

Šiuolaikinis menas Lietuvos televizijoje: agentai ir vaidmenų mainai

Jogintė Bučinskaitė

Lietuvos kultūros tyrimų institutas
Saltoniškių g. 58, LT-08105 Vilnius
joginte.bucinskaite@gmail.com

——— Straipsnyje aptariamos įvairios šiuolaikinio meno pristatymo televizijoje strategijos, tiesiogiai susijusios pirmiausia su meną pristatančiųjų vaidmenimis, televizinės medijos ir meninės praktikos pokyčiais. Teigiama, kad audiovizualiniam turiniui organizuoti įtakos turi tarp meno lauko ir auditorijos tarpininkaujantys agentai (žurnalistai, menotyrininkai, menininkai, kuratoriai, prodiuseriai, meno institucijos etc.). Remiantis Pierre'o Bourdieu meno sociologijos idėjomis, televizijos ir šiuolaikinio meno lauko bei jo dalyvių santykiai matomi kaip nuolatinės derybos dėl kūrybos viešinimo ir meno lauko dalyvių matomumo, socialinės prasmės ir meno vertės kūrimo, kultūrinio kapitalo kaupimo, vizualaus kultūrinės atminties archyvavimo, kitaip tariant – tinkamiausio meno reprezentacijos būdo, kurį lemia agento užimama pozicija nagrinėjamame lauke. Iliustruojant pavyzdžiais, analizuojamos kalbėjimo apie meną televizijoje ypatybės, šių laukų tarpusavio įtakos, kritinės praktikos, skirtingi formatai, atsižvelgiama į vadinamųjų agentų vaidmenį formuojant kintantį televizijos kaip informacinės ir kūrybinės priemonių statusą.

Reikšminiai žodžiai: televizija, kultūros laida, audiovizualinė meno reprezentacija, lauko teorija, šiuolaikinio meno komunikacija.

2004 m. lapkričio 24 d. naujame lietuviškame komerciniame televizijos kanale TV1 buvo parodytas antrasis Šiuolaikinio meno centro Vilniuje (toliau – ŠMC) rengtos laidos „ŠMC TV“ epizodas. Vienas iš šio projekto rengėjų, tuometinis ŠMC kuratorius Raimundas Malašauskas, joje ištarė frazę: „Aš noriu pasakyti, kad televiziją gali daryti bet kas.“¹ Ši lakoniška, bet tuo pačiu provokatyvi mintis straipsnyje pasitelkiama kaip konceptuali glausto televizijos ir šiuolaikinio meno santykių tyrimo hipotezė. Apžvelgiant kokybinį ir kiekybinį Lietuvos televizijose įgyvendintų audiovizualinių projektų kismą bei išskiriant keletą reprezentatyvių atvejų, siekiama parodyti, kas kūrė ir kuria šiuolaikinio meno pristatymus televizijoje ar už jos ribų ir kokią įtaką tai darė laidos turiniui bei jos formatui. Kokią vietą nepriklausomos šalies televizijos istorijoje užėmė šiuolaikinis menas, o kokią – televizija mene? Kurie projektai įgyja meno kūrinio statusą, o kurie ne?

Pradžioje pacituota ištara tuo metu buvo tapusi ir vienu iš „ŠMC TV“ reklaminių šūkių. Šiandienos aplinkybėmis, kai socialinių tinklų naudotojai tapo nenutrūkstamo (audio)vizualinio turinio gamintojais, arba „personalizuotų televizijų“ kūrėjais, šis tvirtinimas skamba kaip sėkmingai išsipildęs pažadas. Tokį išpūdį sustiprina ne tik šiandieninės televizijos konvergencija, t. y. virtimas įsiliejančia, integralia, daugiafunkce interneto paslauga, arba vaizdo transliavimo būdu bei įranga. Tam įtakos turi ir žiniasklaidos auditorijų poliarizacija, metanti iššūkį visuomeninio transliavimo aplinkybėms. Būtent tai skatina geriau suprasti kintančias socialines žiniasklaidos ir meno pristatymo joje ar jos panaudojimo meninėje praktikoje sąlygas, neskubant teigti, kad televizijos vaidmuo interneto amžiuje jau nustatytas ir išspręstas; priešingai, turint omenyje, jog internetas išplėtė televizijos potencialą, jos galią sutelkdamas, pavyzdžiui, į kai kurių šalių politinių sistemų apibrėžimą arba dar tankiau paskirstytą matomumą².

Nepaisant to, kad televizijos, kaip dominuojančios šiuolaikinės kultūros terpės, statusas pakitęs, o internetas, pabrėžtina technologinių naujovių retorika pasėjo pažadą išvaduoti iš tradicinio, pasyvaus televizijos žiūrėjimo režimo, menininkai, kaip rodo šiame tekste pateikti duomenys, televiziją iki šiol naudoja įvairiapusiškai. Ir kaip komunikacinę ar

1 „ŠMC TV. Antrasis epizodas“, TV laida, Šiuolaikinio meno centro archyvas, 2004, CAC TV paskyra „YouTube“, paskelbta 2015 m. rugpjūčio 25 d., <https://www.youtube.com/watch?v=xwbY21hLHWk>.

2 Colin Perry, „TV Makeover“, *Art Monthly*, no. 352 (2011–2012): 11–14.

technologinę infrastruktūrą, ir kaip socialinių ar kultūrinių verčių kaupyklą, ir kaip kolektyvinės produkcijos (plat)formą, performatyvią, socialinę erdvę, kurioje susipina daugybė interesų. Prie pastaraisiais metais suaktyvėjusio menininkų susidomėjimo televizija priešasčių būtų galima priskirti ir nostalgiją, susijusią ne tik su pačios televizijos autonomiškumo ar jos technologinės formos nuvertėjimu, bet ir su kolektyviško žiūrėjimo ritualo ilgesiu ar jo nepatyrimu, ypač būdingu su individualizuota naršymo internete patirtimi užaugusiai kartai. Tai ryškiai matyti periodiškai, ypač pastaraisiais metais populiariojoje kultūroje ir šiuolaikiniame mene taikomuose estetiniuose sprendimuose, kur ataidi praėjusio amžiaus 9–10 deš. retrofuturistinės idėjos, senos televizijos reklamos, vadinamojo *lo-fi* (*low fidelity*) žemos gebos vizualiniai ar garsiniai elementai, prikeliama kineskopinių (CRT TV) televizorių aparatų. Kitaip tariant, televizija kūrybiniuose menininkų sprendimuose iki šiol gali būti pasitelkiama kaip retrotropas, atminties ar madingos nostalgijos objektas, tačiau nebūtinai šiuo atributiškumu kuria nuorodas į viešąją televizijos vaidmenį arba jos įtakas šiuolaikiniam gyvenimui ir kultūrai.

Nenuostabu, nes tokie su televizine medija susiję menininkų ar meno institucijų gestai, pasak Mike'o Sperlangerio, šiandien retai turi istorinę sąmonę³. Remiantis šia mintimi, svarbu pridurti, kad Lietuvoje tokią situaciją galima sieti su menku menininkų darbo televizijoje ar meno reprezentacijos šioje platformoje ištirtumu ir įk kontekstinimu, o tai šias praktikas savotiškai išbraukia iš bendruomenės atminties ir meno istorijos. Svarbu pastebėti, kad, nepaisant nuoseklių profesoriaus Žyginto Pečiulio televizinės medijos tyrimų arba Skirmanto Valiulio publikacijų, kuriose fiksuotas lietuviškos televizijos formavimasis⁴, Lietuvoje ši problematika analizuojama gana stichiškai. Paskiruose straipsniuose ar moksliniuose darbuose televizijos ir šiuolaikinio meno ryšiai nagrinėti tik epizodiškai ir dažniausiai atskiriant šias dvi disciplinas. Menotyrinėse publikacijose įprastai aprašomi keli ryškesni televiziniai projektai, nagrinėjant juos kaip autonomiškas

3 Mike Sperlanger, „Looking Back: Film“, *Frieze*, no. 136 (2011): 24.

4 Čia išskirtinos kelios Žyginto Pečiulio knygos: *Iki ir po televizijos. Žvilgsnis į XX amžiaus audiovizualinės masinės komunikacijos fenomeną* (2007), kurioje išsamiai aptariama audiovizualinių medijų genezė, taip pat *Bokštą gaubianti paslaptis. TV medijos radimasis Lietuvoje* (Vilniaus universiteto leidykla, 2018), kur autorius daug dėmesio skiria Lietuvos televizijos dramaturgijai – čia kuriamiems spektakliams ir jų raidai. Taip pat verta paminėti knygą *Telemano užrašai* (Baltos lankos, 2010), kurioje surinktos save medijų analitiku vadinusio Skirmanto Valiulio spaudoje publikuotos esė.

meno praktikas⁵. Tuo metu komunikacijos mokslų tyrimuose į televiziją (arimiausiai šiam straipsnio kontekstui) žvelgiama iš medijų raidos, kūrybinių industrijų ar kultūros mediacijos perspektyvų, tačiau išsamesnio sąsajos su menu⁶, ypač šiuolaikiniu vizualiuoju, nagrinėjimo stokojama.

Ne tik tyrimų trūkumą, bet ir istorinės ar kontekstinės sąmonės eroziją taip pat lemia bendras ambivalentiškas meno lauko požiūris į televiziją. Viena vertus, šia medija praktiniu lygiu žavimasi dėl platesnės auditorijos pasiekiamumo, didesnės vartojimo ir matomumo galios generavimo. Kita vertus, tos pačios ypatybės skatina įtampą tarp tariamo „aukštojo meno“ ir pramogų kultūros arba televizijos veikimo pobūdį apibrėžiančių kūrybinių industrijų, kurios iš principo laikytos „*bête noire* dėl paties industrijų termino šliejimo prie kūrybos, meno ir kultūros“⁷, mat „visus procesus pateikiančios pramoginiu pavidalu“⁸. Tad nepaisant gerai žinomų bendradarbiavimo atvejų Lietuvoje ir pasaulyje, meno ir televizijos santykį patys menininkai ir kritikai neretai linkę apibrėžti per opoziciją. Tokia priešprieša pradėjo formuotis dar 8 deš., kai Vakarų Europoje ir Jungtinėse Amerikos Valstijose gimstančio videomeno atstovai, tokie kaip Davidas Hallas, Jaime’as Davidovichius, Chrisas Burdenas, Billas Viola, Nam June Paikas, Bruce’as Naumanas ir kiti⁹, dėjo viltis, kad televizija taps atvira ir

5 Gedimino ir Nomados Urbonų projektas „tvvv.plotas“ kaip medijų meno pavyzdys nagrinėtas Renatos Šukaitytės menotyros daktaro disertacijoje „Lietuvos, Latvijos ir Estijos medijų menas XX a. pab. – XXI a. pr.: institucinė ir meninė raida“ (VDU, 2008); „ŠMC TV“ kaip dalyvaujamojo meno pavyzdys išsamiai aprašytas Linos Michelkevičės monografijoje *Būti dalimi. Dalyvavimas ir bendradarbiavimas Lietuvos šiuolaikiniame mene* (Vilniaus dailės akademijos leidykla, 2021).

6 Išskirtina išsami kolektyvinė monografija *Komunikuoti kultūrą: institucijos, strategijos, auditorijos* (VDU, 2015), tačiau akylesnis žvilgsnis čia kreipiamas į teatrą.

7 John Hartley, „From the Consciousness Industry to Creative Industries: Consumer-created content, social network markets, and the growth of knowledge“, in *Media Industries: History, Theory and Methods*, eds. Jennifer Holt ir Alisa Perren (Oxford: Blackwell, 2008), 233.

8 Neil Postman, *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business* (USA: Penguin, 1985), 87.

9 Čia įdomu paminėti menininkų taikytas ganėtinai panašias to meto eksperimentų su televizija strategijas, dažniausiai susijusias su įsiterpimu į transliacijas ir jų sutrikdymu. Pvz., 1971 m. Škotijos meno tarybos užsakymu Davidas Hallas sukūrė septinių dalių vaizdo skirtukus „TV pertrūkiai“ (*TV Interruptions*), transliuotus nacionalinėje Škotijos televizijoje. Trijų minučių trukmės vaizdo įrašai iš anksto nepranešus įsiterpdavo tarp numatytų laidų, reklamų ir kitos informacijos. Juose rodyti iš čiaupo tekančio vandens, degančio televizoriaus, gatvės ir kiti statiška kamera nufilmuoti vaizdai.

Kone tuo pat metu JAV menininkas Chrisas Burdenas kūrė televizijos reklamas-performansus, kuriuose buvo rodoma, kaip už nugaros surištomis rankomis jis šliaužia per stiklo šukes (*Through the Night Softly*, 1973), skaito trijų eilučių eilėrašį Los Andželui (*Poem for L.A.*, 1975), po kelerių metų, skaitydamas ekrane pasirodančius, pagal tyrimus amerikiečių labiausiai atpažįstamų menininkų vardus „Leonardas da Vinci, Michelangelas, Rembrantas, Vincentas van Gogas, Pablas

demokratiška vizualiojo meno platforma ir kad menui bus leidžiama formuoti televiziją, o ne atvirškščiai. Tačiau lūkesčiai ne visada ir ne visai būdavo pateisinami: ilgainiui menininkų bandymai įsikišti į televizijos programų tinklelį buvo išnaudojami pačios televizijos organizavimo interesams, televizinėje kakofonijoje menininkų intervencijos neretai tapdavo eiliniu vizualiniu kamšalu, o už eterį tekdavo susimokėti komercinių reklamų kainomis¹⁰.

Čia svarbu prisiminti 1996 m. transliuotoje sociologo Pierre'o Bourdieu televizijos paskaitoje „Sur la Télévision“ („Apie televiziją“), kuri vėliau išversta į anglų kalbą ir išleista knygos formatu, išsakytas mintis, kad kova televizijoje vyksta ne tiek dėl demokratijos, kiek dėl specializuotų sričių autonomijos. Jo teigimu, mažame ekrane pasirodantys autoritetingi asmenys, turintys gilių žinių apie meną, mokslą ar sociologiją, turi prisitaikyti prie televizijos normų: duoti greitus atsakymus, pateikti pozicijas „už“ arba „prieš“. Taigi, siekiant pateisinti save pagal televizijos steigiamą vertybinę sistemą, kitų sričių autonomija yra sukompromituojama dominuojančios medijos¹¹.

Pirmieji su televizijos terpe eksperimentavę menininkai stengėsi išlaikyti šį meno autonomiškumą. Įgyvendindami alternatyvias vizualines idėjas, tokie kūrėjai ieškojo būdų formuoti kultūriniam, politiniam ir socialiniam pliuralizmui atvirą visuomenę¹². Tačiau ilgainiui menininkai prarado

Picassas...“, perskaitė ir savąjį, o reklamos pabaigoje pateikė informaciją, kad pranešimas apmokėtas jo paties lėšomis. Taip menininkas parodė asmeniškai organizuojamo viešumo absurdiškumą. 1977 m. reklamoje-kūrinyje *Visiškas finansinis atskleidimas* (angl. *Full Financial Disclosure*) Burdenas prisistatė pirmuoju menininku, viešai paskelbusiu asmeninę finansinę ataskaitą. Pateikęs pajamų, išlaidų ir grynojo pelno dydžius, menininkas atskleidė ir tai, kiek jam kainavo ši reklama (35 proc. pajamų). Pateikdamas tik televizinės industrijos suinteresuotoms šalims įprastai žinomą kainyną, Burdenas demaskavo tabu temas ir savo, kaip nepriklausančio šiai terpei asmens, poziciją. Tačiau bene kontroversiškiausiu jo poelgiu televiziniame eteryje laikomas performansas *TV užgrobimas* (*TV Hijack*, 1972). Sutikęs dalyvauti televizijos pokalbių laidoje, menininkas pašoko nuo kėdės ir, reikalaujamas tęsti tiesioginę transliaciją, prikišo peilį prie laidos vedėjos meno kritikės Phyllis Lutjeans gerklės. Paprašęs įrašo juostos, Burdenas ją apliejo acetonu.

1983 m. JAV televizijos kanale WGBH-TV rodyti 44 menininko Billo Violos sukurti ir įprastą transliaciją sutrikdantys skirtukai. Projektas *Atvirkštinė televizija* – tai pusės minutės trukmės videoportretai, kuriuose užfiksuoti Bostono gyventojai, sėdintys savo svetainėse ir tyliai žiūrintys į kamerą tarsi ji būtų televizorius. Menininkas apvertė televizijos ir jos žiūrovo santykius, akistatai į stebinguosius atgreždamas, kaip pats sako, žiūrėjimo į televizorių choreografiją.

¹⁰ Perry, „TV Makeover“, 11–14.

¹¹ Pierre Bourdieu, *On Television* (London: Pluto Press, 1998), 10.

