

Vizualumo delyras: pasaulio įvykių dramaturgija ir stebėjimas

Odeta Žukauskienė

Lietuvos kultūros tyrimų institutas

Straipsnyje tyrinėjamos didėjančios vaizdų galios ir įtakos. Ginklu virtęs vizualumas gamina pseudorealybę, karo ir konfliktų reginius, manipuliuoja vaizdiniais ir matymo perspektyvomis. Todėl įvairūs vizualumo modusai tapo politinių, ideologinių kovų įrankiu ir terorizmo atspara. Teroristų grupuotės pasinaudoja masinėmis komunikacijos priemonėmis ir vaizdo technologijomis. Džihadistų teroro aktai įtraukia įvairias komunikacines medijas, vizualines taktikas, estetinius sprendimus. Palmyros miesto Sirijoje sugriovimas atskleidžia, kaip vizualumas tapo geopolitinių strategijų dalimi. Tačiau privalu tyrinėti ne tik intensyvią vaizdų gamybą, bet ir socialinę žiūrėjimo praktiką bei percepciją. *Charlie Hebdo* teroristinių aktų nušvietimas žiniasklaidoje ir visuomeninė recepcija byloja, kad būtina kritiškai analizuoti susiformavusias stebėjimo praktikas, vujaristinį žvilgsnį, naujų technologijų žadinamą vaizdų ir estetinių efektų alkį, pasyvų, cinišką, vartotojišką požiūrį.

Pagrindiniai žodžiai: vizualumas, vaizdas, galia, terorizmo estetika, karas, propaganda, matymas, percepcija

Masių judėjimas, taip pat ir karas, yra ypač palanki aparatūrai žmonių veiklos forma.

Walter Benjamin

Pasaulis dūsta nuo vaizdų, tačiau jų galios ir poreikis neslopsta. Iliustruojant pasaulio įvykius ir naujienas, susiformavo tam tikra vaizdų politika, retorika, taktika, kuri tapo neatsiejama ideologijų, karų, konfliktų dalimi. Šis vizualumo delyras, susijęs su žiniasklaidos dramaturgija ir naujomis vaizdo technologijomis, lemia visuomenės matymo ir pažinimo funkcijos sutrikimus, tikslingai brėžia žiūrėjimo horizontą, sukelia socialinės regos haliucinacijas. Tad šiame straipsnyje, remiantis amerikiečių vizualinės kultūros tyrinėtojo Nicolas Mirzoeffo metodologinėmis gairėmis, prancūzų filosofo Yves'o Michaud, žurnalisto, *Cahiers du Cinéma* redaktoriaus Jeano-Philippe'o Tessé ir kitų įžvalgomis, siekiama atskleisti, kad vizualumas tapo plėšrūnišku ginklu, kuris aktyviai dalyvauja geopolitinėse, ideologinėse kovose, karuose ir teroristinėse veiklose, tarnaudamas propagandai ir dezinformacijai. Skirtybes išryškinanti, jomis manipuliuojanti tarpinė optika formuoja ne tik kolektyvinės reprezentacijos lauką, Kito paveikslą, bet ir žiūrėjimo praktiką, socialinę percepciją.

Tarpinė optika

Vaizdingų naujienų, reginių ir įvaizdžių orkestruotės masinėse komunikacijos priemonėse yra svarbi tarptautinių santykių ir konfliktų sritis. Audiovizualinės medijos, transformuojančios įvykius į reginius, įtvirtina naujas geopolitinių veiksmų taktikas, kultūrinių santykių ir jų suvokimo modelius, skleidžia „vaizdais skaitomo pasaulio idėją (ideologiją)“ (Baudrillard 2010, p. 153), kuri ne padeda suprasti įvykius, kultūrines, socialines, istorines jų priežastis ir pasekmes, bet ir primeta tam tikrą ideologinę struktūrą, kuri fabrikuoja realybės efektus arba, kitaip sakant, kuria paralelinę realybę – neorealybę.

Pasak rašytojo Viktoro Pelevino, šiuolaikiniam žmogui uždėti akiniai „gimdo velniai žino kokius atspindžius: pasaulinius karus, finansines krizes, globalias katastrofas ir kitus atrakcionus“ (Pelevin 2012, p. 315). Ši tarpinė optika sukuria ir tai, ką žvilgsnis mato, ir tai, kas žiūri. Ir matymo būdą, ir patį subjektą. Viena vertus, šautuvais virtę vaizdo kameros ir skaitmeniniai aparatai gamina pseudoįvykio, pseudohistorijos, pseudokultūros pasaulį, kuris perima reklamos logiką, galinčią sukonstruoti įvykį, situaciją, aktualiją, tikslingai manipuliuoja vaizdiniais, padedant įgyvendinti taktinius sprendimus, formuoja žiūrintį subjektą ar visuomeninio žvilgsnio patirtį, kuri priklauso nuo šių tikrovę pakeičiančių okuliarų.

