

Liutauras Kraniauskas

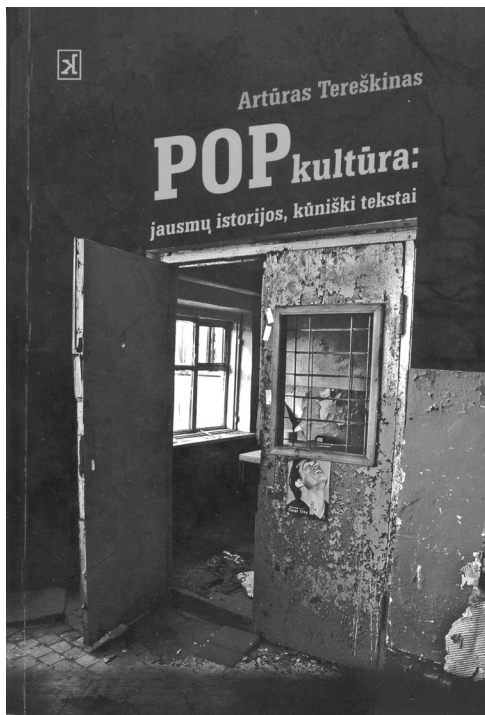
Apie kankinantį popkultūros pobūdį On torturing nature of pop culture

Asociatyvus skaitymo triukšmas

Skaitant VDU profesoriaus Artūro Tereškino knygą *Popkultūra*, sąmonės paribiuose nevalingai kažkas mezgėsi. Knygos tekstas veikė kaip neurolingvistinis dirgiklis – žodžiai, nuorodos, emocijos, vaizdiniai, pasakojimo stilius kažką sistemingai ir įkyriai klibino atmintyje. Tekstas trumpam iššaukdavo miglotą atsiminimą, ir vėl jį greitai nugramzdindavo užmarštin. Pasąmonės tamsybėse glūdintis fantazmas ar slogutis, lyg pakludamas knygos teksto ritmui, su kiekvienu skyriumi įgijo šiek tiek ryškesnį pavidalą – tiek garsinį, tiek vaizdinį.

Garsų kakofonijoje tarpusavyje įkyriai grūmėsi pop melodijos bei frazės, trumpam užgožiančios vieną kitą ir laikinai paveržiančios visą sąmonės lauką.

O aš nuvažiuosiu prie jūros/O gal ne?
Ты возьми меня с собой...
Su kitu bachūru /Aš tave mačiau.../ Jo vardas
Artūras/Aš jį žinau.
Skambutis!!! Turime laimėtoją!!!
Laužo šviesa naktyjeeeeeeeeeee...
We are the winners of Eurovision!/Vote! Vote!
Vote for the winners!
Винтовка – это праздник/Всё летит в пизду.



Artūras Tereškinas. 2013. *Popkultūra: jausmų istorijos, kūniški tekstai*. Vilnius: Kitos knygos, 201 p.

Šioje ideologinių garsų košėje reklaminiai sėkmės, seksualumo, romantikos, sveiko kūno, nacionalinio pasididžiavimo, lengvo gyvenimo, svetimo skausmo ir asmeninės laimės vaizdiniai chaotiškai pynėsi į vientisą kodą. D-503¹.

Raidė ir trys skaičiai vaizdų ir garsų sraute vaidenosi kaip apmaudas, pagarbi baimė, laisvės siekis ir noras ištrūkti anapus Žaliojo ekrano² sukurtos pornoelegancijos. Kodas turėjo savo kūną, jausmus, istorijas, veidą, kuris buvo stebėtina panašus į A.Tereškino nuotrauką jo Facebook paskyroje.

Sakau „vaidenosi“, nes dėl atpažintų emocijų nebuvau tikras. Jei kritinė teorija sociologus išmokė nekęsti popkultūros ir angažavo išsilaisvinimo diskursui, tai britų kultūros studijos įgalino pamilti snobiškos kritikos objektą ir atrasti popkultūroje žymiai įvairesnį kultūrinių reikšmių, resursų ir praktikų spektrą. Sykiu norisi ir peikti popkultūrą, ir būti jos sudėtine dalimi. Akivaizdu, kad A. Tereškino tekstas labiau simpatizuoja britiškai kultūros studijų tradicijai ir siekia parodyti lietuviškos popkultūros žmogiškąją pusę, tačiau slogi kritinė mintis tekste negailestingai liudija popkultūros lengvabūdiškumo sukeltą egzistencinį skausmą. Ir tas skausmas bei kančia *Popkultūroje* papasakoti pirmuoju asmeniu kaip asmeninė

patirtis, kaip santykis su kasdieniu pasauliu. Gali būti, kad tokią niūrios nuotaikos iliuziją sukūrė juodai baltos knygos nuotraukos, meniškai dokumentuojančios ne (pop)kultūros blizgesį ir spalvingumą, tradiciškai trykštanti iš aukštuomenės gyvenimo kronikos žurnalų, o jos apokaliptinę baigtį, tuštumą ir užmarštį. Gali būti, kad šią knygą reikia skaityti linksmai, ir kai kas ją šitai perskaitys bei išvelgs žymiai šviesesnių emocijų spektrą, o D-503 skaitytojo sąmonėje bus pakeistas rafinuotu Brummellio Gražiojo paveikslu.