¹² 1982 m. Jungtinės Karalystės parlamentas nusprendė įsteigti „Channel 4“ kanalą, kuris turėjo atliepti marginalizuotų auditorijų (pirmosios ir antrosios kartos imigrantai, Vello ir Šiaurės Airijos gyventojai, juodaodžiai, alternatyvus jaunimas) poreikius, skatinti naujoves ir eksperimentuoti. Didžioji dalis transliuojamų programų turėjo būti sukurta nepriklausomų prodiuserių arba menininkų (Colin Perry, *Radical Mainstream: Independent Film, Video and Television in Britain 1974–90* (Bristol and Chicago: Intellect, 2020).

viltį pakeisti televiziją: šios informavimo priemonės dekonstrukcija, menininkų pasisavinami ar aproprijuojami jos veikimo principai, parodijuojami esami bei kuriami saviti formatai nustojo galios prieš televizijos vykdomą viešojo diskurso privatizavimą. Taip savo knygoje *Atsiliepimai: televizija prieš demokratiją* (*Feedback: Television Against Democracy*, 2007) teigdamas, meno istorikas Davidas Joselitas iš esmės patvirtina Pierre'o Bourdieu mintį ir ją papildė – „prieigos prie turinio transliacijos kontrolė prieštarauja demokratijai“¹³, o tai verčia svarstyti apie meno lauko autonomijos reliatyvumą.

Autonomijos aspektas šiame kontekste tampa itin svarbus, mat siekiant apžvelgti šiuolaikinį meną televizijoje pristatančių agentų veikimo būdus, nesunku įsitikinti, kad pastarieji veikia ne viename, o daugelyje laukų, tuo tarpu meno laukas taip pat neretai priklausomas nuo matomumą ir (in)formavimo galią turinčios televizijos. Be jos, kaip ir be kitų tarpininko vaidmenį atliekančių informavimo priemonių, prancūzų sociologės Nathalie Heinich teigimu, nevyktų meninio akreditavimo procesas¹⁴. Tokį požiūrį savo knygoje *Meno pasauliai* (*Art Worlds*, 1982) išplėtojo ir sociologas Howardas S. Beckeris, manydamas, kad meno kūrinys tampa meno kūrinium tik sąveikaudamas su kitais: menininkai, sukūrę kūrinį, privalo jį viešinti ir rasti mechanizmą, kuris leistų jį įvertinti, prie jo prieiti ir atpirkti investicijas; taip pat viešinimas turi tiesioginės įtakos reputacijai, nes tai, kas nėra žinoma, negali būti apsvarstyta, negali įgyti istorinės reikšmės. „Todėl procesas yra žiedinis: kas neturi geros reputacijos, tas turi mažiau galimybių būti parodytas.“¹⁵ Šios idėjos parodo tiesioginį televizijos ir meno lauko santykį bei įtakas skirtingiems, Bourdieu terminais kalbant, kapitalams kaupti. Galų gale kviečia televiziją apsvarstyti kaip vietą anapus tradicinių kultūros hierarchijų. Tą savo studijoje *TV muziejus: šiuolaikinis menas ir televizijos era* (*TV Museum: Contemporary Art and the Age of Television*, 2014) stengiasi daryti Maeve Connolly, patvirtinanti, kad televizija iki šiol atlieka svarbų vaidmenį šiuolaikinio meno kūrimo ir įtvirtinimo ekonomikoje, tačiau į ją svarbu pažiūrėti ne kaip į reformos objektą, bet kaip į kultūrinį ar socialinį kūrybos šaltinį. Medijų tyrėja televizijos ir meno lauko ryšius šiandien mato

¹³ David Joselit, *Feedback: Television Against Democracy* (Cambridge, MA: MIT Press, 2007), 11.

¹⁴ Nathalie Heinich, „Mapping intermediaries in contemporary art according to pragmatic sociology“, *European Journal of Cultural Studies* 15(6) (2012): 698, doi: 10.1177/1367549412450634.

¹⁵ Howard S. Becker, *Art worlds* (Berkeley: University of California Press, 1982), 93–95.

kaip abipusį suinteresuotumą įžiūrėti panašumus ir naudą, tyrinėti naujus įsitraukimo ir žinių kūrimo būdus, o distinkciją tarp „aukštosios“ ir pramogų kultūros nurašyti kaip šiuolaikiniam vartotojui nebeaktuali skirstymą. Dar naujojo tūkstantmečio pradžioje medijų teoretikas Levas Manovichius tokį šiuolaikinį auditorijos dalyvį apibūdino kaip panirusį į daugiaprogramį režimą, kuris reikalauja greitai kaitalioti įvairias dėmesio formas, dekonstruoti reklamas, straipsnius, reportažus¹⁶, todėl kultūrinio turinio skirstymas į hierarchines gradacijas ir opozicijas ne tik kad nebetenka prasmės, bet ir užgožia sukauptą tam tikros medijos potencialą.

Tad siekiama išsiaiškinti televizijos vaidmenį formuojant pokyčius šiuolaikiniame mene, ir atvirksčiai, atidžiau žvelgiama į pastarųjų Lietuvos nepriklausomybės dešimtmečių televizijos ir meno santykių dinamiką: socialumo ir bendradarbiavimo būdus, kultūrinį statusą, tarpininkavimo strategijas ir sąlygas. Klausiant, kokią epistemine vertę menui kuria televizinė terpė ir jos agentai, žvalgomasi į situaciją ir kita kryptimi – kaip menininkai su televizija bendradarbiauja būdami autoriais, ne tik kultūrinių programų subjektais. Būtent todėl, siekiant parodyti šių sričių susikirtimo taškus, agentų migravimą tarp laukų bei kitas įtakas, pasitelkiama Bourdieu meninio lauko teorija ir su ja susijusios idėjos, padėsiančios į kultūros laidas ir audiovizualinius projektus pažvelgti kaip į tankų, socialiniais ryšiais paremtą tinklą. Taigi toliau straipsnyje kaip metodologiniai įrankiai taikomi tokie Bourdieu įvesti terminai ir sąvokos kaip *meninis laukas*, *žurnalistinis laukas*, *agentai*, *habitus*, *simbolinis kapitalas*, *kultūrinis kapitalas* ir t. t. Manoma, kad, analizuojant meno lauko ir televizijos steigiamos viešumo galios sankirtas, Bourdieu idėjos padeda dėmesio centrą nuo konkreto kūrinio ar projekto analizės paslinkti socialinių aplinkybių tyrinėjimo link. Tai leidžia apčiuopti lauko ir vadinamųjų sublaukų veikimo būdus, atidžiau pažvelgti į jų dalyvius, dalyvių veiklos apraiškas ir simbolinio kapitalo skirtumus. Kaip konceptuali šių idėjų taikymo armatūra čia pasitelkiama originali Lietuvos televizijose rodytų ir individualiai kurtų kultūros laidų diagrama, leisianti struktūruotai parodyti chronologinius pokyčius ir išryškinti vyraujančias tendencijas bei specifinius projektus. Toks procesų kontekstualizavimas leidžia ne tik nubraižyti televizijos ir meno santykį

¹⁶ Lev Manovich, *Naujųjų medijų kalba* (Vilnius: Mene, 2009), 307.

organizuojančius bei ribojančius rėmus, bet ir sudaryti kritinių diskursų rinkinį, apibrėžiantį įvairialypį televizijos kaip materialaus objekto, institucijos, informacinės terpės, kultūrinės formos ar gyvumo ir srauto sąvokas perkuriančio technologinio reiškinių profilį.

Šiuolaikinio meno pristatymas televizijoje: lauko struktūra ir jo dalyviai

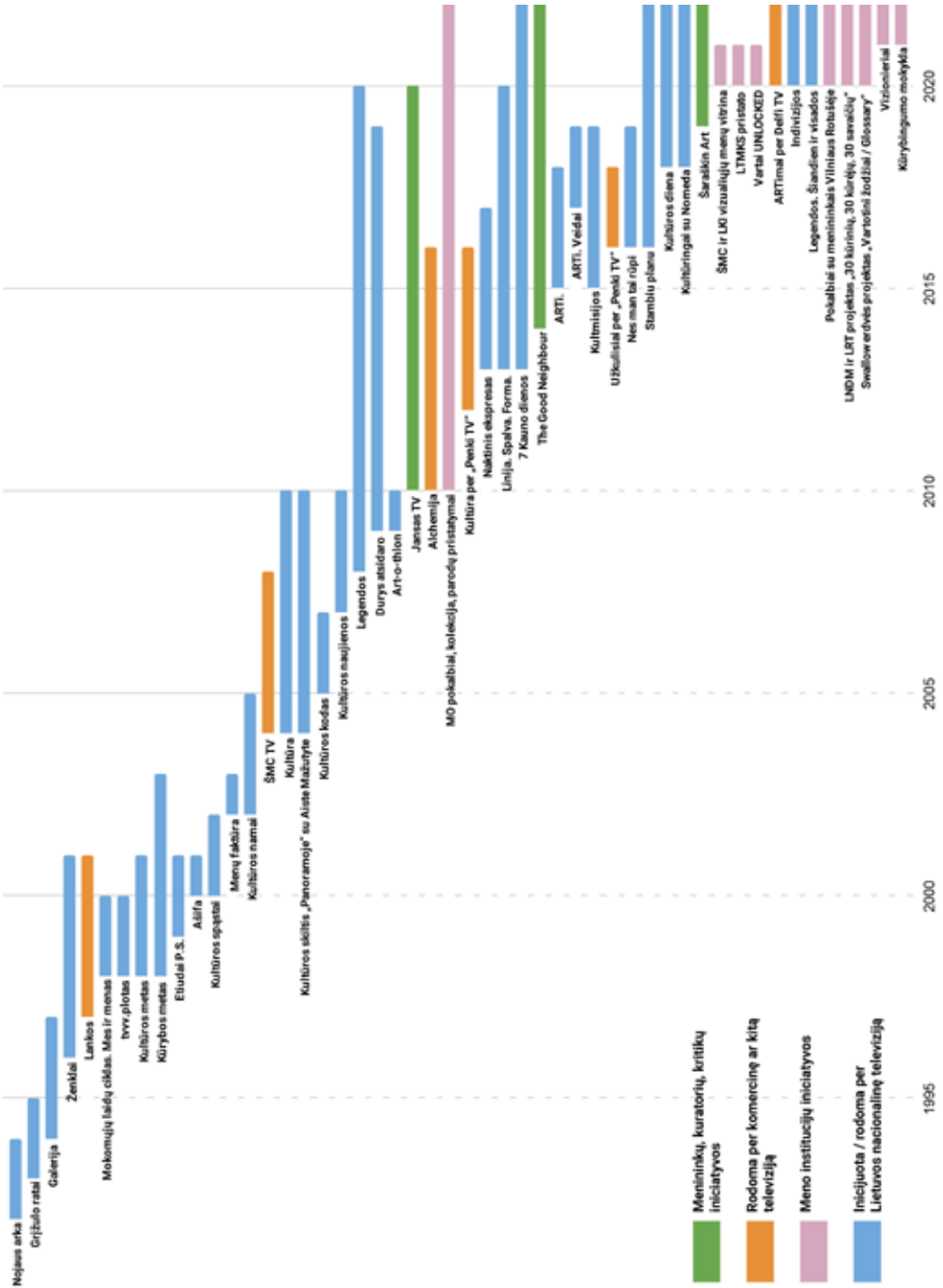
Norint taikyti Bourdieu siūlomas idėjas, pasak jo, pirmiausia reikia atlikti tris gestus. Pirma, svarbu apibrėžti šiame tyrime aktualias dominančio lauko ribas; antra, išanalizuoti vidinę lauko struktūrą, kuri padės nustatyti agentų santykius, pozicijas ir kokį kapitalą kuria pasirinktas laukas; trečia, paaiškinti vadinamąjį lauke veikiančių agentų *habitus*, kuris, viena vertus, lemia agento poziciją lauke, kita vertus, veikia paties lauko struktūrą. Tiesa, rečiau, bet minimas ir ketvirtas gestas – sąvoka, kurią Bourdieu įvardija interesu ir kviečia traktuoti ją kaip agentų susidomėjimą, arba motyvaciją, dalyvauti lauko žaidime.

Apibrėžti šiuolaikinio meno lauko ribas televizijoje nėra paprasta, turint galvoje, kad tai sudėtiniai platesnių (žiniasklaidos ir kultūros) laukų struktūros dėmenys. Jei laukas, pasak Bourdieu, yra objektyvių santykių tarp pozicijų tinklas arba išsidėstymas¹⁷, tokiu atveju tikslingiau šį sudėtinį darinį būtų vadinti kitu jo siūlomu sublauko terminu. Kaip veiksmingiausią lauko ribų nustatymo metodą Bourdieu nurodo empirinius duomenis. Statistiškai revizuojami atvejai gali padėti įvertinti ir tyrinėti pasirinkto lauko veikmę¹⁸, kuri šiuo atveju atrodo komplikuoata dar ir dėl specifinių sričių sandūros. Kita vertus, pats autorius pripažįsta, kad šis klausimas „išlieka keblus vien dėl to, kad iš ribų lošiama pačiame lauke.“¹⁹ Taigi laukų ribas galima laikyti glaudžiomis ir neatspariomis, mat kiekvieno naujo *agento* atsiradimas lauke lemia lauko ribų transformacijas. Abi sferos tampa nestabilios, todėl galima pamatyti, kur santykiai veikia, o kur – žlunga. Vadinasi, Bourdieu lauko teorija nėra fiksuotas modelis su *a priori* nustatytomis ribomis. Vietoj to jis siūlo analizės būdą, kur tam tikros srities charakteristikos būtų nustatomos tyrimo metu. Tad tiksliau įvardyti šiame tekste aptariamo sublauko ribas padės pateikiama kultūros laidų diagrama [1 il.].

17 Pierre Bourdieu ir Loic J. D. Wacquant, *Įvadas į refleksyviąją sociologiją* (Vilnius: Baltos lankos, 2003), 131.

18 Ibid., 135.

19 Ibid., 134.



1. Lietuvoje kurtų kultūros laidų pasiskirstymas pagal juos kuriančius ir inicijuojančius agentus

The timeline representation of the Lithuanian cultural TV shows among with the agents that produce and initiate them

Pateiktoje diagramoje matomi penkiasdešimties audiovizualinių projektų arba iniciatyvų, kurtų 1992–2021 m., pavadinimai, atrinkti remiantis keliais kriterijais. Pirmą, laidos ar projektai pasirodė periodiškai arba sudarė daugiau nei trijų audiovizualinių pasakojimų ciklą; antra, dėmesys vizualiajam menui arba jo atstovams buvo ne vienkartinis, bet periodiškas. Toliau, siekiant parodyti laidų ypatybes pagal juos kuriančius agentus, laidos išskirstytos spalvomis, taip pavaizduojant vyraujančias arba naujas transliavimo ir (ar) projekto inicijavimo bei įgyvendinimo aplinkybes. Tad mėlynai nuspalvintos laidos buvo inicijuotos arba rodytos Lietuvos nacionalinėje televizijoje; oranžine spalva nuspalvintos tos, kurios buvo transliuojamos komercinėse arba kitose televizijose; žalia spalva nuspalvintos tos menininkų, kuratorių arba kritikų iniciatyvos, kurios peržengė tradicinės televizinės institucijos sampratą; galiausiai, alyvine spalva pažymėtos tos, kurias inicijavo meno institucijos bendradarbiaudamos su žiniasklaidos priemonėmis arba pačios įkurdamos savo kanalus socialiniuose tinkluose. Šių praktikų suaktyvėjimą 2020-aisiais didžiąja dalimi galima sieti ir su koronaviruso pandemijos situacija, kai, institucijoms laikinai užvėrus duris, ieškota naujų sklaidos formų. Taip pat reikėtų atsižvelgti ir į įprastomis tampančias medijuotas kasdienybės ypatybes, pasikeitusį meno institucijų produkcijos ir eksponavimo kontekstą, komercinį suinteresuotumą telkti didesnę auditoriją, kolekcininkus, potencialius rėmėjus, o tai skatina proaktyvią pačių meno institucijų ir menininkų inicijuotą sklaidą.

Apsibrėžus čia analizuojamo lauko ribas, svarbu pastebėti, kad Bourdieu bet kuri literatūros ar vizualiojo meno lauką mato kaip pozicijų ir santykių struktūrą, kurią galima paaiškinti tik nurodant galios lauką. „Galios laukas yra jėgos santykių erdvė tarp agentų arba tarp institucijų, turinčių kapitalą, reikalingą užimti dominuojančias pozicijas įvairiose srityse.“²⁰ Tokiu atveju dėl jau anksčiau minėtos televizijos taikomos viešojo diskurso privatizavimo politikos būtent ji kaip sklaidos terpė šiame santykiuje užimtų galios generavimo vaidmenį, kurį apibrėžia televizijos steigiamas matomumo kapitalas. Kitaip tariant, galia, pagal Bourdieu, kuriama ir stiprinama kapitalu, todėl čia svarbu išsiaiškinti, kokią kapitalą generuoja televizija, o su koku į ją įžengia menas, ir atvirkščiai.