Vakarų žiniasklaida ir ypač televizijos medija, sukūrusi vizualinę metakalbą, iškėjo visagalybe ir vizualinio imperializmo galiomis. Vis dėlto pamažu vizualinė taktika tapo visuotine karų, terorizmo, propagandos, dezinformacijos dalimi. Politikos ir medijų sąveikos tyrinėtojas François-Bernard'as Huyghe pagrįstai teigia, kad tobulėjant šiuolaikiniams ginklams, tobulėjo ir vaizdo fiksavimo įranga. Todėl šiuolaikinės karo atakos prilygsta „performatyviui aktui“, kurį lydintis komunikacinis pranešimas ir vaizdinė medžiaga yra ne mažiau svarbi, nei realūs kariniai veiksmai. Be to, „kai visi suprato, kad svarbiau ne žudyti, o paskleisti žinią, kertiniu tapo tarptautinės nuomonės formavimas“ (Huyghe 2007, p. 4), įvykių medijavimas, jų vaizdinė režisūra. Įsižiebė kovos dėl vaizdų, matomumo, vaizdinės informacijos sklaidos, įtakos socialinei vaizduotei, įsivaizdavimo sričiai ir suvokimui.

Vizualinė taktika

Nusakydamas naują šiuolaikinių vizualinės kultūros tyrimų lauką Nicolas Mirzoeffas pasitelkė asmeninę įžvalgą. 1999 m. stebėdamas tiesioginį CNN reportažą apie NATO antskrydžius Serbijoje, jis pastebėjo, kad tarp dviejų televizijos transliuotojų įsižiebė kova: „Rodant Belgrade degančio pastato vaizdą, diktorius automatiškai skaitė oficialų pranešimą. Vaizdas su Serbijos televizijos logotipu reiškė, kad jis retransliuojamas. Tačiau netrukus siurreali transliacija buvo sutrikdyta. Serbijos televizijos atstovai

pastebėjo, kad CNN naudojami jų kanalai, tad sąmoningai įjungė Amerikos žinių kanalą su CNN logotipu. Siekdami CNN žiūrovams parodyti, kad stebi juos stebint. <...> Taip serbai įteisino savo vaizdą, pasinaudodami globalia televizijos stotimi. Suirzusio CNN diktorius balsas nutraukė šią transliaciją. Vis dėlto globali korporacija laikinai prarado logotipą, vadinas, ir vaizdo kontrolę. Žodžiu, vyko tikra kova ir dėl vaizdo, ir dėl teritorijos“ (Mirzoeff 2002, p. 3). Žaidimas logotipais atskleidė, kad vaizdai ne tik nušviečia įvykius, parodo, kas vyksta, bet jie tikslingai medijuoja tikrovę, siekiant tam tikro reprezentavimo ir formuojant tam tikrą matymo būdą. Todėl vaizdai ir įvairūs vizualumo pavidalai tapo naujos interesų kovos arena.

XX a. pabaigoje pradėjo intensyvėti žiniasklaidos, kitaip tariant, informaciniai karai, kuriuose vizualumas, t. y. galios ir vizualinės reprezentacijos sąryšis, atlieka pirmaeilį vaidmenį. Tai simboliškai iliustruoja minėti 1999 m. balandžio 21 d. NATO lėktuvų antskrydžiai, kai buvo nusitaikyta į Serbijos prezidento Slobodano Miloševićiaus dukrai Marijai Milošević priklausiusią televizijos stotį. Pasak Mirzoeffo, „žinodami, kad Vakarų medijos rodys apgriauto pastato vaizdus, serbų vyriausybės atstovai priešais statinį, kuriame glaudėsi keli televizijos kanalai, išklė plakata su anglišku užrašu. Jame buvo pavaizduotas kompiuteriu sugeneruotas liepsnų apimtas griūvantis Eifelio bokštas.

Toks sunaikinto globalaus turizmo simbolio vaizdinys jau buvo pasirodęs mokslinės fantastikos filme „Nepriklausomybės diena“ (*Independence Day*, 1996), tačiau pasitelktas „tikrovėje“ jis tapo savotišku ginklu, turėjusiu pasekmių abiem konfliktuojančioms pusėms. *France-Press* agentūra tada išplatino visame pasaulyje šį plakatą, kurio antraštė skelbė „Just Imagine! Stop The Bombs“. Darydama subtilią nuorodą į firminę *Nike* mantrą *Just Do It*“ (ten pat, p. 4).