Užrašytos mintys yra tik dalis subjektyvių *Popkultūros* skaitymo pajautų, kurių negali valdyti ir kurios yra pernelyg asmeniškos, kaip ir skaitant bet kokią kitą knygą. Kiekvieno skaitytojo santykis su tekstu yra individualus, savitai aktualizuojantis tas reikšmes, vaizdinius ir suvokinius, kurie įgyją svarbą tik sąlytyje su autobiografiniu kontekstu. O ką apie knygą gali pasakyti sociologinis budrumas, peržengiantis asmeninį skaitytojo santykį su tekstu?

Autoetnografinis stilius

Skirtingai nei daugelis britų kultūros studijų tradicijoje gimusių tekstų apie popkultūrą, A. Tereškino knyga skaitoma lengvai. Ją galima gan

¹ D-503 buvo pagrindinis Jevgenijaus Zamiatino knygos *Mes* (1921) herojus, kuris stengėsi pabėgti iš matematiškai idealiai sutvarkytos visuomenės anapus Žaliosios sienos. Kadangi lietuvių kalba šią distopiją išleido leidykla *Kitos knygos*, kuri publikavo ir A.Tereškino *Popkultūrą*, asociatyvūs vaizdiniai, tikriausiai, gimė būtent dėl šio bendro vardiklio.

² Žalias ekranas (angl. – *green screen*) naudojamas filmavimo metu, kad vėliau montavimo metu, pašalinus žalią spalvą, galima būtų fone kombinuoti iš kitų filmų paimtus vaizdus į vientisą vaizdinį. Jis dažnai naudojamas filmuojant reklamas. Kadangi žalias ekranas padeda sukurti norimus vaizdinius ir technologiškai išpildo visas fantazijas (bet objektas tikroviškai patalpinamas sunkiai įsivaizduojamame kontekste), šiame sakinyje žaidžiama asociacija su Jevgenijaus Zamiatino romane minima Žalioji siena, kuri saugo idealią visuomenę nuo nepažįstamo pasaulio.

greitai įveikti – trys keturi vakarai prieš miegą patogiai įsitaisius lovoje, ir knyga keliauja į lentyną.

Skaitant suvoki, kad *Popkultūra* nėra rimtas intelektualinis iššūkis kaip, pavyzdžiui, Johno Fiske'o knyga *Populiarios kultūros suvokimas* (1989), perkrauta sudėtingų išvalgų, sąvokų, įmantrių ir netikėtų sąmonės vingių. A. Tereškino pasirinktas stilius, pavadintas „autobiografinė sociologija“, lengvai sulydo į vieną vientisą tekstą erotines fantazijas, atsiminimus, interviu citatas, dienoraščio ištraukas, dainų iškarpas, teorines sąvokas, nuorodas, pažįstamas ir nepažįstamas pavardes. Susidaro įspūdis, kad teksto struktūra ir stilius paklūsta knygoje aprašomos popkultūros žanro taisyklėms – populiarioje žiniasklaidoje pasirodantys popmuzikos grupių ir žymių žmonių autobiografiniai pasakojimai, kad ir menkos jų gyvenimo detalės, visada yra intriguojantys, atviraujantys, pamokantys. Tai yra rafinuotai papasakota mažyčių nuodėmių išpažintis.

Popkultūra, kaip pripažįsta ir pats autorius, nėra vienalytis ir nuoseklus pasakojimas ar studija. Ji suskaidyta į mažesnius savarankiškus skyrelius, neleidžiančius skaitytojui pavargti ir nereikalaujančius atsiminti to, ką perskaitei ankstesniame skyriuje vakar ar užvakar. Kiekvieno skyrelio pradžioje skaitytojas sudominamas kartais pernelyg intymiomis autoriaus patirtimis ar išgyvenimais, kur sunku atskirti tikrovę nuo fikcijos. Po netikėto atvirumo, kuris skaitantįjį susaisto su A. Tereškino nuodėmės pažinimo bei sąmokslinės paslapties saitais, pasakojimas perkeliamas į intelektualų pasaulį, kuriame tarpusavyje šnekasi Lawrence Grossberg, Sara Ahmed, Lauren Berlant, Eva Illouz ir J. Fiske. Vėliau šiuos egzotiškus intelektualus išstumia lietuviškos žiniasklaidos herojai – Edita Milda-

žytė, Džordana Butkutė, Petras Gražulis, *Olialia pupytės*, Agnė Jagelavičiūtė ir kt., – jų kūnai, tekstai, jausmai ir juose pasislėpusių kultūrinių reikšmių paieškos. O pabaigoje – trumpas romantiškas ar egzistencialistinis apibendrinimas. Kiekvienas skyrius greičiau primena savarankišką *blogosferos* tekstą arba jų koliažą, bet ne sunkiasvorį akademinį argumentavimą.