²⁰ Pierre Bourdieu, *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field* (Stanford California: Stanford University Press, 1995), 215.

Visų pirma Bourdieu kapitalą skirsto į keturis tipus: *kultūrinį*, *ekonominį*, *socialinį* ir *simbolinį*. Jei ekonominį kapitalą nesunku sieti su pinigine ar turtine verte, tai socialinis kapitalas yra susijęs su socialinių santykių kiekiu ir rūšimis, elgsenos taisyklėmis. Kultūrinį kapitalą Bourdieu apibūdino kaip kultūrinių kompetencijų ir tam tikros kultūros praktikos žinių formą, gebėjimą vertinti kultūros artefaktus. Tiesa, šis kapitalas gali būti paverstas ekonomine preke (pvz., knygos, paveikslai, dainos, filmai etc.), kuri suponuoja tokio kapitalo įkūnijimą ir fizine forma. Tačiau tuo pat metu kultūrinis kapitalas yra ir išsilavinimas, nematomas, iš karto neperduodamas įgūdis, o jo įsisavinimas vyksta ilgalaikėje perspektyvoje ir yra susietas su socializacijos procesais. Bene komplikuočiausias – simbolinis kapitalas žymi pripažinimo ir prestižo laipsnį, steigiamą įvairių nominacijų, vardų, apdovanojimų ir kitų įvertinimų pavidalu. Būtent pastarasis padeda įteisinti visus kitus kapitalus, kadangi meninis laukas suprantamas kaip simbolių ir kultūrinių verčių gamybos erdvė, dėl šių kapitalų šiame lauke įprastai ir varžomasi²¹. Svarbu pastebėti, kad Bourdieu teorijos kritikai sako, jog kur kas tiksliau kapitalą būtų įvardyti kaip vertę, mat būtent toks apibūdinimas nereikalauja konkretaus produkto išraiškos²². Taigi nuo agento veiklų ir sukauptų kompetencijų vertės priklausys jo galia ir pozicija tam tikrame lauke.

Kalbant apie žurnalistinį, arba šiuo atveju – televizinį lauką, šie kapitalų tipai pasireiškia kitokiais būdais – per pasiekiamumą, reitingus, auditorijos dydį, reklamą, dominavimą etc.²³ Jei kanalas komercinis, tai čia kuriamų kapitalų rinkinį greičiausiai papildys ir ekonominis, jei kanalas visuomeninis, tuomet pagrindinė kova vyks dėl simbolinio. Tačiau menas ir menininkai, atsidūrę televizijos ekrane arba didesnio bei aktyvesnio regimumo zonoje, neišvengiamai verčia kalbėti apie dar vieną vertę, kurią televizija gali pasiūlyti menui. Jį Bourdieu mokyklos atstovė sociologė Nathalie Heinich vadina vizualumo kapitalu (*capital de visibilité*). Savo knygoje *Apie regimumą: tobulumas ir išskirtinumas medių pasaulyje (De la visibilité: excellence et singularité en régime médiatique, 2012)* autorė tyrinėja

21 Bourdieu ir Wacquant, *Įvadas į refleksyviąją sociologiją*, 27.

22 Göran Bolin, „The Forms of Value: Problems of Convertibility in Field Theory“, *Tripple C*, Vol. 10, no. 1 (2012): 33–41, doi: 10.31269/triple.v10i1.340.

23 Rodney Benson ir Erik Neveu, „Introduction: Field Theory as a Work in Progress“, in *Bourdieu and the journalistic field*, eds. Rodney Benson, Erik Neveu (Cambridge: Malden [Mass], 2010), 4–28.

žiniasklaidos priemonių generuojamą garsenybių matomumą, kuris, pasak jos, neišvengiamai veikia socialines ir kultūrinės sritis, daro įtaką hierarchinėms sistemoms. Heinrich pasiūlė papildyti Bourdieu išskirtas kapitalo rūšis, matydama medijuotą dėmesį kaip naudingą resursą, kuris šiame kontekste tiesiogiai siejasi ir su meno lauko dalyviais, veikiančiais televizijoje.

Nors ankstesniuose darbuose Pierre'as Bourdieu taip pat aprašė matomumą kaip socialinio kapitalo rūšį, lygindama Pierre'o Bourdieu ir Nathalie Heinrich požiūrius, Žilvinė Gaižutytė-Filipavičienė savo studijoje apie vizualumo režimus teigia:

Bourdieu matomumas buvo žinomumo atitikmuo, susijęs su simboliniu ir kultūriniu kapitalu. Priešingai, Heinrich nuomone, matomumo kapitalas yra naujas atskiras reiškinys, susijęs su plačiai paplitusiu žvaigždžių ir įžymybių kultu, įskaitant visus klasikinio materialinio kapitalo požymius.²⁴

Kitaip tariant, vizualumo kapitalas nėra metafora, jis turi ekonominio kapitalo bruožų: jį galima išmatuoti (auditorijos dydis); jį galima kaupti (kuo didesnis matomumas, tuo geresnis atpažįstamumas); jį galima perduoti (giminaičiai ir artimas ratas taip pat sulaukia dėmesio); jį galima monetizuoti (dovanos, užmokestis už pasirodymą reklamoje ir pan.); jį galima konvertuoti (matomumą, sukauptą vienoje srityje, nesunkiai galima pernešti į kitą)²⁵. Tai – specifinis dėmesio generavimo pajėgumas, kuris meno lauke, pasak Heinrich, ir meninėms praktikoms padeda įtvirtinti savo statusą iš vieno matomumo režimo pereinant į kitą. T. y. tam, kad menas priartėtų prie potencialaus žiūrovo ir būtų įteisintas, reikia jį patalpinti į kasdienybės kontekstą – tarkim, medijuotą srautą, kuriame, viena vertus, kuriama simbolinė, kultūrinė, matomumo vertė, kita vertus, meno lauko atstovai čia dėl tų verčių priversti varžytis su daugiau suinteresuotų grupių. Nepaisant to, toks meno dalyvavimas matomumo zonoje virsta labai aiškiu pranašumu didesnėje skirtingus laukus jungiančioje socialinėje erdvėje. Tokiomis aplinkybėmis besiformuojantiems kūrybos objektams apibūdinti

²⁴ Žilvinė Gaižutytė-Filipavičienė, „From Visuality to Visibility: Regime, Capital, Media“, *Art History & Criticism*, Volume 16, Issue 1 (December 2020): 126, doi: 10.2478/mik-2020-0009.

²⁵ Nathalie Heinrich, *De la visibilité: excellence et singularité en régime médiatique* (Paris: Gallimard, 2005), 46.

tiktų taikli Odetos Žukauskienės pastaba, kad į visuotinį matymo lauką jie pakliūva kaip „komunikacijos ir kūrėjų apytakos instrumentai“²⁶.

Remiantis šia mintimi, įdomu svarstyti atbuline eiga, t. y., kad televizija šioje meno ir komunikacijos procesų apytakoje vis dėlto nėra galios pozicijoje *a priori*. Ypač tai matyti, kai šiais vaidmenimis apsimainoma ir iš įsileidžiančios į eterį bei eksponuojančios meną televizija pati tampa meno eksponatu. Tokiu atveju galia turėtų priklausyti meno insitucijoms, pavyzdžiui, muziejams, kurie veikia ne tik kaip šios medijos kritikos, bet ir įteisinimo ar istorizavimo vietos. Pasak Connolly, būtent muziejai kaip kultūrinio skonio ir reikšmės arbitrai ilgą laiką turėjo teisę nustatyti televizijoje sukurto meno ir pačios televizijos kaip kultūrinio konstrukto vertę. Tačiau tuo pačiu priduria, kad šiandieninėmis aplinkybėmis, kai privilegijuotų žinių gamyba išsiplėtė anapus nusistovėjusią hierarchiją simbolizuojančių meno institucijų ir persikėlė į kone gyvenimo būdo žurnaluose reitinguojamų menininkų ir parodų sąrašus, vertė imama kurti ir kompleksiška besikeičiančių viešinimo aplinkybių. Taigi simbolinė reikšmė, anot medijų tyrėjos, tokiu būdu sukuriama per mainų tarp meno ir televizijos būdus, „kurių nebegalima suprasti remiantis tradicinėmis kultūros hierarchijomis“²⁷. Vadinas, tai lemia labai įdomią situaciją – televizija, kaip kūrybinis subjektas, atsідūręs *muzejuje*, tarsi privalo vėl sugrįžti į televiziją kaip matomumą steigiančią terpę, kad ši legitimavimo kilpa būtų uždaryta. Tokiai situacijai iliustruoti galima pasitelkti vienos parodos pavyzdį, net jei jis tiesiogiai neatsispindi apibrėžtoje lauko ribų diagramoje. Tai – ŠMC Vilniuje 2017 m. surengta fotomenininko Algirdo Šeškaus keliasdešimties fotografinių atspaudų ekspozicija *TV*²⁸, kurioje pristatyti 1975–1985 m. tuometinės Lietuvos televizijos užkulisuose užfiksuoti kadrai, kai fotografas ten dirbo operatoriumi. Apie šią parodą tuo metu pasirodė bent keli televizijos reportažai, iš kurių viename parodos kuratorė Virginija Januškevičiūtė prasarė:

Tikroji jėga šitų fotografijų yra būtent šitie atspaudai. Mes jau sulaukėme komentarų, kad jie yra labai maži. Televizijos ekrane šie atspaudai nėra tokie maži, todėl

26 Odeta Žukauskienė, „Šiuolaikinio vizualinio meno tekstiškumas kintančių paradigmu kontekste“, in „Menininkas ir tekstas“, sud. Ieva Pleikienė, *Acta Academiae Artium Vilnensis*, nr. 91 (2018): 42.

27 Maeve Connolly, *TV Museum: Contemporary Art and the Age of Television* (Bristol and Chicago: Intellect Books and University of Chicago Press, 2014), 22.

28 2016 m. Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija taip pat išleido Algirdo Šeškaus fotografijų albumą tuo pačiu pavadinimu kaip ir paroda, kurį sudarė menininkas Gintaras Didžiapetris.

esame dėkingi televizijai ir visoms transliacijoms už tai, kad jie tarnauja kaip didintuvas šitoms nuotraukoms.²⁹

Šioje situacijoje televizija, tiesiogine to žodžio prasme, veikia kaip matomumą įgalinanti priemonė, taip pat kaip reikšmingumą patvirtinanti galia, kartu su kitam laukui atstovaujančio agento kompetencijomis ir sukauptu kultūriniu kapitalu padedanti atvaizdus konvertuoti į meno kūrinis ir sugražinti juos atgal į tą pačią televiziją jau kitu statusu.

Labai svarbu tiksliau apibėžti čia jau ne kartą minėtą *agento* sąvoką, kurią Bourdieu vartoja apibūdinti lauke veikiančius dalyvius. Pasak jo, agentais gali būti ne tik atskiri individai, bet ir grupės ar institucijos. Svarbu pabrėžti ir tai, kad konkretūs agentai turi galimybę dalyvauti skirtinguose laukuose, mat pagal savo sukauptas kompetencijas gali jomis disponuoti keliuose sublaukuose. Šiuo atveju omenyje turimi žiniasklaidos atstovai – žurnalistai, redaktoriai, televizijos prodiuseriai, režisieriai, operatoriai ar kiti pagal komunikacijos lauko protokolą veikiantys dalyviai arba meno lauko agentai – kuratoriai, menotyrininkai, meno kritikai, patys kūrėjai ar meno institucijos, besimančios televizijoje atstovauti laukui ar individualioms praktikoms.

Toliau kalbant apie *agentų* skirtumus, naudinga prisiminti minėtoje Bourdieu knygoje *Apie televiziją* išsakytus svarstymus apie žiniasklaidos tarpininkavimo vaidmenį. Ilgą laiką žurnalistikos lauką traktavęs kaip politikos lauko dalį, sociologas pastebėjo, kad žiniasklaidos atstovai politiniame lauke užima dviprasmišką poziciją – viena vertus, jie įtakingi veikėjai, kita vertus, nevisaverčiai nariai³⁰. Panaši išvada galima maštant ir apie meno reprezentaciją televizijoje, o tam esti bent kelios priežastys. Nepaisant to, kad žiniasklaidos agentai veikia kaip vadinamieji „matomumo antreprenieriai“, galintys daryti temų ir įtraukiamų pašnekovų atranką, formuoti klausimus ir pasakojimų strategijas, juos, kitaip nei atstovaujančius meno laukui, čia riboja griežtos išorinės taisyklės ir vidinių savybių ypatumai. Pradedant Visuomenės informavimo įstatymu, darbo etikos kodeksu, redakcijų politika, technine infrastruktūra, reklamdaviais ir interesų grupėmis, baigiant asmeniniais gebėjimais ir turimais įgūdžiais, kuriuos Bourdieu įvardija kaip

29 Jogintė Bučinskaitė ir Andrius Matvejenka, „Pasakojimas apie televizinę kultūrą“, in „Duryš atsidarė“, TV laida, LRT, 2017. *LRT mediateka*, paskelbta 2017 m. gegužės 7 d., <https://www.lrt.lt/mediateka/irasas/1013668239/duryš-atsidarė>.

30 Pierre Bourdieu, *On Television* (London: Pluto Press, 1998), 4.

habitus – individualią vertinimą, pažinimo ir per ilgalaikę socialinės padėties patirtį įgyjamą įpročių sistemą³¹. Šios sistemos veikimas padeda ne tik priimti sprendimus arba orientuotis lauke, bet, pasak Bourdieu, patirti savo vietos jausmą (*sense of one's place*), kartu atpažįstant kito poziciją bei koordinates (*sense of the place of others*)³². Taigi *habitus* galime traktuoti kaip derybų dėl pozicijos lauke įrankį, kuris kartu su turimu kapitalu kuria galią priimti sprendimus, pakeisti lauke besiklostančius santykius, formuoti patį lauką, o šiuo konkrečiu atveju – užimti atrankos ir legitimavimo pozicijas, nusprendžiant, kaip atspindėti šiuolaikinio meno procesus, kokius kūrinis ir kūrėjus viešinti, tokiu būdu – pripažinti jų vertę. Paprasčiau tariant, apibrėžtame lauke veikiantis agentas įgyja galią atlikti tam tikrą vertinimą, atsakant į klausimą, kas gali būti menu, o kas juo nėra.

