibilities for protest art tactics in the contemporary media. The social movement "Femen", its sexism and declarative feminism, its conspicuous activism are an example of manufacturing protest events for political and commercial purposes, for consolidating the interests of corporative capital and civic society. On the contrary, "Pussy Riot" demonstrates manifestations independent of the corporative capital. They are very anarchistic and develop the protest street art. However, the problems of the distribution of art production involved the band into an active participation in the social media and into the creation of independent, communal circles of the circulation of images.

Intentions of civic-consumer consciousness directly depend on the content of messages, artistic images and the possible euphoria affects that were disseminated in the digital internet spaces. It is the reason to re-evaluate the interrelations among their manifestation, representation, and distribution in the contemporary social media. The contemporary market oriented to the distribution dictates the demands for the reproduction of representations as also in the new media. If the propaganda is based only on the mass production of messages, its information is ineffective and doesn't correspond on the logic of the contemporary market research and control, on the process of visuality consumption. The stories about the popularization of the art groups "Voyna", "Zmena" and especially "Pussy Riot" are examples of a well organized artistic protest in the political field and on the political arena with a different dependence on commercial corporations. Their activities cover the spheres of artistic manifestations, the digital market of the distribution and production of consumers' desires and euphoria. The distribution of protest art goes on in the civic political field, and the growth of the protest movement means the development of demands for protest art production. Creative and informational industries seek to delay mass euphoria and then to keep it in order to exploit the enthusiasm and energy of masses for commercial purposes. The purpose of visible and invisible industries is the accumulation of various forms of capital, but not specific moral or political ideals. Critical thinking and political leadership correspond to different narratives of visual scene and the logic of the mass distribution of the visible. Critical thinking and political leadership need artistic experiments in the streets and in the media as models for political behaviour and demands. Artistic examples help to create the diversity of political manifestations and representations, the multiplicity of the political field. The Ukrainian, Russian, Belorussian modern political protests use different tactics from semi-conformism with the official power up to the antagonistic negation of the government, from the semi-commercial "Femen" and its collaboration with the corporate media up to the completely autonomous and anarchistic "Pussy Riot". I think that all forms of artistic activism are acceptable for the development of free civic society, but they demand a critical perception and development.