A. Tereškino pasirinktas „autobiografinės sociologijos“ ar „autoetnografijos“ stilius knygoje įvardijamas kaip kažkas unikalaus, kaip „retas pavyzdys“, išviešinantis asmeninį autoriaus santykį su socialine ir kultūrine aplinka, jo kūniškus pojūčius, emocijas. Autorius griebiasi tokio metodo ir rašymo, kuris įtikinamai parodo, kad rašantis apie popkultūrą yra veikiamas popkultūros kaip ir visi kiti visuomenės nariai, kad sociologų patirtys ir išgyvenimai irgi gali būti svarbus (savi)analizės objektas, o pats rašymas gali atlikti terapinę funkciją.

Tiems, kas yra skaitę ankstesnius A. Tereškino tekstus, ypač *Kūno žymės: seksualumas, identitetas, erdvė Lietuvos kultūroje* (2001) ir *Esė apie skirtingus kūnus* (2007), autoetnografinio rašymo stilius nebus naujiena. A. Tereškinas niekada nevengia viešai artikuliuoti savo patirčių. Jei prieš gerą dešimtmetį pirmieji autobiografinės sociologijos bandymai buvo nedrąsūs, priminė dienoraštį, atsitiktinių minčių užrašus, neturėjo gražaus ir įtikinamo pavadinimo (anksčiau teksto žanras buvo apibudinamas tiesiog kaip „esė“), tai *Popkultūroje* rašymo stilius įgijo labiau rafinuotą formą, tapo drąsiu, labiau atvirujančiu ir provokuojančiu. „Autoetnografijos“ pavadinimas pateisina viską, kas parašyta, ir nuginkluoja bet kokius tekstų kritikus. Ar galima paneigti patirtis, kurias iš-

gyvena ir aprašo autorius? Ne. Tekstiniai fikcijų ir tikrovės hibridai *Popkultūroje* įgyja išskirtinį statusą. Jie tampa sociologiniais kasdienio gyvenimo dokumentais.

Žvelgiant į *Popkultūrą*, neišvengiamai norisi užduoti pozityvistinį klausimą. Ar prie identiškų (ar bent jau panašių) išvalgų ir apibendrinimų apie lietuviškąją popkultūrą priartėtų ir koks nors kitas sociologas (pvz., turintis VDU profesoriaus statusą, kaip ir A. Tereškinas) ar kultūros tyrinėtojas, apsiginklavęs panašiu autobiografiniu metodu bei pasinerdamas į tą patį empirinį pasaulį – Džordanos Butkutės dainų tekstus, serialus, *Bėdų turgy*, Vilniaus senamiesčio erdves? Ar naudojant identišką metodą ir tą pačią empirinę medžiagą gautume panašius rezultatus? Manau, kad ne. Autobiografinis santykis su popkultūra yra pernelyg individualus ir asmeninis, todėl tokio santykio aprašymas, kad ir taikant mokslines sąvokas bei analitines išvalgas, iš dalies išsprūsta iš mokslo lauko į literatūros erdvę. A. Tereškino sociologija tampa literatūrinės kūrybos atmaina, o ir taip pernelyg kaleidoskopiškas popkultūros pasaulis įnirtingai demontuojamas į dar smulkesnius bei chaotiškus fragmentus, nepasiduodančius apibendrinimo siekiančiam suvokimui. Kitaip sakant, A. Tereškino knyga tikrai neatneš sociologinio nusiramino tiems, kurie nori metodiškai perprasti popkultūros veikimą. Ji greičiau erzina, provokuoja ir šaiposi iš metodo.

Perskaitęs knygą svarsčiau - ar imčiausi tokio atviro rašymo stiliaus kaip A. Tereškinas? Ne. Autobiografinę sociologiją, visgi, suvokių kiek kitaip. Ji turėtų peržengti rašančiojo santykio su popkultūra savižinę ir fragmentiškumą. Ji turėtų ne tik šį santykį detalai aprašyti, bet ir

pasakyti: kodėl sociologo sąlytis su popkultūra įgyja būtent tokias išraiškas – emociškas, juslines, intelektualias, - o ne kitokias? koks socialinis kontekstas įgalina tokius popkultūros fragmentų išgyvenimus? kokios socialumo formos ar kolektyvinės tapatybės gimsta šiame santykiyje? Gali būti, kad gilesnis ir detalesnis *Popkultūros* skaitymas, perskaitymas, žymėjimasis ir komentavimas paraštėse, fikcijų ir pikantiškų autobiografinių faktų atsijojimas atvestų prie pageidaujamo atsakymo. Skaitydamas supranti, kad skirtingų žanrų teksto audinys kažką slepia. Bet ar paslėpta tai, ko norėtusi? Nežinia...