Toks vertinimo ir viešinimo galios turėjimas naudingas visiems šio tyrinėjamo lauko agentams. Būtent tai galėtų paaiškinti suaktyvėjusį, pateiktoje diagramoje matomą meno institucijų ir menininkų poreikį patiems steigti žinias ir prodiusuoti turinį, taip tarsi apeinant „nevisaverčiais“ meno lauko nariais laikomus žiniasklaidos atstovus. Tačiau ši televizijos lauko agentų „nevisavertiškumą“ svarbu matyti kaip užimamą poziciją bendresnėje socialinėje erdvėje, kurią Bourdieu sieja su *habitus*. Jei *habitus* sociologas matė kaip savotišką tam tikrų pozicijų kompasą, tai socialinė erdvė tokiu atveju yra subjektyvių ir objektyvių polinkių, požiūrių, nuostatų ir žinių nulemtas pozicijų rinkinys, kitaip tariant, orientavimasis tarp atstumo ir artumo, kuriuos šioje erdvėje lemia nelygybės ir socialinio dominavimo santykiai³³. Socialinė erdvė veikia kaip nuolatinių simbolinių klasifikacijų struktūra arba kaip lėšis, per kurį galima išvelgti hierarchinius santykius ar privilegijas. Tad jei Bourdieu idėją, jog socialinė erdvė jungia daugelį skirtingų laukų, o jų „vidinė struktūra turi vienokį ar kitokį poveikį kiekvieno į šio lauko erdvę įžengiančio subjekto elgesiui“³⁴, taikytume šiame tyrime, būtų nesunku pastebėti, kad žiniasklaidos atstovų migracija į meno lauką ir veikimas pagal jo taisykles yra kur kas komplikuočiau ir retesnis atvejis nei menininkų įžengimas į televiziją anapus ar priešais kamerą. Tai

31 Pierre Bourdieu, „Social Space and Symbolic Power“, *Sociological Theory*, Vol. 7, no. 1 (1989 spring): 19.

32 Ibid.

33 Ibid., 18.

34 Antanas Andrijauskas, „Meno sociologijos tradicijos transformacija kritinėje P Bourdieu koncepcijoje“, *Logos* 76 (2013 liepa, rugsėjis): 155.

nesunkiai paaiškina jau minėtos žiniasklaidos atstovus ribojančios vidinės ir išorinės taisyklės ir čia bandoma apibrėžti socialinėje erdvėje užimama hierarchinė pozicija, kuri, net ir turint viešinimo galios mandata, stokoja simbolinio ir kultūrinio kapitalo. Kita vertus, teiginį, kad socialinėje erdvėje išsidėstę agentai, grupės arba institucijos bendrų ypatybių socialinėje erdvėje turi daugiau tada, kai yra arčiau viena kitos³⁵, galima iliustruoti labai paprasta žiniasklaidos lauko agentų pastanga atitikti lauko, apie kurį yra pasakojama, ypatybes. Tai ypač pastebima kalbant apie meno procesus ir menininkus, kai turinys tarsi „sumeninamas“ neįprastu montažu, poetiniais tekstais ir metaforomis, papildomais kūrybiškais inkliuzais. Apie atskirus atvejus pasakojama paskutiniame šio teksto skyriuje. Tuo tarpu meno agentai į televiziją įprastai įžengia taip pat savotiškai parodijuodami lauko taisykles, kad galėtų konstruoti naują socialinę ir simbolinę realybę, perkurti reikšmes, pakeisti vadinamąjį vyraujantį „politinį žodyną“³⁶. Tačiau nė vienas iš šių vaidmenimis besimainančių agentų nėra iki galo suinteresuotas perimti opozicinį vaidmenį³⁷. Galima sakyti, kad meno lauko atstovas televizijoje veikia greičiau kaip agentas provokatorius³⁸, steigiantis naujas arba kitokias pasakojimo strategijas. Būtent dėl šių *habitus* ir turimų kapitalų skirtumų atitinkamo lauko fone formuojasi ir skirtingos praktikos, nusakomos tokia Bourdieu siūloma lygtimi³⁹:

$$(habitus * kapitalas) + laukas = praktikos$$

Taigi praktika yra kapitalo, *habitus* ir lauko aplinkybių produktas. Tačiau tam, kad gebėtum šiame lauke veikti, būtina atsizvelgti į tam tikras

35 Skaidra Trilupaitytė, „Meninė produkcija ir socialinė erdvė“, in *Dailės ir architektūros tyrimų metodologinės problemos: VDA doktorantų teorinės konferencijos pranešimai* (Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla, 2000), 84.

36 Bourdieu, „Social Space and Symbolic Power“, 2.

37 Atliekant interviu su menininkais Gediminu ir Nomeda Urbonais apie jų vykdytą projektą „tvvv.plotas“, G. Urbonas prasiitarė: „Mes esame menininkai ir nenorėjome tapti televizijos fabriko dalimi. Mums menas įdomus būtent kaip modelis ir prototipas, o ne kaip padidinto mastelio produkcija kokiam nors pritaikymui.“ Nomeda ir Gediminas Urbonai, Jogintės Bučinskaitės interviu, „Nomeda ir Gediminas Urbonai, Linas Augutis – tvvv.plotas“. *Sinemateka.lt*, sinemateka.lt/videomenas?modal=s126.

38 Apibūdinimas „agentas provokatorius“ (pranc. *agent provocateur*) pasiskolintas iš Michaelio Grenfellio studijoje vartojamo paties Bourdieu vaidmens įvardijimo sociologijos lauke. Michael Grenfell, *Pierre Bourdieu: Agent Provocateur* (Edinburgh: A&C Black, 2004), 214.

39 David Swartz, *Culture and Power: The Sociology of Pierre Bourdieu* (Chicago: University of Chicago Press, 1997), 141.

lauko vertybes, kurias Bourdieu teorijoje įvardijamos *doxa* sąvoka. Ji susijusi su tam tikro lauko vyraujančia savaime suprantamų, neabejotinų taisyklių ir „sveiko proto“ visuma. Kitaip tariant, *doxa* veikia tarsi patiriamos socialinės realybės užraktas, palaikantis socialinį *status quo*. Pasak Bourdieu, *doxa* vienija net ir didžiausius konkurentus ir palengvina kasdienybės situacijų suvokimą⁴⁰. Tačiau tuo pačiu sociologas atgaivina viename iš vėlesniųjų Platono dialogų „Teaitete“ vartotą alodoksijos terminą kaip priešpriešą ar savotišką taktiką numatytajam *status quo* sugriauti. Iš graikų kalbos kilęs žodis, reiškiantis, vaizdžiai tariant, „žinojimų mišinį“ (*allo* – mišinys; *doxa* – praktika, mokymas, žinojimas), Platono vartotas apibūdinti klaidingus įsitikinimus, bet Bourdieu jį taiko kalbėdamas apie lauko autonomijos pažeidimo rezultatus. Kitaip tariant, alodoksija reiškia mąstymo ir veikimo būdą, kuris gali prasiskverbti iš vienos srities į kitą, sukurdamas hibridines kultūros formas, kurios sutrikdo vidinę paveikto lauko struktūrą ir taisykles. Tokiu būdu tai tampa kovos vieta siekiant sukurti naują *doxa*.

Bourdieu tai taip pat buvo įrankis apibūdinti skirtingų „aukšto-sios“ ir „populiariosios“ kultūros polių sandūrą, nutolinimą nuo „kultūrinio vertybių centro“⁴¹. Neva populiarizacija, klaidingai ją interpretuojant, suprantama kaip rimta, o mokslo populiarinimas – kaip tikrasis mokslas⁴². Pasak sociologo, žiniasklaida kartu su politika ir ekonomika, kaip galios sistemos, primeta savus apribojimus, fragmentuoja turinį, skatina mąstyti klišėmis ir „kelia rimtą pavojų įvairioms kultūros produkcijos sritims – menui, literatūrai, mokslui, filosofijai ir teisei, politiniam gyvenimui ir net pačiai demokratijai.“⁴³ Apie į žiniasklaidos lauką įtraukiamus intelektualus, kurie naudoja kituose laukuose sukauptą kapitalą, Bourdieu sako:

Viena vertus, jie įveda naujas kultūros produkcijos formas, esančias menkai apibrėžtoje tarpinėje pozicijoje tarp akademinio ezoterizmo ir žurnalistikos „egzoterizmo“. Kita vertus, pasiūlo kultūros produktų vertinimo principus, kurie, suteikdami jiems intelektualinio autoriteto įspūdį, sustiprina spontanišką vartotojų polinkį į alodoksiją.⁴⁴

40 Pierre Bourdieu, „The political field, the social field, and the journalistic field“, in *Bourdieu and the journalistic field*, sud. Rodney Benson ir Erik Neveu (Cambridge: Polity press, 2005), 37.

41 Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (Massachusetts: Harvard University Press, 1984), 343.

42 Ibid., 323.

43 Bourdieu, *On Television*, 10.

44 Ibid., 74.

Būtent tai, pasak jo, didina įtampą tarp tikrųjų žinių (*knowledge*) ir pripažinimo (*acknowledgment*). Tačiau šiame tyrime alodoksija yra parankus įrankis užfiksuoti menininkų ar kitų meno lauko agentų vykdomą pasipriešinimą privileijuotai televizijos steigiamai matomumo hegemonijai. Alodoksinė pozicija šiuo atveju tampa sąmoningai įvedama „klaida“, kuri padeda netobulai mėgdžioti, hiperimituoti dominuojančią sintaksę, ir taip, viena vertus, išryškinti diskursyvius ir reprezentatyvius vyraujančios *doxos* aspektus, kita vertus, juos dekonstruoti. Veikimas dviguboje perspektyvoje, arba „išmoka“ televizinių taisyklių nežinojimo forma, kai kuriam ir reflektuojama tuo pačiu metu, turi kritinį potencialą. Tai leidžia ne tik suburti kelias medijas ir disciplinas į vieną, bet ir formuoja eksperimentinį pasakojimo apie meną naratyvą.

Tad toliau tekste pristatomai atvejų analizei pasitarnaus anksčiau čia pateikta praktikos lygtis, įprasminanti ne tik pagrindines Bourdieu sąvokas, bet ir padedanti suformuluoti lauko teoriją apibendrinantį teiginį, kad praktika yra dialektinis procesas, kuriame socialinės struktūros yra nuolat kuriamos. O tai atliepia ir pradžioje įvardytą konceptualią hipotezę, kad televiziją iš esmės gali kurti visi, ypač jei suprasime ją kaip viešą socialinę erdvę, kurioje vyksta grumtynės dėl matomumo ir simbolinio kapitalo.

Kultūros laidų ir projektų evoliucija Nepriklausomoje Lietuvoje

Nuo 1957-ųjų, kai tuometinėje Sovietų Sąjungai priklausančioje Lietuvoje atsirado televizija, sukurta šimtai įvairių menų bei kūrėjų pristančių televizijos kultūros laidų ir projektų. Kaip ir kitose valstybėse, televizija čia, pasak Pečiulio, laikyta „ne tik informavimo, bet ir edukacijos, elitinės kultūros sklaidos institucija“⁴⁵. Tačiau kol sovietinės Lietuvos televizijos diskursą formavo oficialioji okupacinių jėgų primesta ideologinė doktrina, Vakarų valstybėse televizijos ir meno lauko santykiai spėjo praeiti keletą reikšmingų etapų. Milly Buonanno teigimu, jei televizijos pradžią galima pavadinti „trūkumo“ era (riboti kanalai ir ribotos transliacijos valandos), tai paskui buvo „augimo“ periodas (didesnis kanalų pasirinkimas ir išaugusi konkurencija dėl reitingų), kuri maždaug po praėjusio amžiaus 10 deš. pakeitė „gausos“ etapas (programų prieigos būdų įvairinimas skirtingose

⁴⁵ Žyngintas Pečiulis, *Bokštą gaubianti paslaptis. TV medijos raidimas Lietuvoje* (Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2018), 285.

⁴⁶ Milly Buonanno, *The Age of Television: Experiences and Theories*, trans. Jennifer Radice (Bristol and Chicago: Intellect Books and University of Chicago Press, 2014), 21.

platformose ir tinkluose, žiūrovų segmentavimas)⁴⁶. Pastarąjį vien iš šiame darbe pateiktos šiuolaikinio meno projektus registruojančios diagramos galima konstatuoti ir Lietuvos atveju. Matyti, kad per pastarąjį dešimtmetį išaugęs audiovizualinės meno reprezentacijos mastas yra ne tik technologinis „gausos“ etapo padarinys. Jį tiesiogiai galima sieti ir su palaipsniui didėjančiu meno lauko dalyvių – nepriklausomų iniciatyvų bei privačių meno institucijų skaičiumi, kurie imasi bendradarbiauti su žiniasklaidos kanalais arba viešina savo veiklą ir atstovaujamus menininkus savarankiškai sukurtose platformose. Tačiau pirmieji tokie institucinio bendradarbiavimo atvejai Lietuvos televizijoje prasidėjo 1998–1999 m., kai internetas dar nebuvo plačiai naudojamas. LRT kartu su Lietuvos dailininkų sąjungos Dailės leidybos ir informacijos centru kūrė mokomųjų laidų ciklo „Mes ir menas“ laidas. Jose tokie menininkai kaip Artūras Raila, Audrius Mickevičius, Džiuogas Katinas ir kiti pristatė tuo metu vietos šiuolaikinio meno lauke dar tik neseniai prisijaukintas naujas meno rūšis – performansą, videomeną, instaliaciją. Tuo tarpu, pavyzdžiui, Niujorko modernaus meno muziejus (MoMA) su komercine televizija bendradarbiavo jau nuo 1950-ųjų. Tai buvo pirmasis muziejus JAV, pristatęs save atskiroje televiziniėje programoje. Televizija buvo traktuojama ne tik kaip įrankis parodyti ir skleisti galerijos eksponatus, bet ir kaip atviras forumas televizijos žiūrovams namuose. Supažindindamas su menu pramogine kalba, MoMA norėjo užsitikrinti komercinę sėkmę, o steigiantis naujiems kanalams, šiuo pavyzdžiu ėmė sekti vis daugiau muziejų ir galerijų⁴⁷. Tokio bendradarbiavimo naudą dar 1952 m. įrodė Los Andželo meno muziejaus pateikti duomenys, rodantys, kad per aštuonis transliavimo mėnesius buvo pasiekta maždaug pusantrą milijono žmonių auditorija, o tai yra dešimt kartų daugiau, nei paprastai per metus muziejuje apsilanko žmonių⁴⁸. Nors ir sunku lygintis su minimais masteliais, visi šie pavyzdžiai įrodo, kad meno institucijos buvo suinteresuotos demonstruoti meną televizijos ekrane, taip pateikdamos save kaip artimas ir plačiai auditorijai atviras įstaigas. Stebint šiandienines meno institucijų iniciatyvas pristatyti savo veiklą televizijoje, galima teigti, kad matomumas tokia formate iki šiol veikia kaip patvirtinimas, jog menas, menininkai ir institucijos yra reikšmingi visuomeninio gyvenimo dalyviai, siekiantys lygiaverčio

⁴⁷ Lynn Spiegel, *TV by Design: Modern Art and the Rise of Network Television* (Chicago, IL: University of Chicago Press, 2009), 145.

⁴⁸ *Ibid.*, 148.

reprezentavimo ir pozicijos bendroje socialinėje erdvėje. Meno laukui reikia matomumo, o MoMA atvejis rodo, kad televizija galima naudotis ne tik kaip viešinimo ar redukavimo įrankiu, bet ir kaip kultūrinio bei simbolinio kapitalo kaupimo terpe.

Lietuvos atveju nepriklausomybės pradžioje pamažu didėjančią kultūros laidų skaičių sąlygojo ir dar keletas veiksnių, iš kurių pagrindiniu galima laikyti ir pačios televizijos medijos bei jos žiūrimumo augimą. Be tuomečio LTV⁴⁹ kanalo, ėmė kurtis naujos komercinės televizijos⁵⁰, iš visuomeninio transliuotojo atėmusios pirmaujančias pozicijas. Ir nors per visus šiuos dešimtmečius lietuviškose komercinėse televizijose dėmesio menui nebuvo skiriama daug, tai aktyvavo patį televizinės kultūros diskursą. Galima sakyti, kad kultūros ir meno laidų apsistojimą visuomeninio transliuotojo eteryje lėmė ir esminiai kanaluose kaupiamų kapitalų skirtumai. Jei komercinio kanalo *modus operandi* yra ekonominės vertės sandoriai, tai visuomeninis transliuotojas savo misijoje apibrėžia kultūrinio ir simbolinio kapitalo svarbą⁵¹. Šį profilių skirtumą dar labiau įtvirtino 1996 m. priimti Lietuvos nacionalinio radijo ir televizijos įstatymas bei Visuomenės informavimo įstatymas, apibrėžę vadinamąjį profesinį žiniasklaidos lauką – žiniasklaidos ir nacionalinio transliuotojo veikimo sąlygas, dalyvius, darbo etikos aspektus etc.

Tad jei pirmaisiais nepriklausomybės metais LTV kanale apie kultūrą ir vizualųjį meną pranešta tokiose laidose kaip „Nojaus arka“ (1992–1993), „Grižulo ratai“ (1993–1994), „Galerija“ (1994–1997), tai naujo tūkstantmečio išvakarėse pradėta kurti dar daugiau naujų kultūros laidų. Iš jų verta išskirti savaitinį kultūros žurnalą „Ženkla“ (1996–2000), kaip akyliau ir nuosekliau į šiuolaikinę kultūrą ir į vizualiojo meno lauką žvelgiantį projektą. Čia žurnalistė ir rašytoja Zita Čepaitė studijoje kalbino kultūros ir

⁴⁹ Nacionalinio transliuotojo pavadinimai keitėsi nuo jo įkūrimo, todėl tekste aprašant vykdytus projektus atsižvelgiama į tuo metu buvusį kanalo pavadinimą. Nuo 1957 m. iki 1990 m. kanalas vadinosi TV Vilnius (Lietuvos TSR televizija), nuo 1990 m. iki 1998 m. ir nuo 2002 m. iki 2012 m. liepos 27 d. – LTV, nuo 1998 m. iki 2002 m. – LRT, o nuo 2012 m. liepos 28 d. – LRT televizija.

⁵⁰ 1993 m. įsteigta pirmoji komercinė televizija „Tele-3“, tais pačiais metais įkurta „LitPoliinter TV“ po kelerių metų reorganizuota į Laisvą ir nepriklausomą kanalą LNK. Reorganizavus valstybinę Rytų Lietuvos televiziją, 1993 m. įkurta Baltijos televizija (BTV). 2002 m. – „Tango TV“ (nuo 2008 m. pervadinta į TV6), 2003 m. pabaigoje – TV1, 2011 m. – TV8.