Kita vertus, niekada sociologiniame tekste nepasakočiau savo intymų išgyvenimų, nesvarbu, kad tai būtų tik pirmuoju asmeniu papasakota fikcija. A. Tereškino atviravimas ar fikcijos apie jo intymų gyvenimą, su kuriuo neišvengiamai susiduriame kiekviename *Popkultūros* skyriuje, įtraukia skaitytoją į paslaptinę autoriaus nuodėmių tinklą, padaro jį sąmokslu prieš visuomenę liudininku, vojeristu. Tikrovė persipina su fikcija, fikcija tampa tikrove. Sociologinis pasakojimo žanras nutrina ribą tarp išgalvoto ir išgyvento pasaulio ir visam tekstui suteikia tikrumo. Bijau, kad kitą kartą sutikęs A. Tereškina droviai nudelbsiu žvilgsnį žemyn, išsiduodamas, kad skaičiau jo knygą ir kad žinau jo kūniško geismo istorijas bei fantazijas. O šnekėdamasis su juo, stengsiuos neišsivaizduoti jo nuogo kūno, neužuosti jo kvapo, nepasiduoti perskaityto teksto peršamiems vaizdiniais. Tai būtų per daug intymu ir nuodėminga...

Profesoriaus ir popkultūros akistata

Naujai perversdamas jau perskaitytą knygą, suradau tik vieną pabrauktą citatą:

Autoetnografiškai tirdamas ir rašydamas, ieškodamas dialogo tarp mokslinio žinojimo ir kitų žinojimo rūšių, autorius visada išsako, kas jis toks, su kokia pozicija, jis susijęs, kokius jausmus jam kelia popkultūra, kodėl jis nekenčia tų, kurie skleidžia neapykantą ir panieką, ir žavisi drąsiais ir gražiais (psl. 172).

Paraštėje, šalia citatos, buvo ir pieštuku paskubomis sukeverzotas klausimas: „Kodėl A.T. kenčia?“

Kančios tema A. Tereškino tekstuose yra dažnas sociologinės analizės objektas. Jau ankstesnėje knygoje *Vyrų pasaulis: vyrai ir žaizdos vyriškumas Lietuvoje* (2011) kančios ir kentėjimo klausimas išsamiai svarstytas vyriškos tapatybės kaitos kontekste. Pasitelkus įvairių socialinių grupių vyrų pasakojimus gana įžvalgiai ir įtikinamai parodyta, kaip beiškeičianti socialinė, politinė ir ekonominė aplinka keičia hegemoninio vyriškumo modelius, kaip marginalizuojama darbininkų klasė ir jos vyriškumo vaizdiniai, kaip senstantis kūnas nebedera su ankstesnių bei naujų vyriškumo diskursų kuriamais normatyviniais kūnais, kaip šis kūno ir hegemoninio vyriškumo disonansas tampa vyriškumo tapatybės kančios žaizdra. *Popkultūroje* kančia spinduliuoja iš TV ekranų ir dainų tekstų, visa Lietuva kartu su A. Tereškiniu empatiškai įsijaučia į Editos Mildažytės bėdžių skausmą, Džordanos Butkutės gyvenimo lūžius ir žlugusias motinystės svajas, nelaimingą Minedo meilę. Kančią popkultūra paverčia gerai perkama ir parduodama preke. Kuo daugiau skausmo ir kančios, tuo stipriau socialiniai klijai sulipina pramogų industrijos kuriamus vaizdinius, šių vaizdinių vartotojus ir popkultūros herojus į vieną ideologinį junginį. Svetimo skausmo juk nebūna.

Tačiau sociologinis kančios klausimų svarstymas neuždangsto to skausmo ir kančios, kuriuos išgyvena pats A. Tereškinas. Jo tekstuose tyliai pulsuoja jo paties kančia ir skaitytojas tikrai negali nepastebėti šio jausmo – ji atsiveria žodžiuose, sakiniuose, fikcijose. Keista, bet tekste spinduliuojanti sociologo kančia nėra empatiška analizės objektų jausmams. Ji kitokia. Ją stimuliuoja visai kiti šaltiniai. Viena vertus, A. Tereškino jausmus galima suprasti kaip nepakeliamą akistatą su hegemoninio vyriškumo modeliais bei rezistenciją jiems. Tai ypatingai akivaizdu tuose tekstuose, kur svarstomi vyriškos tapatybės klausimai, pavyzdžiui, *Esė apie skirtingus kūnus* bei *Vyrų pasaulis* ar *Popkultūros* skyriuje apie protezinį vyriškumą. Tačiau kodėl jo sąlytis su kitais popkultūros elementais – pornoelegeancija, popmuzikos grupėmis, žymybėmis iš TV ekranų ir žurnalo *Žmonės* – taip pat įgyja skausmingų išgyvenimų išraiškas, nors daugeliui dabartinių popkultūros tyrinėtojų būdingas optimistinis bei žaismingas santykis su popsu? Kodėl sociologijos profesorius, kurį labai mėgsta jo studentai ir doktorantai, kenčia? Ar autoetnografinis metodas arba autobiografinė sociologija galėtų paaiškinti šį sudėtingą autoriaus socialinės pozicijos (universiteto profesoriaus), jo jausmų (kančios ir skausmo) ir popkultūros santykių konfigūraciją?

Taikydamas popkultūros analizei autoetnografinį metodą, kaip jis dailiai aprašytas anksčiau minėtoje citatoje, A. Tereškinas nebuvo metodologiškai nuoseklus ir sąžiningas. Uolus susitelkimas ties savo jausmų artikuliacija ir kritinio diskurso kūrimu iš analizės lauko išstūmė socialinį jausmų atsiradimo kontekstą.

A. Tereškinas įsijaučia į savo kaip intelektualaus popkultūros vartotojo vaidmenį, tačiau užmiršta savo akademinį statusą. Tad lieka neaišku, ar *Popkultūroje* jausmų atodangos yra jo, kaip popkultūros vartotojo, santykio išraiška, nesąmoningai suspenduojant savo akademinį statusą, ar, visgi, tai yra sociologinio, t.y. profesinio *habitus* akistata su viešos komunikacijos lauke cirkuliuojančiais vaizdiniais, reprezentacijomis, vertybėmis, diskursais, simbolinės galios palaikymo ir persikirstymo struktūromis? Nors *Popkultūros* tekste A. Tereškinas dažnai pabrėžia savo kaip aktyvaus popkultūros vartotojo statusą, asmeninė kančia, labiau tikėtina, kyla dėl simbolinės akademinio pasaulio ir popkultūros konfrontacijos viešosios komunikacijos lauke, o tiksliau – tarp šiose dviejuose kultūros (plačiąja prasme) laukuose sukuriama žinojimo statuso ir šio žinojimo prestižo.

Popkultūra, kaip ir sociologija, metodiškai kuria savitą socialinio žinojimo lauką su savomis vertėmis, reikšmėmis, diskursais, simboliais, konvencijomis, vidinėmis simbolinėmis hierarchijomis. Kiek sociologija gali pavirsti popsu, tiek ir popkultūra turi stiprų sociologinio pažinimo potencialą. Bet skirtumas tarp popkultūros ir sociologijos komunikacijos laukuose užgimstančio žinojimo apie visuomenę yra tas, kad šis žinojimas turi skirtingas auditorijas. Rafinuotas sociologinis žinojimas svarbus tik negausiai sociologų bendruomenei, dažnai kuriančiai diskursą apie platesnę visuomenę tik patiems sociologams, bet vis dar tyloomis puoselėjančiai Auguste Comte viltį apie sociologijos tapsmą populiarios religijos atmaina. Kitaip sakant, sociologiniam žinojimui išskirtinę vertę suteikia sociologai, jie dirba sunkiai ir uoliai ties

šios vertės kūrimu ir nori šiuo vertingu žinojimu pasidalinti su visuomene. Švietėjiškos tradicijos dvasioje norisi perduoti vertingą sociologinį žinojimą visiems, kadangi, kaip mes tikime, tai veda link žmogaus išlaisvėjimo. Tačiau viešosios komunikacijos erdvė jau yra perpildyta gero gyvenimo „receptų“ ir jai labiau patinka mažiau išsilavinę žmonės, kurie sugeba paprasta žmonių kalba – įžūliai, stačiokiškai, su panieka ar įžeidžiančiai – visai visuomenei pasakyti, kas yra gerai ir kaip reikia gyventi. Sociologinis diskursas ir sąvokos rezonuoja su paprastų žmonių kalba, tad jie, kaip tikri bedieviai, linkę išduoti sociologinį žinojimą ir pasirinkti *Beatos virtuvės*, *Kakadu* ar *Dviračio žinių* sociologines įžvalgas.

Popkultūros komunikacijos strategijose visada galima atsekti norą turėti idealią homogenišką vartotojų auditoriją, kuri paklūsta vieningo diskurso režimui ir neišsibarsto į skirtingas kalbines ar lingvistines bendruomenes. Popkultūra mielai priima visus – net sociologus ir filosofus. Visi suklijuojami bendrais socialumo klizais į vieną bendruomenę, gebančią atpažinti popkultūros simbolius, reikšmes, vaizdinius ir sėkmingai įkomponuoti visą tai į savo kolektyvinių tapatybių naracijas. Tad atskiro popkultūros segmento vertė priklauso ne nuo kuriamo žinojimo metodiškumo, praktinio pritaikomumo ar humanistinių siekių, bet nuo gebėjimo ilgam išlikti viešos komunikacijos erdvėje, kas būtent atskirą kultūros segmentą ar asmenį paverčia popkultūros dalimi.

Spėčiau, kad A. Tereškino kančią galima būtų paaiškinti tuo, jog viešosios komunikacijos erdvėje popkultūra griauna socialinių mokslų kuriamo žinojimo statusą, lengvai subordnuodama auditoriją ideologiniam kvaituliui

ir Kito niekinimo strategijoms. Popkultūros erdvės prestižo skalėje socialinių mokslų profesorai atsiduria labai žemai, jų žinojimą gali kvestionuoti, paniekinti ir viešai išjuokti bet kas, nes popkultūros kuriamas homogeniškos bendruomenės vaizdiny ištrina simbolines hierarchijas tarp jos narių. Tačiau hierarchinis santykis nedingsta. Jis užmaskuotas ir marginalizuoja tuos, kurie atspiria popkultūros kerams, kritiškai žvelgia į ją ir analizuoja.