⁵¹ Viešai deklaruojamoje Lietuvos nacionalinio radijo ir televizijos misijoje teigiama, kad jų siekis: „Tarnauti visuomenei, teikiant objektyvią, patikimą informaciją šalyje ir pasaulyje gyvenantiems Lietuvos žmonėms, kurti ir transliuoti profesionalias šviečiamąsias, kultūrinės ir pramogines programas, telkiančias ir vienijančias pažangai.“ „Misija“, in *Lrt.lt*, interneto svetainė, žiūrėta 2022 m. sausio 29 d., apie.lrt.lt/misija.

meno lauko atstovus, o aktualiausius įvykius apžvelgiantys reportažai išsiskyrė ritmingu montažu.

1997-aisiais komercinėje LNK televizijoje pradėta rodyti žurnalisto Ryčio Zemkausko kurta kultūros laida „Lankos“ (iki 2000), taip pat „Snobo kino“ rubrika (iki 2009), tapusi bene žinomiausiu kultūros produkcijos pristatymo televizijoje pavyzdžiu, net jei tiesiogiai buvo susijusi tik su kinu. 1998-aisiais LRT pasirodė keli nauji kultūros projektai: „Kultūros metas“ (1998–2000) ir „Kūrybos metas“ (1998–2002), kurioje rodyti Dalios Kutavičienės kurti menininkų portretai; jau minėtas mokomųjų laidų ciklas „Mes ir menas“ (1998–1999). Tuo pat metu televizija kaip raiškos medija ir kaip kūrybinių eksperimentų aikštelė sudomina ir pačius kūrybinio lauko atstovus. 1998–1999 m. menininkai Gediminas ir Nomedas Urbonai čia vykdė projektą „tvvv.plotas“, kuris išsamiau su keliais kitais pavyzdžiais bus aptariamas kitame skyriuje.

Galima sakyti, kad aktyviam kultūros laidų kūrimui iki maždaug 2000-ųjų įtakos turėjo ir visuomeninio transliuotojo kanale vykdoma kultūros politika, ir generalinio direktoriaus pareigas einančių vadovų kaita, jų profesinis suinteresuotumas bei šios srities prioretizavimas. 1997–1999 m. LRT vadovavo televizijos režisierius ir aktorius Arvydas Ilginis, po jo metus direktoriaus pareigas ėjusį ir atsistatydinusį Algirdą Trakimavičių pakeitė metus žiniasklaidos priemonei vadovavęs žurnalistas ir dailininkas Vaidotas Žukas. 2001–2003 m. direktoriumi buvęs verslininkas Valentinas Milaknis iš pareigų atsistatydino, priežastimi nurodęs patiriamą politinį spaudimą. Tokį sprendimą galima sieti su tuometinio LR Seimo Švietimo, mokslo ir kultūros komiteto pirmininko Rolando Pavilionio išsakyta kritika, kad LRT nevykdo kultūrinės švietėjiškos misijos bei integracijos į Europos Sąjungą tikslų⁵².

Nepaisant tuo metu vykusios intensyvios vadovybės kaitos ir kritikos programų tinklėliui, naujojo tūkstantmečio pradžia ženklino dar intensyvesnes naujoves. LRT pradėta kurti kūrybišką ir profesionalų požiūrį į kultūrą demonstruojanti laida „Kultūros spąstai“ (2000–2001). O vėlesni kultūros ir meno pristatymo televizijoje pokyčiai buvo susiję ir su paties nacionalinio transliuotojo augimu. 2003-iaisiais čia įsteigtas ir kultūros

⁵² BNS, „Atsistatydino LRT vadovas“, *Delfi.lt*, 2003 m. kovo 4 d., delfi.lt/verslas/medija/atsistatydino-lrt-vadovas.d?id=2002283.

turiniui skirtas naujas į kultūros turinį orientuotas dukterinis kanalas LTV2. 2012 m. jo pavadinimas pakeistas į LRT Kultūrą, o 2018-aisiais – į LRT Plus. Šio televizijos kanalo pokyčiai taip pat galėtų iliustruoti ne tik vykdytą turinio planavimo politiką, bet ir platesnes visuomenines kultūros įvaizdžio formavimo strategijas. LRT generalinio direktoriaus Kęstučio Petrauskio (2003–2008) vadovavimo metais rodytos dar išsamesnės kultūros laidos „Kultūros namai“ (2002–2003), „Kultūra“ (2004–2009). Nuo 2004 iki 2009 metų informacinėje laidoje „Panorama“ kasdien rengta kultūros rubrika, kurią vedė žurnalistė Aistė Mažutytė. Tuo metu naujame komerciniame TV1 televizijos kanale pasirodė projektas „ŠMC TV“ (2004–2007), kuris buvo pirmas ir bene vienintelis atvejis Lietuvos šiuolaikinio meno istorijoje, kai meno institucija savarankiškai kūrė laidą komercinėje televizijoje. Kaip ir „tvvv.ploto“ atveju, „ŠMC TV“ siūlė alternatyvų meno institucijos veikimo principą už jos fizinių ribų.

Svarbu pastebėti, kad tiek „tvvv.plotas“, tiek „ŠMC TV“ tuo metu sutapo su pasauline meno ir televizijos flirto tendencija. Connolly, tyrinėdama pasaulinius tokių praktikų pavyzdžius, šį televizinį šiuolaikinio meno posūkį datuoja 2002-aisiais, susiedama tai su Okwui Enwezoro kuruotoje *Documenta 11* parodoje eksponuotais kūriniams. Tarp jų – *Black Audio Film Collective* dokumentinis filmas *Handsworth Songs* (1986), pirmoji Stano Douglaso TV / vaizdo instaliacijos *Suspiria* (2003) versija ar Thomo Hirschhorno *Bataille Monument* (2002) instaliacija, veikusi ir kaip TV studija, ir kaip užkandžių baras bei biblioteka. Connolly šiuos ir daugelį kitų projektų traktuoja kaip priemonę spręsti pačios medijos bei meno tapatybės klausimus⁵³. Be to, tai susiję su nuo 2000-ųjų pradžios sparčiai kintančiu pačios televizijos kultūriniu statusu, pakitusia medijuota kasdienybės kokybe, nauju instituciniu ir kultūriniu nerimu dėl besikeičiančių socialumo režimų; patiriamas spaudimas plačiau į savo veiklas įtraukti visuomenę skatino kurti naujas institucinės savirefleksijos formas.

Tačiau jei meno ir televizijos santykiai Vakarų Europoje bei JAV buvo įprasminti svarbiomis teminėmis parodomis⁵⁴, tai Lietuvos šiuolaikinio

⁵³ Connolly, *TV Museum*, 15.

⁵⁴ Iš tokių paminėtinos 2008 m. „Hatton“ galerijoje Niukasle Saros Cook ir Kathy Rae Huffman kuruota *Broadcast Yourself*; 2010 m. Modernaus meno muziejuje (mumok), Vienoje eksponuota paroda *Changing Channels. Art and Television 1963–1987*, kurią kuravo Matthias Michalka; 2010 m. pabaigoje Barselonos šiuolaikinio meno muziejuje MACBA surengta Chus Martínez kuruota *Are you Ready for TV?*; 2012 m. Matto Williamso Šiuolaikinio meno institute (ICA) Londone kuruota *Remote Control* ir kt.

meno lauke televizijos vaidmuo iki šiol tokiomis ar kitomis formomis taip ir liko neapmąstyta, prisimenant nebent pavienius atvejus⁵⁵. Galima sakyti, kad abipusės refleksijos ir kontekstualizavimo trūkumas prisidėjo prie naujų įtampų, kurios suintensyvėjo naujojo tūkstantmečio 1 deš. pabaigoje, pasirodžius tokiems televiziniams projektams kaip tarptautinis menų čempionatas „Art-o-thon“ (2009) arba kultūros žurnalas „Durys atsidaro“ (2009–2018), kur pasiūlytas dar radikalesnis pasakojimo apie meno procesus būdas. Čia ne tik bandytos trinti ribos tarp supaprastintų opozicijų – „populiariosios“ ir „aukštosios“ kultūros. Meną stengtasi priartinti prie žiūrovo kaip pramoginio turinio formata, kvestionuojant meno autonomiškumą ir savotiškai teigiant, kad ne tik bet kas gali „daryti“ kultūros televiziją (pagal šio darbo hipotezę), bet ir ją žiūrėti, mat tam nereikia turėti specifinio pasirengimo ar žinių. Vis dėlto tokie bandymai meną priartinti prie vadinamojo nesuinteresuoto žiūrovo neretai iššaukdavo neigiamas reakcijas ar klausimus apie profesinį lygiateisiškumą kalbėti apie meną, turinio supaprastinimą ir nekritiškumą⁵⁶. Čia išryškėjo skirtis tarp įvairių agentų formuojamų praktikų, kurių taikliai apibūdina Bourdieu mintis, jog „savita

55 2011 m. Jono Meko vizualiųjų menų centre (JMVMC) surengta Evaldo Janso videoreportažų ir filmų paroda, o 2017 m. *The Deep Splash* (dab. *The Good Neighbour*) platforma pristatyta Lietuvos nacionalinėje Martyno Mažvydo bibliotekoje vykusiame parodoje *Dausuva*.

56 Viešai spaudoje pasirodžiusiuose komentaruose buvo kritikuojama „Durys atsidaro“ strategija pasikviesti parodas komentuoti įvairius visuomenėje žinomus žmones: „Net ir labai gerbdamas „profesorių Kalėdauską“, sporto žurnalistę Laimą Janušonytę ir kitus žmones „iš šalies“, kuriuos minėtosios laidos režisieriai privertė kalbėti apie jiems nesuvokiamus dalykus, negali nesibjaurėti akivaizdžiu laidos kūrėjų noru sulįsti į subinę statistiniam žiūrovui, užliūliuoti jį neva žaismingais plepalais, kad tik šis iškentėtų neperjungęs kanalo ir visą sumautą vakarą „liktų su LTV“.“ (Andrius Jakučiūnas, „Janas Mateika ir sumautas vakaras su LTV“, *Nemunas*, nr. 44 (270–711) 2009 m. gruodžio 10 d.); taip pat pastebima nekritiška laidos kūrėjų pozicija pačios kultūros atžvilgiu ir apibendrintas daugelio kultūros informacijos rengėjų siekis remtis „aukštosios“ ir „žemosios“ kultūros skirtimi (arba–arba), arba skirties naikinimu: „svarbiausia – naikinti skirtį tarp to, kas aukšta (kultūra), ir to, kas žema (žiūrovas), o juk susimąstęs žiūrovas gali suprasti, kad jis...; kai kultūra yra šviesa – ji spinduliuoja tiesą, neginčijamą tiesą, o jeigu ji neginčijama, joks pavienis kritikas jos ir negali ginčyti (jis nepriklauso išrinktųjų kultūros kūrėjų sektai).“ (Tomas Vaiseta „Ne ta kultūra, ne ta tiesa, ne ta šviesa“, *15min*, 2016 m. gegužės 23 d., 15min.lt/kultura/naujiena/asmenybe/tomas-vaiseta-ne-ta-kultura-ne-ta-tiesa-ne-ta-sviesa-285-631009); panašią strategiją po dešimtmečio ėmė taikyti patys muziejai, pavyzdžiui, MO muziejus Vilniuje 2018–2019 m. pasiūlęs renginių ciklą *Pasimatymas su meno kūriniais*, kur muziejuje eksponuojamus kūrinius aptarė visuomenėje žinomi žmonės; tuo pat metu Nacionalinėje dailės galerijoje organizotas specialus ekskursijų po parodas ciklas *Naujos istorijos NDG ekspozicijoje*, kur ekskursijas vedė įvairių specialybių atstovai ir visuomenininkai (informatikė prof. Valentina Dagienė, žurnalistas Paulius Gritėnas, pulkininkas leitenantas Eugenijus Lastauskas ir kt.); 2020–2021 m. Lietuvos nacionalinis dailės muziejus kartu su LRT vykdė projektą *30 kūrinių, 30 kūrėjų, 30 savaitių*, kai skirtinguose muziejaus padaliniuose besilankantys kitų kultūros sričių atstovai komentavo vieną pasirinktą ekspozicijos kūrinių.

vertę užimama padėtis įgyja per neigiamą santykį su kitų užimamomis padėtimis, su kuriomis ją sieja objektyvūs ryšiai ir kurios ją apriboja.⁵⁷ Tai reiškia, kad darbą reglamentuojančios taisyklės ir principai, kurių privalu laikytis žiniasklaidos lauke veikiantiems agentams, ne visuomet galioja iš meno lauko į televiziją ateinantiems menininkams, kuratoriams, menotyrininkams ir kitiems, kurie pagal savo suvokimą gali išplėsti arba susiaurinti lauko ribas. Vadinasi, būtent ši įtampa, atsirandanti tarp kryžminių veiklų ir agentų *habitus*, kuria ir palaiko meno lauko *vertę* televiziniame kontekste, ir atvirksčiai. Galima sakyti, kad ši įtampa prisidėjo ir prie tolesnio laidų apie meną kūrimo suaktyvėjimo. Jos įgijo naujų formų ne tik todėl, kad imtos kurti pačių savotišką nusivylimą meno reprezentacija televizijoje tokiu būdu demonstruojančių menininkų ar meno institucijų, bet ir dėl platformų įvairovės. Svarbu pastebėti tuo metu pradėtas kurti tokias laidas kaip menininko Evaldo Janso vystytas projektas „JANSAS TV“ (2010–2019), internetinėje „Penki TV“ televizijoje transliuota poetės Indrės Valantinaitės „Kultūra per „Penki TV“ (2011–2015). Nuo 2010-ųjų Zemkausko kurtas laidas „Alchemija“ ir „Pasivaikščiėjimai“ galima laikyti bandymu reabilituoti įtemptus televizijos ir meno lauko santykius, tačiau tuo pačiu šie projektai ženklino meno kūrimų kaip kartkartėmis kadre pasirodančių atributų, vaizdinių dengimų ar pokalbio iliustracijų tendenciją. Meno reprezentaciją imta steigti diskursyviai. Kitaip tariant, apie kultūrą ir vizualųjį meną pradeda kur kas aktyviau kalbėti, nei ekrane jį atvaizduoti. Meno įvykis čia dažniau tapo pretekstu pokalbiui su jo kūrybinės komandos nariais arba ekspertu. Šią kultūringo pašnekesio tradiciją galima sieti su Leonido Donskio laida „Be pykčio“ (2003–2009), galima sakyti, kad jos principu savo kultūros laidose „Naktinis ekspresas“ (2014–2016), „Nes man tai rūpi“ (2016–2018) vadovavosi ir žurnalistė Jolanta Kryževičienė. Prie tokių laidų profilio galima priskirti laidas „Kultmisijos“ (2015–2018), „Stambiu planu“ (2016–2022), „Kultūringai su Nomeda“ (2018–2022), „ARTimai“ per DELFI TV“ (2020–2022). Ieškant tokios tendencijos priežasčių verta atkreipti dėmesį ir į paties meno pokyčius. Odeta Žukauskienė, nagrinėdama šiuolaikinio vizualiojo meno poslinkius tekstiškumo link, pasitelkia kelias Natalie Heinrich išvargas, pravarčias ir šiame kontekste. Heinrich požiūriu įtakos tam turi teisiniai

57 Pierre Bourdieu, „Kultūrinės produkcijos laukas, arba atvirksčias ekonomikos pasaulis“, in *XX amžiaus literatūros teorijos* [I dalis], sud. A. Jurgutienė (Vilnius: Lietuvių literatūros ir tautosakos institutas, 2011), 275.

kūrinio aspektai ir žodžiais aprašytas kūrinio „autentiškumo sertifikatas“, kuris tarnauja ne tik kaip lengviau suprantamas apibūdinimas, bet ir kaip meno kūrinio statusą patvirtinantis liudijimas. Kitas aspektas – nepakankamas vaizdinio dokumentavimo ir įamžinimo patikimumas, nes „nuotraukos ar reprodukcijos neatsiskleidžia, neperteikia kūrinio arba meninio veiksmo visumos, todėl buvo pasitelkti tekstai, pasakojimai, žodiniai priedai, refleksyvus kalbėjimas, ne tik paaiškinantys kūrinį, bet ir formuojantys žiūrovų lūkesčius.“⁵⁸ Vis dėlto su tokiais teiginiais sunku visiškai sutikti, ypač remiantis kultūros laidų diagramoje pateiktais pastarųjų metų duomenimis, kur matyti ryški tendencija meno institucijų veiklas paversti matomomis ir pasiekiamomis skaitmeniniais būdais, tarp jų ir audiovizualiniu formatu. Su tuo sutinka ir Žukauskienė, teigdama, kad vizualiojo meno tekstiškumo pokyčiams įtaką daro nuolat perkonfigūruojamos meno vadybos ir komunikacijos paradigmos. Galų gale šią mintį galima papildyti teigiant, kad tokiai institucijų ir pačių menininkų prodiusuojamai reprezentacijai įtakos neišvengiamai turėjo ir socialinių tinklų ar specializuotų platformų iškilimas, kai informacija apie kūrinį steigiama vadovaujantis globaliai kuriamo vizualinio kanono pagrindu. Galima sakyti, kad reakcija į tokius procesus buvo nuo 2014-ųjų pradėtas plėtoti projektas *The Good Neighbour*, anksčiau veikęs *The Deep Splash* pavadinimu. Platformą inicijavo kuratorė Justė Kostikovaitė ir Johnstonas Sheardas, nuo 2017 m. ją kuruoja Monika Lipšic. Įkurtas kaip internetinė platforma, kurioje talpinami interviu su svetur kuriančiais ir gyvenančiais šiuolaikiniais lietuvių menininkais ar teoretikais, šiuo metu projektas veikia jau kaip tarptautinis ir autorinis žvilgsnis į meno projektus bei jų kūrėjus. Svarbu paminėti, kad estetines reprezentavimo taisykles čia diktuoja ne tik pristatomo menininko kūrybinis braižas, bet ir tuo metu vyraujančios šiuolaikinio meno tendencijos.

Bandant suformuluoti pastabas apie pastarųjų metų poslinkius, svarbu pastebėti meno institucijų suinteresuotumą tapti aktyviomis lauko agentėmis. Čia turimas omenyje įvairių muziejų, meno centrų ir kitų organizacijų pastaraisiais metais inicijuojamas ir kuruojamas turinys, kuris, bendradarbiaujant su televizija kaip transliacijos platforma, formuojamas kone savarankiškai. Tokiu būdu televizija tampa ne kultūrinio turinio kūrėja, bet

⁵⁸ Žukauskienė, „Šiuolaikinio vizualinio meno tekstiškumas kintančių paradigmu kontekste“, 42.

viena iš jau paties meno lauko agentų nustatytų verčių distributorių arba veikiau pokalbių apie meną nei meno vaizdų archyvuotojų. Televizija kaip atpažįstama, globali emblema čia pravarti dėl kapitalą generuojančios matomumo politikos įgyvendinimo. Apibendrinant, galima sakyti, kad tokie procesai meno lauko ribas plečia ir siaurina tuo pačiu metu – lauko agentai keičiasi vaidmenimis, „pasiskolintus“ paversdami meninėmis praktikomis, tačiau tirpdomos specializuotų vaidmenų apibrėžtys, kritinių pastabų, vertinimo, žurnalistinio objektyvumo steigimo ir taikymo galimybės, mat nesulaukdamas tokio žiniasklaidos dėmesio, kurio tikisi, meno laukas imasi procesų savimonitoringo. Todėl toliau apžvelgiamos kelios tokios per pastaruosius dešimtmečius Lietuvoje pasitelktos meno pristatymo televizijoje strategijos, iš naujo perkonfigūruojančios agento kaip tarpininko vaidmenį, kalbėjimo apie meną retoriką ir bendrą logiką.

KELIOS ŠIUOLAIKINIO MENO PRISTATYMO TELEVIZIJOJE STRATEGIJOS

Tarp analizės ir kūrybos veikiančios „Kultūros sąpaštai“

Savaitinis 2000–2001 m. kurtas kultūros žurnalas „Kultūros sąpaštai“ išsiskyrė ne tik centruotai ir nuosekliai apžvelgiamomis kultūros naujienomis, bet ir analitiniu žvilgsniu į aktualius kultūros politikos procesus. Nors laidos struktūrinį karkasą sudarė gana įprasta schema – reportažai ir pokalbis studijoje, jų išskirtinumą formavo apgalvota pasakojimų režisūra, konceptuali architekto Valdo Ozarinsko kurta studijos scenografija, o svarbiausia – platus turinį kuruojančių meno lauko atstovų ratas⁵⁹. Kitaip tariant, kultūros komunikacijos procese vertės kūrimo procedūrą atliko patys šiuolaikinio meno laukui atstovaujantys agentai, tačiau laidoms nebuvo būdingas ambicingas kalbėjimas naudojant profesinį meno lauko žargoną. Vaizdo organizavimo sprendimai stebino netikėtais rakursais, staigia vaizdų kaita ar montažu, kuriame įsiterpdavo tuo metu dar retai naudota kompiuterinė grafika. Būtent todėl ši kultūros žurnalą norėtuši laikyti sąmoningo

59 Laidą kūrė redaktoriai Audronis Liuga, Zita Čepaitė, Ada Paukštytė, režisieriai Jonas Grižas, Daiva Bilinskienė, Juozas Javaitis, Jolanta Štripeikienė. Reportažus rengė menotyrininkės Laima Kreivyte ir Agnė Narušytė. Kaip kūrybiniai bendradarbiai laidoje dirbo daug menininkų, poetų, dramaturgų, literatų, vedusių pokalbius studijoje.

dalyvavimo viešajame diskurse pavyzdžiu, kai televizinio lauko *doxa* nebandoma radikaliam pakeisti, veikiau siekiama kokybiškai atstovauti savo, kaip meno lauko dalyvio, ir paties lauko interesams simbolinėje kovoje dėl dėmesio ir vertės konstravimo. Tai Bourdieu socialinėje meno teorijoje atitiktų *illusio* sampratą, kuriuo sociologas apibūdina agento įsitikinimą, kad varžytuvės dėl kapitalo yra žaidimas, kurį prasminga žaisti⁶⁰. Šiuo atveju tikėjimą žaidimu ir jo taisyklėmis išduoda gana tiksliai atkartojamas televizinio pasakojimo būdas ir vadovavimasis nusistovėjusiomis komunikacijos tradicijomis, tuo pat metu nevenigiant parodyti specifinių kito lauko kompetencijų, kultūrinio kapitalo ir *habitus*, kuris padėjo sukurti įtikinamą laidos kaip kultūros istorijos metraščio išpūdį. Agentų vaidmuo čia diversifikuotas – jie veikė ir kaip menininkai, ir kaip lauko antropologai, kuratoriai, žurnalistai. Tokiu būdu taikoma reprezentavimo metodologija trynė ribas tarp analizės ir kūrybos.

Tą išduoda ir tokie gestai kaip meno objektų pavertimas integraliais laidos artefaktais, prisidedančiais prie specifinio žaidimo aplinkos formavimo. Štai 2000 m. gruodžio 26 d. rodytoje šventinėje laidoje už vieno metalinio Valdo Ozarinsko suprojektuoto stalo [2 il.] kalbinti režisierius Oskaras Koršunovas, menininkė Eglė Rakauskaitė, rašytojas Sigitas Parulskis, kompozitorius Algirdas Martinaitis, aktorius Valentinas Masalskis, kunigas Julius Sasnauskas, o už jų nuolatiniame studijos pokalbių „kambaryje“ iš menininkų kūrinių buvo „sukuruota“ prakartėlė⁶¹ [3 il.].

Savotiška TV galerija virtusi scenografija veikė bent dviem režimais – šmaikščiu estetiniu ir intelektualiai diskursyviu, mat taikliai susiejo dekoraciją ir Lietuvos meno istorijos interpretaciją. Iš pateikto pavyzdžio

⁶⁰ Bourdieu, „The political field, the social field, and the journalistic field“, 37.

⁶¹ Čia eksponuotas Artūro Railos *Lopšys, garantuojantis pragmatiską infantilumą* (1994), supintas iš karinės spygliuotos vielos, kartoninis paties menininko Vytauto Kalinausko veido „hampelmanas“ su užrašu „Lart est libre. Je suis libre aussi“ („Menas yra laisvas. Aš irgi esu laisvas“) ir du Donato Jankausko-Duonio objektai – džiaz dainininko Alvydo Lukoševičiaus-Obuolio ir kuratoriaus Raimundo Malašausko skulptūros. Įdomu tai, kad pastaroji atstovavo menininkui ne vienoje laidoje, o jos atsiradimo istorija susijusi su 2000 m. Mykolo Žilinsko dailės galerijoje Kaune vykusia konferencija, kurioje turėjęs dalyvauti Raimundas Malašauskas vietoj savęs delegavo šį Donato Jankausko-Duonio sukurtą antrininką, o jo parašytą pranešimą perskaitė kuratorius Jonas Valatkevičius.

Po konferencijos skulptūra grįžo pas autorių ir tapo nuolatine Duonio sodybos gyventoja, taip pat apsilankė keliuose muzikiniuose festivaliuose atvirame ore ir dirbo modeliu Vilniaus J. Vienožinskio dailės mokykloje. 2015 m. skulptūra gavo vaidmenį spektaklyje *Bedalis ir labdarys* (rež. Gabrielė Tuminaitė, pjesės autorė Paulina Pukytė), 2015–2019 m. ji suvaidino 38 spektakliuose Vilniaus mažajame teatre bei teatro gastrolėse Lietuvoje ir Sankt Peterburge. Per tuos metus Duonis sukūrė antrą Malašausko skulptūrą.



2.
Sustabdytas LRT
kultūros laidos
„Kultūros spąštai“
kadras, 2000

A still from the TV
show „Kultūros
spąštai“ on LRT,
2000



3.
Menininkų Artūro
Railos, Donato
Jankausko-Duonio ir
Vytauto Kalinausko
kūrinių prakartėlė
LRT kultūros laidos
„Kultūros spąštai“
studijoje, sustabdytas
kadras, 2001, LATGA,
Vilnius, 2022

A still with the
nativity scene in the
studio of the TV show
„Kultūros spąštai“,
LRT 2001. The scene
is an assemblage
of artworks by the
artists Artūras Raila,
Donatas Jankauskas-
Duonis and Vytautas
Kalinauskas, LATGA,
Vilnius, 2022

galima matyti, jog alodoksiška praktika čia steigta ne tik į laidos kūrimą įtraukiant agentus iš meno lauko, bet ir jų sukurtus artefaktus, kurie kūrė visai kitokius reprezentacinius modalumus nei įprasta anoniminei televizinei aplinkai – išryškinti autoriniai ženklai ir individualios išvalgos, suardyta formalioji meninio ir žurnalistinio pasakojimo dichotomija.

„tvvv.plotas“ kaip meno lauko identiteto ir technologijų tyrimas

Nomedos ir Gedimino Urbonų kartu su Dariumi Čiūta, Linu Au-gučiu, Robertu Kundrotu, Artūru Raila ir dešimtimis kitų lauko dalyvių iš Lietuvos ir užsienio 1998–1999 m. sandūroje kurta laida „tvvv.plotas“ kvietė diskutuoti komunikacijos, šeimos, edukacijos, bendradarbiavimo ir kitomis temomis⁶². Taigi laidose pristatytos ne meno aktualijos ar konkretūs meno kūriniai, bet jų steigiančios aplinkybės, o tai iš esmės atitinka Bourdieu idėją, jog „meno produkcijos veiksniais laikytini ne tik tiesioginiai materialaus kūrinio kūrėjai, bet ir jo reikšmės bei vertės kūrėjai – kritikai, leidėjai, galerijų vadovai ir galybė lauko dalyvių“⁶³. Pasak Urbono, norėta sulaužyti stereotipą, kas yra kultūros laida, ir pabėgti nuo tiesioginio meno kūrinių reprezentavimo, dėmesį sutelkiant į patį kontekstą, kuriame šie kūriniai ir kuriami. Pasak menininkų dueto, tuo metu menas juos domino kaip komunikacijos idėja, intrigavo, „kokios formos galėtų sudominti platesnį ratą žmonių, net jei ir nesiimtume misijos skleisti kultūros žinių.“⁶⁴ Įdomu tai, kad, nesistengiant ieškoti kompromisų ar akiai atitikti televizinių lauko taisyklių, „tvvv.plotas“ tapo ne tik nauju meno diskurso sklaidos būdu, bet ir naujomis komunikacijos ir technologijos sampratomis pagrįstu meno kūriniumi.

Svarbia laidos atsiradimo priežastimi tapo nuo 1994 iki 1997 metų menininkų kuruotos fizinės projektų erdvės „Jutempus“ veiklos pabaiga, kurią Urbonai iš Geležinkeliečių rūmų Vilniuje svarstė perkelti į virtualią arba televizinę erdvę⁶⁵. Tad nacionalinės televizijos kvietimas kurti kultūros laidą tapo formalia priedanga ir toliau plėtoti projektų erdvės veiklą, tik

62 Nuo 1999 m. vasario 17 d. iki 1999 m. liepos 7 d. buvo transliuota 10 laidų, kurių temos „Menininkas ir komunikacija“, „Menininkas ir edukacija“, „Menininkas ir institucija“, „Menininkas ir bendradarbiavimas“, „Menininkas ir vaikai“, „Menininkas ir giminės“, „Menininkas ir garsas“, „Menininkas ir prisistatymas“, „Menininkas ir modernizmas / šiuolaikinis menas“, „Menininkas ir kūnas“.

63 Bourdieu, „Kultūrinės produkcijos laukas, arba atvirkščias ekonomikos pasaulis“, 283.

64 Jogintės Bučinskaitės pokalbis su Nomedu ir Gediminu Urbonais.

65 *Art and Theory of Post-1989 Central and Eastern Europe. A Critical Anthology*, sud. Ana Janevski, Roxana Marcoei ir Ksenia Nouril (New York: The Museum of Modern Art, 2018), 116.

kitu – komunikaciniu režimu. Tačiau net ir šis būdas, testuojant televizines galimybes, pasirodė ribotas dėl menko grįžtamojo ryšio. Dėl šios priežasties „tvvv.plotą“ Urbonai pavertė eksperimentų su medijomis aikštele, kai transliaciją televizijoje papildė gyvos laidos peržiūros Dailininkų sąjungos erdvėje ir transliacijos virtualiuose pokalbių kambariuose.

Mes turėjome susijungti su serveriu Amsterdame ir tuo metu pažangia interneto transliacijų platforma, sukurta futbolo sirgaliams Nyderlanduose *interaktyvuotis* ir sąveikauti stebint pasaulio čempionato rungtynes. Įrangą kūrė medijų eksperimentuotojai ir *hakeriai*. Šalia tinklo transliacijos naudojome ir „CU-SeeMe“ pokalbių programą. Joje galėjai susirašinėti ir matyti pašnekovus avatarų pavidalu. Interneto pralaidumas tuo metu buvo labai ribotas, todėl pats faktas, kad „matai“ žiūrovus realiame laike, buvo neįtikėtinas.⁶⁶

Eksperimentiniai laidos kūrėjų užmojai išskėlė tuo metu meno lauke dar tik pradėtą eksploatuoti internetinių technologijų idėją ir parodė naujus būdus apie meną diskutuoti viešoje virtualioje erdvėje. Įsteigiant tiesioginę internetinę transliaciją ir derinant ją su „gyvais“ susitikimais, projektas priartėjo prie Elihu Katzo ir Danielio Dayano aprašyto žiniasklaidos įvykio (*media event*), kai tokia „šventinė“ ar net ritualinė televizija įpareigoja jai skirti dėmesio ir iš naujo įvertina transliacijos galią bei viešo renginio esmę⁶⁷. Taigi „gyvo“ ir „nuotolinio“ dalyvavimo režimus derinę „tvvv.plotą“ kūrėjai rekonceptualizavo meno pristatymo terpę. Tai atsispindi ir laidos pavadinime, jungiančiame tarsi padaugintos, į žiniatinklį virstančios televizijos įvaizdį, kai plotas tuo metu reiškė „persikėlimą iš fizinės į diskurso erdvę“⁶⁸.

Menininkai pabrėžia, kad šis ir vėlesni jų plėtoti projektai buvo konstruojami kaip to meto tinkliniai modeliai, glaudžiai susieti su nauja menine dialektika ir kapitalistinių sąlygų ar hierarchinių ryšių prieštaravimais. Naujo alternatyvaus meno erdvės veikimo būdo paiešką taip pat galima suprasti jei ne kaip tuo metu besiformuojančio Lietuvos šiuolaikinio meno lauko santykių kritiką, tai bent jau kaip pastangą formuoti kitokią meno ir kalbėjimo apie jį sampratą. Akivaizdu, kad ir į televiziją tuo metu

⁶⁶ Jogintės Bučinskaitės pokalbis su Nomedą ir Gediminu Urbonais.

⁶⁷ Daniel Dayan ir Elihu Katz, *Media Events: The Live Broadcasting of History* (Cambridge: Harvard University Press, 1992), 25.

⁶⁸ Jogintės Bučinskaitės pokalbis su Nomedą ir Gediminu Urbonais.