Įdomu tai, kad A. Tereškina laikau tuo sociologu, kuris bene dažniausiai iš visų kitų Lietuvos sociologų šmėžuoja viešojoje erdvėje (išimtis būtų Vladas Gaidys, nuolatinis priešrinkiminių apklausų komentatorius). Jis kviečiamas į įvairias laidas, dalina komentarus dienraščiams, jo esė publikuojamos populiarioje žiniasklaidoje, o 2010 m. trumpam buvo tapęs TV laidos „Idėjų metas“ vedėju. A. Tereškinas kalba populiariai ir, kaip pastebėjo viena *Vyrų pasaulio* recenzentė, „kuria Lietuvoje beveik neegzistuojančią sociologinio kalbėjimo ne sociologams, bet visuomenei nišą“.

Knyga *Popkultūra* irgi pritraukė populiariosios žiniasklaidos dėmesį, susižavėjusios, kad apie ją rašo mokslininkai ir kad sociologinis domėjimasis įrodo jos herojų svarbą Lietuvos gyvenime ir jos pastangų prasmingumą išviesinti įžymybių gyvenimo detales. Įvairiuose internetinės žiniasklaidos portaluose šmėžavo pranešimai, kad, štai, pagaliau pasirodė puiki knyga apie popkultūrą. Džiugu, ir tiek! Nesvarbu, kad šios knygos populiarios žiniasklaidos herojai nesupras. Geriausias nesupratimo pavyzdys buvo stilisto Manto Petruškevičiaus reakcija į tai, kad jis knygoje metaforiškai buvo prilygintas popdainininkui Eugenijui Ostapen-

ko bei *Fendi* firmos rankinei. Sureaguodamas į šį palyginimą tokiais žodžiais „O man jis (A. Tereškinas) atrodo nusigyvenęs. Jis – stoties turgaus pigi šlepetė. Aš jo nežinau, kas jis čia per sociologas?.. Man jo sociologija yra absoliučiai neįdomi. O jo nuomonė – juo labiau. Jis prasisiekėlis, pats norintis būti žvaigžde“ (www.alfa.lt), M. Petruškevičius lyg ir paliudiją *Popkultūroje* aptartą viešą paniekos kitiems dominavimą popkultūroje. M. Petruškevičius nesupranta, kad *Fendi* rankinė ir E. Ostapenkos skandalai bei daina apie dviratuką yra žymiai paveikesni kasdienių žmonių gyvenime ir nešą žymiai didesnę kultūrinės reikšmės krūvį, nei jo kuriamas stilius, nes puikiai dera su vėlyvojo kapitalizmo kultūros logika. Juodoji rinka klesti parduodama žinomo prekinio ženklo klastotes, o dainą apie dviratuką dainuoja beveik visi vestuvių muzikantai tiek Kaune, tiek Vilniuje, tiek Londone. Paradoksalu, juodosios rinkos nedevalvuoja prekinių ženklų, bet tik stiprina jų simbolinę galią, gyvastingumą ir patrauklumą.

Suvokiu, kad M. Petruškevičiaus žodžiai žeidžia. Jie yra skaudūs. Jie tik dar labiau didina egzistencinę kančią...

Tavoji ir manoji popkultūra

Kodėl A. Tereškina supanti popkultūra, kuri patenka į jo sociologinio domėjimosi akiratį, yra būtent tokia? Ar jo pasirinkti objektai – Editos Mildažytės *Bėdų turgus*, popgrupė *Olialia puppetės*, Agnė Jagilevičiūtė, dainininkė Džordana Butkutė, Vilniaus senamiestis, serialas *Moterys meluoja geriau*, dainininkas Minedas, politikas Petras Gražulis, stilistas Mantas Petruškevičius, Lana Del Ray ir daugelis kitų knygoje minimų

smulkių herojų bei dalykų – yra lietuviškos popkultūros šerdis?

Mano lietuviška popkultūra yra kiek kitokia. Tai užkimęs Marijono Mikutavičiaus balsas ir Andriaus Mamontovo akys; *Ruskoje radio* maršrutiniame taksi ir Leonido Donskio balsas Klaipėdos autobusų garsiakalbiuose „Paskutinė stotelė: Kapinių“; Dmitrijaus Nagijevo *Langai* ir *You Tube*; *Dviračio žinios*, *Nekenčiu reklamos* ir Oskaro Koršunovo teatras; anekdotai apie blondines ir gydytojus; *prostata-rock* (taip vienas draugas pavadino muzikines grupes, kurios, praėjus daugiau nei 20 metų nuo jų šlovės, eilinį kartą atvažiuoja į Lietuvą paskutiniam koncertui) kaip *Aerosmith*, *Suzi Quatro* ar *Scorpions*; Marijus Žiedas ir loto vedėja Angelė Kiliuvienė; Vilniaus knygų mugė ir Jūros šventė; priklijuojami spalvoti nagai ant prokurorių ir mokytojų rankų; Algis Ramanauskas-Greitas ir Virginijus Savukynas; *Duokim garo!*; Laisvės alėja Kaune ir Basanavičiaus gatvė Palangoje; *Adidas* sportiniais kostiumais apsirengę paaugliai; Artūro Valinsko šmaikštumas ir Ingos Valinskienės balsas; visada pašnekovus kaltinančios publicistinių laidų vedėjos; Olegas Gazmanovas ir Filipas Kirkorovas; *AirBaltic* ir *Ryanair* skyrdžiai; *Tūkstantmečio vaikai*; pirmosios Kristijono Donelaičio *Metų* eilutės; sutvarkyti turistiniai objektai ir šalia jų kabantis Europinės paramos ženklas; Beatos virtuvė ir Stašaitytės pusryčiai; Radži dainos apie vyrus; Alfredo Bumblausko Lietuvos istorija ir pagiežingi komentarai Delfi. Ir t. t. Ar tai reiškia, kad A. Tereškinas savo knygoje prie lietuviškos popkultūros net neprišliečia ir ji lieka nematoma?