4.
Sustabdytas
menininkų Gedimino
ir Nomedos Urbonų
projekto „tvvv.
plotas“ kadras, 1999,
LATGA, Vilnius,
2022

A still from the TV
project „tvvv.plotas“
by Nomedas and
Gediminas Urbonas,
1999, LATGA,
Vilnius, 2022



5.
Sustabdytas
menininkų Gedimino
ir Nomedos Urbonų
projekto „tvvv.
plotas“ kadras, 1999,
LATGA, Vilnius,
2022

A still from the TV
project „tvvv.plotas“
by Nomedas and
Gediminas Urbonas,
1999, LATGA,
Vilnius, 2022

žiūrėta kaip į neišnaudotą techninę, komunikacinę, socialinę erdvę. Tačiau paradoksalu, jog priklausymą vienai sistemai taip bandyta atremti intervencija į kitą.

Nežiūrint to, šios televizinės sistemos taisyklių taip pat ne visai paisyta. Tikriausiai labiausiai neįprasti tuometinėje televizijoje atrodė vaizdo konstravimo principai, mat menininkai laidas filmavo patys vos dviem skaitmeninėmis kameromis, kuriomis iki tol televizijoje dar nesinaudota. Neįprastas montažas, kai vienas su kitu jungti iš pirmo žvilgsnio nesusiję vaizdai, juos montuojant pasitelktas ekrano skaidymo ir kiti efektai, kiekvieną laidą pavertė unikalia ir nepanašia į prieš tai buvusią [4, 5 il.]. Pokalbyje su menininkais pastebima, kad „tvvv.ploto“ kūrimas sutapo su Lietuvos šiuolaikinio meno lauke vykusiu *kinematinu* posūkiu, kai dalis menininkų, tokių kaip Deimantas Narkevičius, Eglė Rakauskaitė ar Gintaras Makarevičius, kūrybai pasitelkė kino ar *video* raišką. Ir nors videomeno estetika laidai taip pat darė įtaką, kur kas labiau Urbonus inspiravo tai, kas vyko medijų meno lauke. Taigi šiame kontekste interneto eros pradžioje sukurtą projektą galima laikyti eksperimentiniu ir tam laikui technologiškai ypač inovatyviu paties meno lauko identiteto tyrimu bei kritiniu medijų diskurso rinkiniu, apibrėžiančiu televizinei ar internetinei terpei būdingas savybes, tokias kaip gyvumas, srautas, nuotolinis valdymas ir t. t.

„ŠMC TV“ – kultūrinių ir televizinių nuorodų brikoliažas

2004–2007 m. komercinio televizijos kanalo TV1 eteryje transliuota „ŠMC TV“ taip pat nesiekė reprezentuoti konkrečių vizualiųjų menų parodų ar įvykių, veikiausiai pasitelkus meno principus ir metodikas parodyti, kaip kuriama pati televizija ir meno laukas. Gyvavusi kaip socialinis įvykis ir meninis vyksmas, laida tapo paties šiuolaikinio meno lauko savireprezentacijos liudijimu. Įvardijant laidą kaip socialinį įvykį, galvoje turimas menotyrininkės Linos Michelkevičės išsamiai aprašytas laidos kaip dalyvaujamojo meno praktikos profilis⁶⁹, net jei tipiniu tokio pobūdžio projektu ją pavadinti, pasak jos, būtų sunku. ŠMC kuratorių kartu su menininkais⁷⁰ vykdytas projektas kvietė laidos kūrėjais tapti ir pačius jos žiūrovus, taip tarsi patvirtindamas teksto pradžioje minėtą hipotezę, kad televiziją gali kurti

⁶⁹ Michelkevičė, *Būti dalimi*, 141–164.

⁷⁰ Laidą kūrė kuratorių Raimundo Malašausko, Virginijos Januškevičiūtės, Valentino Klimašausko, Julijos Fominos, menininkų Eglės Rakauskaitės, Aurelijos Maknytės, Igno Krunglevičiaus, Evaldo Janso ir daugelio kitų meno lauko dalyvių komanda.

visi. Kiekvieną trečiadienio vakarą transliuotos laidos komanda vykdavo laidos dalyvių atranką, į laidos kūrimą įtraukdavo vis kitus menininkus ir jų aplinką, turėjo internetinį įrankį *weblog*, skirtą palaikyti ryšį su auditorija, t. y. sulaukti jų laiškų, komentarų, pasiūlymų. Tokiu būdu auditoriją bandyta paversti šaltiniu ir pristatyti kaip pranešimo gavėją, kita vertus, dėl specifiško turinio užkodavimo žiūrovai buvo priversti kurti individualias prasmes. Taip vyko todėl, kad, pasak Michelkevičės, „ŠMC TV“ savo dalyvių indėlį veikiau naudoja tam, kad ciniškai pademonstruotų pastangas, kuriomis net nenorima sukurti jokios reikšmės.“⁷¹

Turinio specifškumą, arba *bereikšmiškumą*, čia lėmė tai, jog laida buvo kuriama, kalbant Claude'o Levi-Strausso terminais, brikoliažo⁷² principu, kai pasitelkiami „po ranka pasitaikantys ištekliai“, juos jungiant sukuriamas netikėtas naujas rezultatas. „ŠMC TV“ atveju medžiaga brikoliažui tapo tuo metu televizijoje populiarių realybės šou stilistika užfiksuoti pokalbiai ir interviu su ŠMC ar kitais menininkais, meninės improvizacijos, grafiniai muzikinio kanalo MTV⁷³ estetiką primenantys inkluzai, buitine kamera filmuoti vaizdai, menininkų filmai ir pan. Estetiniu požiūriu vizualinio sodrumo paieškos, naudojant superopozicijas ir netradicinius stilistinius medžiagos jungimo principus, sukūrė tankų kultūrinių nuorodų tinklą. Kitaip tariant, pasinaudodama meniniu statusu, laida konceptualiai parodė kanalų perjunginėjimo procese patiriamą to meto televiziją – fragmentišką, paviršutinišką, skubotą, triukšmingą, nenuoseklia. Kita vertus, Michelkevičė nelinksta „ŠMC TV“ vadinti televiziją kritikuojančiu projektu, mat nebuvo išrastas naujas formatas⁷⁴, tačiau, nepaisant to, ši kritika tam tikru būdu pasireiškė esamų formatų parodija ir imitacija, jų skaidymu ir apropiacija, televizijos ir jos agentų stereotipizavimu, kamufliažiniu bandymu atitikti standartą jo tarsi neatitinkant. Tai sutampa su anksčiau aprašytos alodoksinės intervencijos bruožais, kai sąmoningai klaidinga medijos interpretacija didina simbolinį atstumą tarp sąveikaujančių šiuolaikinio meno ir populiariosios kultūros laukų. „ŠMC TV“ įkūnijo tam tikrą kultūrinę sampratą apie tai, kaip, pasinaudojus populiarių pramogų kodais, galima įsteigti

71 Michelkevičė, *Būti dalimi*, 147.

72 Claude Lévi-Strauss, *The Savage Mind* (Chicago, Ill.: University of Chicago Press, 1966), 16.

73 Svarbu pastebėti, kad kaip tik tuo metu, 2006-aisiais, įsteigtas pramoginis kanalas „MTV Lietuva“, gyvavęs trejus metus iki 2009 m.

74 Michelkevičė, *Būti dalimi*, 163.

naują semantinį turinį. Anksčiau atliktame tyrime vienas iš laidos kūrėjų kuratorius Raimundas Malašauskas šiuos gestus ir pastangas apropijuoti televizijos atributus aiškino taip:

Neišvengiamai galvojome apie *TV compatibility* (liet. suderinamumas). Mums atrodė įdomu daryti TV laidą, o ne filmą ar parodą, norėjosi naudotis tuo TV aparatu. Dėl televizinio formato buvo šios tokios mimikrijos, „pasitampyti“ su mikrofonu, pavyzdžiui. Pirmiausia, kad tai būtų kažkoks kodų atpažįstamumas, elgiesi taip, kaip įsivaizduoji, kad televizijoje elgiesi. Mes žaidėme televiziją.⁷⁵

Žaidimas Bourdieu teorijoje yra esminis lauke vykstančios kovos ir konkurencijos dėl privilegijuotos pozicijos procesas. Todėl nenuostabu, kad kuratorius išliejimą į televizinį lauką ir bandymą paklusti jo taisyklėms vadina žaidimu. Tačiau šiuo atveju į žaidimą reikėtų žvelgti ne kaip į konkurencinę kovą su kitais lauko agentais, bet kaip į Josepho Beuyso apibrėžtos laike ir erdvėje išsitiesusios socialinės skulptūros formavimo procesą, vadinasi, žaidimas čia tampa ne konkurencijos, o naujos *doxos* kūrybos aktu. Analizuodama „ŠMC TV“ atvejį, Connolly sako, kad „modernią prieigą“ prie menininkų ir meno aktyvistų lauko televiziniame diskurse įveda patys menininkai. Galima pastebėti, kad nors jie ir ignoruoja formalias televizijos formato ypatybes, tai atperka akylesnis jų meno lauko perspektyvos matymas. Menas tokioje terpėje save reflektuoja⁷⁶. Kita vertus, tai liudija apie jau minėtą uždaro lauko sistemą, kai to paties lauko agentai įvairiais vaidmenimis jį aptarnauja.

Menas, virtęs varžybotomis „Art-o-thlon“ menų čempionate

Įdomus siekis meno lauką paversti atviresniu ir suprantamesniu visuomenei LRT buvo vykdomas 2009-aisiais. Vykdamas projektą „Vilnius – Europos kultūros sostinė 2009“ kartu su Vilniaus dailės akademija įgyvendintu tarptautiniu menų čempionatu „Art-o-thlon“, siekta praplėsti Lietuvos gyventojų kultūrinį akiratį, šiuolaikinį meną pristatant kaip aktualų, įdomų ir patrauklų fenomeną. Jau pirmoje laidoje apie tokius tikslus kalbėjo vedėjas Egmontas Bžeskas:

⁷⁵ Jogintė Bučinskaitė, „Audiovizualinės komunikacijos įtaka vizualiųjų menų vartojimui“ (magistro baigiamasis darbas, Vilniaus dailės akademija, 2015), 99.

⁷⁶ Connolly, *TV Museum*, 205.

Pagaliau menas švenčia, jis turi eterį, jis yra viešas, jis nėra uždarytas už langų, už durų, už gročių. Ir šie jauni, talentingi, ambicingi menininkai iš užsienio ir Lietuvos mums bandys įrodyti, kad menas yra įdomus.⁷⁷

Vedėjo vaidmuo, aptariant šį atvejį, ypač svarbus, mat iliustruoja alodoksišką įtampą tarp minėtų žinių (*knowledge*) bei pripažinimo (*acknowledgment*) ir savitą logiką tokiu būdu pasiekti platesnę auditoriją. Tapytojo išsilavinimą turintis, todėl formaliai priklausantis meno laukui, bet kur kas aktyviau pramogų industrijoje dalyvaujantis Bžeskas šioje laidoje pasitelktas kaip hibridinis agentas, veikiantis tarp dviejų laukų. Tačiau būti atpažįstamam viename nėra tapatu būti pripažįstamam kitame. Tą liudija ne tik vienos iš projekto dalyvių atsisakymas dalyvauti laidoje, priešastimi nurodant vedėją, bet ir meno lauko agentų kritika:

Nors pradėdamas laidą vedėjas sakė: „Šiandien aš esu ne Bžeskas, o menininkas“, vis dėlto įvaizdžio atsikratyti sunku. Todėl daugelis kultūros gerbėjų skeptiškai vertina E. Bžesko pasirodymą tokiu amplua.⁷⁸

Tokios reakcijos įrodo, kad meno pristatymo procedūra glaudžiai susijusi su agento reputacija, kvalifikacija ir tam tikru teisėtu priklausymu tam laukui. Taigi didelis vertybinis ar kultūrinis nuotolis nuo pristatomojo ir pristatančiojo įtvirtina griežtus hierarchinius vertinimus. Taip pat šis atvejis tarsi paneigia Heinrich minimą vizualumo kapitalo konvertavimo galimybę, kai matomumą, sukauptą vienoje srityje, nesunkiai galima pernešti į kitą. Šiuo atveju pramogų pasaulyje sukauptas pripažinimas sunkiai pasiduota šiuolaikinio meno scenos atstovavimo procedūrai.

Televizijos šou autoriai, Kelno medijų meno akademijos profesorius Žilvinas Lilas ir Migruojančių meno akademijų (MigAA) projekto vadovas Mindaugas Gapševičius, teigė, kad tai buvo „kūrybingų žmonių varžytuvės dėl pripažinimo, o jų tikslas – meno išėjimas iš galerinių erdvių ir meno komunikacija su visuomene.“⁷⁹ Ko gero, šį apibūdinimą galima laikyti vaizdžiausia Bourdieu aprašytų socialinių meno žaidimų iliustracija.

77 Pirmoji „Art-o-thlon“ TV laida, *LRT*, 2009 m. liepos 23 d., *LRT* archyvas.

78 Karolina Tomkevičiūtė, „Apie Bžeską ir išprievartautą meną“, *15min.lt*, 2009 m. liepos 24 d., 15min.lt/naujiena/aktualu/nuomones/apie-bzeska-ir-isprievartauta-mena-18-49870.

79 *Artnews.lt*. „Art-o-thlon“ čempionatas startuoja jau rytoj“, *Artnews.lt*, 2009 m. liepos 22 d. artnews.lt/art-o-thlon-cempionatas-startuoja-jau-rytoj-2601.



6.
Sustabdytas LRT
menų čempionato
„Art-o-thon“ kadras,
2009

A still from the art
championship „Art-
o-thon“ on LRT,
2009



7.
LRT menų čempionato
„Art-o-thon“ komisija,
sustabdytas kadras,
2009

The jury of the art
championship „Art-
o-thon“ on LRT, 2009.
Still image

Jei „ŠMC TV“ žaidimas pasitelktas kaip kūrybinė strategija, čia jis įgijo radikalizuotą socialinės realybės atvaizdavimo logiką. Tą įrodo ir pagal realybės šou formatą sukonstruota laidos struktūra, turėjusi tam būdingus atributus: septynias kas savaitę besivaržančias tarptautines menininkų komandas⁸⁰ [6 il.], projektus vertinančią komisiją⁸¹ [7 il.], žiūrovų balsavimą ir kontroversišką vedėją.

Nors „Art-o-thlon“ buvo įvertintas kaip vienas iš tarpkultūrinių dialogą įgyvendinusių VEKS projektų, ambicija išsprauti šiuolaikinį meną į pramoginį televizijos formatą kultūros bendruomenei liko nepriimtina. Nepateisintas siekis sunorminti, apskaičiuoti, racionalizuoti sunkiai tam pasiduodantį meną. Galų gale projektas buvo palydėtas pinigų iššvaistymo skandalu.

„JANSAS TV“ kaip vidinė meno lauko akis

Nuo 2010-ųjų menininko Evaldo Janso vykdytas projektas „JANSAS TV“ savotiškai pratęsė „ŠMC TV“ taikytus metodus. Internetiniame tinklapyje „Jansas.tv“ (nebeaktyvus) arba asmeniniame „YouTube.com“ kanale talpintus menininko nufilmuotus ir sumontuotus epizodus galima laikyti šiuolaikinio meno lauko įvykių ir dalyvių metraščiu bei savarankiška menine praktika. Pasak menotyrininko Kęstučio Šapokos:

tai dinamiškas ir aktualus projektas, bent iš dalies užpildantis viešoje informacijoje erdvėje žiojinčią Lietuvos šiuolaikinio meno pristatymo spragą. Reportažuose dera Evaldo Janso vizitinė kortelė – kūrybiškas filmavimas ir kokybiškas montažas, vienok, niekada neužgožiantis pačių meninink(i)ų ir meno. „JANSAS TV“ – video meno, reportažo, dailės kritikos, pačių meninink(i)ų pris(isis)tatymo ir dar daug ko mišinys, kuriame operatyviai pateikiamas kokio nors šiuolaikinio meno reiškinio pjūvis.⁸²

⁸⁰ Projekte dalyvavo Anna Shestakova, Fiona Flynn, Andrius Labašauskas, Monika Malinauskaitė, Justinas Tyleris Tate'as, Eero, Andreia Filipe Faro, Tomas Russottis, Rafalas Piesliakas, Pavelas Formanas, Saulius Leonavičius, Tadas Maksimovas, Kimo Arbas, Auksė Petruilienė.

⁸¹ Komisiją kiekvienoje laidoje sudarydavo trys meno lauko ekspertai, tarp kurių Deimantas Narkevičius, Arūnas Gelūnas, Monika Krikštopaitytė, Valentinas Klīmašauskas, Nerijus Milerius, Augustinas Beinaravičius, Irma Stanaitytė, Ramūnas Trimakas, Laima Kreivytė, Ramunė Rachlevičiūtė, Linas Rimša, Jurijus Dobriakovas, Vytautas Michelkevičius, Greta Akcijonaitė arba gerai žinomi televiziniai veidai, pavyzdžiui, Zita Kelmickaitė.

⁸² Kęstutis Šapoka, „Apie JANSAS TV“, *Jansas.tv*, 2009 m. liepos 24 d., jansas.tv/apie/.

Taigi, būdamas meno lauko dalyviu, menininkas naudojosi užima- ma padėtimi socialinėje erdvėje, turimu *habitus* ir gebėjo lanksčiau prieiti prie reprezentuojamų temų, laisviau jas interpretuoti. Tai rodo ir familiarus bendravimas su fiksuojamais pašnekovais, ir netipiškas filmavimo būdas. Galima daryti prielaidą, kad tokią laisvę suteikė ne tik meninė prieiga, bet ir internetinis transliavimo bei platinimo būdas. Nepaisant pastarojo di- desnę sklaidą užtikrinti turinčio technologinio aspekto, menininkas manė, kad turinio požiūriu tarpininkavimas šiame lauke efektyvesnis užimant šio lauko agento poziciją: „Tai, kad aš baigiau tapybą ir ilgą laiką darau tarp- disciplininius menus, rodo, kad tas laukas man artimas ir suprantamas. Ten aš jaučiuosi kompetentingas.“⁸³ Tačiau net ir vadovaudamasis šia meno lau- ko savirefleksijos nuostata, menininkas neišvengė alodoksiško televizinio mėgdžiojimo, pastebimo jau vien projekto pavadinime. Jansas dokumen- tavo parodų atidarymus, kalbino menininkus, kuratorius, menotyrininkus, žiūrovas turėjo galimybę pamatyti viską iš kelių rakursų, bet kartu vieno asmens akimis. Subjektyvumas neslapstytas, priešingai, veikė lyg atsvara konvencionaliai meno lauko metraštininko pozicijai.

„JANSAS TV“ galima vertinti kaip transgresyvų projektą, peržen- giantį masinės komunikacijos ribas, bet kartu liekanti labai dokumentišką.

Būdamas video menininkas, bet „apsimesdamas“ žurnalistu, Evaldas Jansas nau- doja „dvigubo agento“ taktiką, iš esmės išardydamas ir ideologinį žurnalistikos (t. y., tendencingo žinių pateikimo, naudojant tam tikrus vaizdo, kalbos ir muzikos kodus) aspektą.⁸⁴

Galima sakyti, kad savotiškai ištrindamas tarpininko poziciją Jan- sas meno procesų reprezentaciją supaprastino iki lauko stebinės akies vaidmens arba vizualinio įsiklausymo būsenos.

Išvados

Konceptuali teksto pradžioje išsikelta hipotezė, kad „televiziją gali daryti bet kas“, iš esmės pasitvirtina dėl televizijos kaip technologinio ir kultūrinio konstrukto vaidmens kaitos – jos konvergencijos, auditorijos

⁸³ Bučinskaitė, „Audiovizualinės komunikacijos įtaka vizualiųjų menų vartojimui“, 95.

⁸⁴ Šapoka, „Apie JANSAS TV“.

segmentacijos, jiems prieinamesnės techninės infrastruktūros kurti savarankišką, personalizuotą turinį. Tačiau, be formalių ir ontologinių televizinės medijos pokyčių, hipotezę pagrindžia ir platus turinį kuriančių ir tam tikrą meno procesų vertinimą čia atliekančių agentų tinklas – ne tik žurnalistai, televizijos redaktoriai, prodiuseriai ar kiti informacijos rengėjai, bet ir patys meno lauko dalyviai – institucijos, kuratoriai, menotyrininkai, menininkai imasi pristatyti savo kūrybines veiklas bendradarbiaudami su žiniasklaida arba kurdami savarankiškas alternatyvias platformas. Tokios, pagal Bourdieu meno sociologijos sampratą, lauke atsirandančios naujų, savitą *habitus* turinčių agentų praktikos nuo pagal žurnalistinį reglamentą dirbančių skiriasi alodoksine prieiga. Tai reiškia, kad į televizinį lauką įžengę meno lauko agentai imasi kurti hibridines formas, savotiškai imituodami, parodijuodami ar kitaip sutrikdydami vidinę paveikto lauko struktūrą. Viena vertus, tokiu būdu siekiama dekonstruoti šią mediją, suprantant ją kaip galios bei neišnaudotų technologinių galimybių įrankį ir taip pakeičiant vadinamąjį vyraujantį „politinį žodyną“ arba *doxa*. Kita vertus, tokie bandymai paverčiami savarankiškais, bet vienkartinėmis meninėmis praktikomis, pasiūlančiomis perkurti konvencionalias meno reprezentacijos formas, tačiau nevirstančiomis tvariais ar pritaikomais formatais.

Per pastaruosius dešimtmečius televizijos lauko agentų pasakojimų apie meną būdai keitėsi nežymiai. Pastebima, kad ryškiausiems lūžiams, tokiems kaip, pavyzdžiui, posūkiui į diskursyvų turinį, kai apie meną televizijoje daugiau kalbama, nei jis yra vaizduojamas, įtakos turėjo ne tik televizijų vykdoma turinio organizavimo politika, lygiagrečiai besivystančios ir populiarėjančios kitos informavimo priemonės ar socialiniai tinklai, spartinantys informacijos cirkuliaciją, bet ir teisiniai ar ekonominiai aspektai, galų gale paties šiuolaikinio meno ir jo lauko transformacijos.

Kai kurių kultūros laidų autorių pastangos priartinti meną prie platesnės ir įvairesnės televiziją žiūrinčios auditorijos, turinį pateikiant pramoginiu būdu, ženklino tebegają skirtį tarp „aukštosios“ ir „populiariosios“ kultūros polių, televizijai priskiriant turinio suprastinimo ir supaprastinimo vaidmenį, o profesionaliai tarp meno lauko ir auditorijos tarpininkaujantis agentas matytas kaip šio lauko atstovas, turintis ne tik atitinkamą *habitus*,

bet kitų lauko dalyvių pripažinimą ir reputaciją. Nepaisant to, anksčiau kritikuotos pramoginės pasakojimo strategijos pastaraisiais metais imamos įsisavinti pačių meno institucijų kaip veiklos žaidybinimo ir auditorijos plėtimo įrankiai. Tai iš esmės rodo ir besikeičiantį požiūrį į televiziją, kuri iš reformos objekto transformuojasi į kultūrinį ar socialinį kūrybos šaltinį, mat derybos dėl simbolinio, kultūrinio ir matomumo kapitalo čia vedamos jau ne opoziciniu, bet bendradarbiavimo principu.

Vis dėlto televizija, kaip vienas iš šiuolaikinių menų ilgą laiką legitimavusių ir matomumą steigiančių įrankių, nebepateisina augančio meno lauko lūkesčių, pristatymo tempų, atrankos ar informacijos pateikimo kriterijų, todėl pastaraisiais metais pastebima nauja besiformuojanti meno reprezentavimo tendencija, kai savarankiškai meno lauko agentų prodiusuojamas turinys ištrina tarpininkavimo vaidmenį, o televizija (institucine prasme) pasitelkiama nebent kaip turinio distributorė. Tokį pokytį būtų galima įvardyti posūkiu iš informavimo į tendencingos informacijos prodiusavimą. Viena vertus, tokie pokyčiai ištrina žurnalistinio objektyvumo, kritinių pastabų ir nešališko vertinimo aspektus, taip uždarant meno lauką į savirefleksyvos sistemos ciklą, kita vertus, tai atveria naują kelią įvairesniam kuratoriniam darbui su audiovizualiniu turiniu dar neišbandytomis formomis.

Gauta ——— 2022 06 15

Literatūra

- Andrijauskas, Antanas. „Meno sociologijos tradicijos transformacija kritinėje P. Bourdieu koncepcijoje“. *Logos* 76 (2013 liepa, rugsėjis): 142–161.
- Artnews.lt. „Art-o-thlon“ čempionatas startuoja jau rytoj“. *Artnews.lt*, 2009 m. liepos 22 d. artnews.lt/„art-o-thlon“-cempionatas-startuoja-jau-rytoj-2601.
- Becker, Howard S. *Art worlds*. Berkeley: University of California Press, 1982.
- Benson, Rodney ir Erik Neveu. „Introduction: Field Theory as a Work in Progress“. In *Bourdieu and the journalistic field*. Edited by Rodney Benson ir Erik Neveu. Cambridge: Malden [Mass], 2010.
- BNS. „Atsistatydino LRT vadovas“. *Delfi.lt*, 2003 m. kovo 4 d. delfi.lt/verslas/medija/atsistatydino-lrt-vadovas.d?id=2002283.
- Bolin, Göran. „The Forms of Value: Problems of Convertibility in Field Theory“. *Tripple C*, Vol. 10, no. 1, (2012): 33–41. doi: 10.31269/triplec.v10i1.340.
- Bourdieu, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Massachusetts: Harvard University Press, 1984.
- . „Kultūrinės produkcijos laukas, arba atvirkščias ekonomikos pasaulis“. In *XX amžiaus literatūros teorijos* [I dalis]. Sudarė Aušra Jurgutienė, 273–327. Vilnius: Lietuvių literatūros ir tautosakos institutas, 2011.
- . *On Television*. London: Pluto Press, 1998.
- . „Social Space and Symbolic Power“. *Sociological Theory*, Vol. 7, no. 1 (1989, Spring): 14–25.
- . *The Logic of Practice*. Cambridge: Polity press, 1990.
- . „The political field, the social field, and the journalistic field“. In *Bourdieu and the journalistic field*. Edited by Rodney Benson ir Erik Neveu. Cambridge: Polity press, 2005.
- . *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field*. Stanford California: Stanford University Press, 1995.
- Bourdieu, Pierre ir Loic J. D. Wacquant, *Ivadas į refleksyviąją sociologiją*. Vertė Vilija Poviliūnienė. Vilnius: Baltos lankos, 2003.
- Bučinskaitė, Jogintė, „Audiovizualinės komunikacijos įtaka vizualiųjų menų vartojimui“. Magistro baigiamasis darbas, Vilniaus dailės akademija, 2015.
- Bučinskaitė, Jogintė ir Andrius Matvejenka. „Duryš atsidaro“. TV laida. LRT, 2017. *LRT mediateka*, paskelbta 2017 m. gegužės 7 d. lrt.lt/mediateka/irasas/1013668239/duryš-at-sidaro.
- Buonanno, Milly. *The Age of Television: Experiences and Theories*. Translated by Jennifer Radice. Bristol and Chicago: Intellect Books and University of Chicago Press, 2014.
- Connolly, Maeve. *TV Museum: Contemporary Art and the Age of Television*. Bristol and Chicago: Intellect Books and University of Chicago Press, 2014.
- Dayan, Daniel ir Elihu Katz. *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge: Harvard University Press, 1992.
- Gaižutytė-Filipavičienė, Žilvinė. „From Visibility to Visibility: Regime, Capital, Media“. *Art History & Criticism* 16, no. 1 (2020): 125–131. doi: 10.2478/mik-2020-0009.
- Hartley, John. „From the Consciousness Industry to Creative Industries: Consumer-created content, social network markets, and the growth of knowledge“. In *Media Industries: History, Theory and Methods*. Edited by Jennifer Holt ir Alisa Perren. Oxford: Blackwell, 2008.
- Heinich, Nathalie. *De la visibilité: excellence et singularité en régime médiatique*. Paris: Gallimard, 2005.
- . „Mapping intermediaries in contemporary art according to pragmatic sociology“. *European Journal of Cultural Studies*, 15(6) (2012): 698. doi: 10.1177/1367549412450634.

- Janevski, Ana, Roxana Marcoci and Ksenia Nouril, eds. *Art and Theory of Post-1989 Central and Eastern Europe. A Critical Anthology*. New York: The Museum of Modern Art, 2018.
- Joselit, David. *Feedback: Television Against Democracy*. Cambridge, MA: MIT Press, 2007.
- Lévi-Strauss, Claude. *The Savage Mind*. Chicago: University of Chicago Press, 1966.
- Manovich, Lev. Naujųjų medijų kalba. Vilnius: Mene, 2009.
- Michelkevičė, Lina. *Būti dalimi. Dalyvavimas ir bendradarbiavimas Lietuvos šiuolaikiniam mene*. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla, 2021.
- Pečiulis, Žyngintas. *Bokštą gaubianti paslaptis. TV medijos radimasis Lietuvoje*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2018.
- Perry, Colin. „TV Makeover“. *Art Monthly*, no. 352 (2011–2012): 11–14.
- . *Radical Mainstream: Independent Film, Video and Television in Britain 1974–90*. Bristol and Chicago: Intellect Books, 2020.
- Postman, Neil. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. USA: Penguin, 1985.
- Sperlinger, Mike. „Looking Back: Film“. *Frieze*, no. 136 (2011): 24.
- Spigel, Lynn. *TV by Design: Modern Art and the Rise of Network Television*. Chicago: University of Chicago Press, 2009.
- Swartz, David. *Culture and Power: The Sociology of Pierre Bourdieu*. Chicago: University of Chicago Press, 1997.
- Šapoka, Kęstutis. „Apie JANSAS TV“. *Jansas.tv*, 2009 m. liepos 24 d. jansas.tv/apie/.
- „ŠMC TV. Antrasis epizodas“. TV laida. Šiuolaikinio meno centro archyvas, 2004. CAC TV paskyra „YouTube“, paskelbta 2015 m. rugpjūčio 25 d. [youtube.com/watch?v=xwbY21hLHWk](https://www.youtube.com/watch?v=xwbY21hLHWk).
- Tomkevičiūtė, Karolina. „Apie Bžeską ir išprievirtą meną“. *15min.lt*, 2009 m. liepos 24 d. 15min.lt/naujiena/aktualu/
- nuomones/apie-bzeska-ir-isprievirtauta-mena-18-49870.
- Trilupaitytė, Skaidra. „Meninė produkcija ir socialinė erdvė“. In *Dailės ir architektūros tyrimų metodologinės problemos: VDA doktorantų teorinės konferencijos pranešimai*, 81–87. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla, 2000.
- Urbonai, Nomeda ir Gediminas. Jogintės Bučinskaitės interviu. „Nomeda ir Gediminas Urbonai, Linas Augutis – tvvv.plotas“. *Sinemateka.lt*, sinemateka.lt/videomenas?modal=s126.
- Žukauskienė, Odeta. „Šiuolaikinio vizualinio meno tekstiškumas kintančių paradigmu kontekste“. In „Menininkas ir tekstas“. Sudarė Ieva Pleikienė. *Acta Academiae Artium Vilnensis*, nr. 91 (2018): 37–54.

Summary

Contemporary Art on Lithuanian Television: Agents and Shifting Roles

Jogintė Bučinskaitė

Keywords: television, cultural TV show, audiovisual representation of art, *Field Theory*, communication of contemporary art.

The aim of this article is to briefly discuss the changing relationship between Lithuanian television and the contemporary art field, as well as the way that the content-producing agents in the field (journalists, art critics, artists, art institutions etc.) shape the dynamics of this relationship. The article focuses on the cases of culture and art being presented on television or, vice versa, television itself being reflected upon by art. Based on the ideas of Pierre Bourdieu's sociology of art, the relationship between these two fields and their participants can be viewed as a continuous negotiation of publicity, production of social meaning, and archiving of cultural memory. The core concepts introduced by Bourdieu, which allow us to evaluate the legitimising power of art and the importance of television as a dissemination resource, are employed to analyse these intersections within these fields, their hierarchical divisions, and the resulting tensions.

The analysis of the most notable television projects that have turned into artistic practices and were realised in Lithuania over the course of three decades, such as *tvvv.plotas* by the artist duo of Nomeda and Gediminas Urbonas, the Contemporary Art Centre's *CAC TV*, or the *Art-o-thlon* entertainment-oriented arts championship, reveals the diverse collaborative forms and strategies of that emerge from the interaction between television and contemporary art. In some cases, compliance with the rules of television entails a deliberate misinterpretation and misappropriation of these rules, while in others, it allows for the emergence of a new

social reality where the concepts and the specific vocabulary of the field are changed and simplified, and certain established classification schemes eliminated.

The article regards the relationship between art and television as a communicative act, where cultural meanings are not transmitted but rather constantly created, while the audience itself has a chance to participate as a creative collaborator free to interpret the received messages in its own way. With regard to the changing role of the television medium in the general field of information dissemination and media culture, a fundamental shift of roles is evident – with the further segmentation of audience, television retreats to the position of a neutral moderator or platform that offers the services of a (digital) public space, while art institutions, willing to be visible players in the field, initiate and produce content about themselves.