Suprantama, aš ir A. Tereškinas skaitome skirtingas knygas, klausomės skirtingos mu-

zikos, žiūrime skirtingus filmus, erzinamės ir kenčiame dėl skirtingų dalykų. Nesvarbu, kad mes abu esame sociologai, vyrai, beveik bendraamžiai (esu jaunesnis 5 metais, bet tokia amžiuje šis skirtumas nieko nereiškia), abu gyvename Lietuvoje ir abu dirbame universitete. Mūsų popkultūros pasauliai tik dalinai susiliečia vienas su kitu, todėl, gali būti, mano žvilgsnis į sociologinius popkultūros tyrimus irgi yra kiek kitoks, nei A. Tereškino *Popkultūroje*. Man nesvetimos diskursyvių reikšmių paieškos ir artikuliacijos, tačiau domina šiek tiek kiti dalykai, peržengiantys asmeninio santykio su popkultūra papasakojimą.

Sociologinių popkultūros studijų požiūriu, knygoje galima pasigesti kelių svarbių dalykų. Pirma, nieko nekalbama apie tai, kaip tam tikri žinojimo, kūrybos, elgsenos ar mąstymo segmentai tampa sudėtine popkultūros dalimi; kaip popkultūros reikšmės organizuojamos, kuriamos ir reprodukuojamos ir kokios socialinės grupės jas įgalina; kas artikuliuoja popkultūros specifines reikšmes ir pasiūlo deramą jų perskaitymą auditorijai. Būtent popkultūros fermentacijos procesas ir kontekstas yra įdomūs sociologiniu požiūriu. Pavyzdžiui, man būtų žymiai įdomiau žinoti kaip kuriamas *Bėdų turgus*, kokius organizacinius modelius jie naudoja ieškant bėdžių ir geradarių, kaip skirtingos interesų pusės sugeba „tinkamai“ padalinti paramą, kaip šios laidos herojai žiūri į save pačius TV ekranuose, kaip jie papudruojami ir aprenjami laidai, kaip argumentuojamas tokios laidos buvimas ir pan. Kitaip sakant, norėtūsi pažinti tą socialinį procesą, kuris produkuoja ir ištransliuoja Kito kančią kaip kultūrinę prekę.

Antra, daugelis popkultūros tyrinėtojų domisi popkultūros vartotojų grupėmis ir auditorijomis, kokias kultūrinės reikšmes atskiros grupės subjektyviai suteikia popkultūros vaizdiniais ir garsams, kokius resursus iš popkultūros pasisavina savo kolektyvinės tapatybės kūrybos procesui, kokias skonio ar hierarchinės klasifikacijos schemas taiko popkultūros objektų diferenciacijai, kaip prišinasi popkultūros industrijos primetamoms reikšmėms ir kokias naujas reikšmes subjektyviai suteikia šiems objektams, kaip popkultūra atriboja ir integruoja atskiras socialines grupes į didesnius kolektyvinius darinius. Pavyzdžiui, ką reiškia *Bėdų turgus* rusakalbių bendruomenei ar mieste gyvenantiems biuro darbuotojams? Ką laidoje *Kakadu* mato intelektualai, o ką studentai? Kaip jie suvokia ir interpretuoja jiems siunčiamą žinią? Deja, skirtingų auditorijų, jose užgimstančių ir cirkuliuojančių popkultūros perskaitymo/įprasminimo/devalvavimo schemų A. Tereškino studijoje galima pasigesti. Absoliuti auditorija *Popkultūroje* yra pats autorius, išjautęs į savo santykio su popkultūra artikuliaciją. Būtų žymiai džiugiau, jei A. Tereškinas būtų labiau įsigilinęs į universiteto profesoriaus, kaip socialinės pozicijos, santykio su popkultūra problemą bei pakalbėjęs su kolegomis, pvz., Zenonu Norkumi apie pornoeleganciją, su Aušra Maslauskaite apie Džordanos Butkutės dainas ir nenusisėkusį moteriškumą, o su Romu Lazutka apie *Bėdų turgaus* vaidmenį socialinėje Lietuvos ekonomikoje.

Trečia, *Popkultūroje* visiškai užmirštas medijų bei technologinis pasaulis, kuris padeda kurti vaizdinius, garsus, juos reprodukuoti, dauginti ir taip struktūroja viešojoje erdvėje cirkuliuojančias popkultūros formas. Būtent

nuo technologijų priklauso, kiek įtikinama ir paveiki bus popkultūros akistata su auditorija. Nors nesu technologijų specialistas, bet smalsu sužinoti, kiek lietuvišką popkultūrą pakeitė *Facebook* ir *Youtube*, kiek jos kultūrinių reikšmių produkuojama būtent šiuose socialiniuose tinkluose? Kaip mūsų santykį su populiarios muzikos ar TV publicistikos laidomis pakeitė tiesioginiai skambučiai į eterį? Kaip šis interaktyvus technologinis auditorijos ir vartojamos popkultūros santykis keičia pačios popkultūros struktūrą, vaizdinius ir suvokinius?

Šios pastabos nėra priekaištas autoriui. Greičiau, tai yra tik šiek tiek kitoks, gal kiek ir senamadiškai tradiciškas, požiūris į sociologines popkultūros studijas ir jų problematiką.

* * *

Pabaigai trumpai reziumuojau: knyga yra gera, bet, sociologiniu požiūriu, ji nepralenkia ankstesnės A. Tereškino knygos *Vyrų pasaulis* (2011). *Popkultūra* įkvėpia kūrybiniam veiksmui, bet ne analitiniam. Gal dėl to ši recenzija ir tapo tokia, kokia ji yra.

Užbaigdamas ją autoetnografiniu stiliumi, turiu pasakyti, kad savo kompiuteryje išsaugojęs recenzijos tekstą būtinai pasiklausysiu muzikos. Tai tikrai nebus Lanos Del Ray melancholija, kuria prasideda *Popkultūra*. Lanos Del Ray dainos man nieko nesako apie tą kasdienį socialinį pasaulį, kuris supa mane, kuris leidžiasi būti pažinusi, bet kuris nepaliojama verčia ieškoti kolektyvines tapatybes aktyvuojančių ar įprasminančių kultūrinių reikšmių ir ženklų. Kitaip sakant, savo sociologiniuose pasvarstymuose nerandu vietos, kur Lanos Del Ray žodžiai skambėtų įtikinamai, prasmingai ar natūraliai.

Mano ausinių garsiakalbiuose traškės kitokie garsai – agresyvūs *Гражданская оборона* žodžiai. Kaip ir prieš gerus du dešimtmečius, jie kurstys aktyvų bei kritinį santykį su kasdiene aplinka bei vers nepasitikėti įtaigiomis socialinio pažinimo ir patirties įprasminimo schemomis:

*В ваших мозгах жиреет попс...
Какая попсня/Вырубите на хуй...*

Štai taip keistai, bet prasmingai skamba mano autobiografinė sociologija apie mano gyvenimą...

Liutauras Kraniauskas
Klaipėdos universiteto Sociologijos katedra
El. paštas: liutauras.kraniauskas@gmail.com

Apie autorius

Jolanta Aidukaitė	prof. dr., Sociologijos institutas, Lietuvos Socialinių tyrimų centras
Aelita Ambrulevičiūtė	dr., Vilniaus universitetas, Istorijos fakultetas, mokslininkė stažuotoja
Aurelijus Gieda	dr., lektorius, Vilniaus universiteto Istorijos fakulteto Istorijos teorijos ir kultūros istorijos katedra
Vincentas Giedraitis	dr., Vilniaus universiteto Ekonomikos fakulteto Teorinės ekonomikos katedros docentas
Iлона Česnienė	dr., Vilniaus universiteto Filosofijos fakulteto Bendrosios psichologijos katedros docentė
Aleksandras Dobryninas	prof. dr., Vilniaus universiteto Filosofijos fakulteto Sociologijos katedra
Margarita Dobrynina	dr., Teisės instituto l.e.p. direktorė
Liutauras Kraniauskas	dr., Klaipėdos universiteto Sociologijos katedros docentas
Remigijus Merkevičius	dr., Vilniaus universiteto Teisės fakulteto Baudžiamosios justicijos katedros docentas
Zenonas Norkus	prof. dr., Vilniaus universiteto Filosofijos fakulteto Sociologijos katedra
Arūnas Poviliūnas	dr., Vilniaus universiteto Filosofijos fakulteto Sociologijos katedros profesorius
Ainė Ramonaitė	prof. dr., Vilniaus universiteto TSPMI Politikos teorijos katedra
A. Salem	Birmingemo Miesto universiteto Socialinių mokslų mokyklos lektorius
Algimantas Valantiejus	prof. dr., Vilniaus universiteto Filosofijos fakulteto Sociologijos katedra; LTC Socialinių teorijų skyriaus vyriaus. mokslo darbuotojas
Vaidotas Valantiejus	Vilniaus universiteto TSPMI Politikos teorijos katedros doktorantas
Laura Varnauskaitė	Vilniaus universiteto Filosofijos fakulteto Sociologijos katedros doktorantė