Vizualinė taktika tapo vienu iš būdų kovoti prieš daugiau galių turintį varžovą tarptautinėje arenoje. Kitaip sakant, vizualumas tapo svarbia lošimo korta neturintiems prieigos prie griežtai kontroliuojamos komunikacijos. Mirzoeffas rašo: „2001 m. rugsėjo 11 dieną, kai užgrobti lėktuvai rėžėsi į Pasaulio prekybos centro bokštus, supratome, kokias dramatiškas pasekmes gali sukelti globalus vaizduotės militarizavimas. Tai buvo siaubingas momentas, kai nacionalinio simbolio destrukcija, įsivaizduota kine, panaudota kaip ginklas kovingos Serbijos vyriausybės, galiausiai virto tikrove“ (ten pat, p. 4). Tapo aišku, kad sukurti vaizdiniai ir neorealybės modeliai iš tikrųjų gali materializuotis tikrovėje. Ir tai padaryti gali nebūtinai tie, kurie kontroliuoja vizualinę komunikaciją ar turi daugiau galių.

Pasak Jeano Baudrillard'o, Persijos įlankos karas buvo didžiulis žiniasklaidos spektaklis (Baudrillard 1995). Rodant pro amerikiečių optinius taikiklius regimus vaizdus, demonstruojant sėkmingus oro antskrydžius, visą dėmesį sutelkiant į blogio demoną – Saddamą Husseiną, buvo sukurti įtaigūs vizualiniai pasakojimai. Kariaujama padedant žiniasklaidai, stiprinant vaizdų mediaciją. Vakarų žiniasklaidoje ištobulinta strateginė manipuliacija virto vaizdingais naikinimo, herojiškais grovimo ir

pergalės reginiais, pamažu keičiančiais karo sampratą, vis daugiau dėmesio skiriant vizualinei karo dramaturgijai, formuojant visuomenės žvilgsnio patirtį.

Tokia Vakaruose sukurta strategija perėmė oponuojančios jėgos. „Rugsėjo 11-ąją Vakarai patyrė, koks kraupus yra televizualaus karo poveikis. Reikia pripažinti, kad tada, kai milijonai žiūrovų per televiziją stebėjo Pasaulio prekybos centro griūtį, kai kurie iš jų, žinoma, Palestinos gyventojai, viešai džiūgavo ir išgyveno galybės jausmą, kurį taikliai nusakė Jonathanas J. Belleris. Tai jokiū būdu nereiškia, kad Jungtinės Valstijos „nusipelnė“ tos atakos ar kad ji pateisinama, tačiau įrodo, kad atakų inžinieriai pasisavino vakarietišką rūpestingai kontroliuojamo televizualaus karo sampratą, ją pasitelkdami savais tikslais. Paaiškėjo, kad kultūros globalizacija nėra tokia nuspėjama, kaip manyta, ir kur kas pavojingesnė“ (Mirzoeff 2002, p. 5). Daugybę kartų matyti vaizdai, kai Al-Qaeda teroristų užgrobtai lėktuvai rėžiasi į dangoraižius, galiausiai ši kraupų įvykių pavertė ne tokiu realiu, panašiu į reklaminį vaizdo įrašą. Nes baisumas „pakartotinai žiūrint susidėvi“ (Sontag 2000, p. 29). Tad šio siaubingo įvykio paradoksalumas tas, kad kamikadzės, sunaikinę Vakarų klestėjimo ir vartojimo ideologijos simbolį, pasinaudoję Vakarų techninėmis ir komunikacinėmis priemonėmis, įvykdė neregėto žiniasklaidos dėmesio sulaukusią ikonoklastinę ataką. Nuo tada tapo dėsninga, kad galios siekiančios ideologijos, kovotojų ar teroristų grupuotės pasinaudoja masinėmis komunikacijos priemonėmis ir ekranine vaizdo režisūra, t. y. kovoja Vakaruose vakariečių sukurtais ginklais.

Vaizdo kontrolė ir estetiškas terorizmas

Nesunku pastebėti, kad teroristai išnaudoja visus vizualinės komunikacijos aspektus: pasitelkia medijų priemones, kurstydami baimės atmosferą, darydami visuomenei psichologinį poveikį. „Viskas vyksta tarytum būtų sudaryta išankstinė sutartis: teroristai pateikia vaizdą, o žiniasklaida užtikrina jo poveikį. Galų gale, vaizdai visada pasiekia plačią auditoriją – juk ataka yra dramatiškas, netikėtas ir cikliška pasikartojantis įvykis *par excellence*. Teroristai laimi publikos dėmesį, nes išmano mūsų spektakliškos medijų sistemos logiką“ (Huyghe 2007, p. 6). Pasaulio dėmesį kaustantys džihadistų teroro aktai taip pat įtraukia įvairias komunikacines medijas, numatant jų poveikį. Televizijos medijų papildantis internetas išplečia simbolinių kovų registrus, vizualinės įtaigos, dezinformacijos ir propagandos plotmes.

Nors islamui būdingos griežtos ikonoklastinės nuostatos, tačiau radikalūs fundamentalistai, niekinantys ekspansyvią Vakarų kultūrą, islamišką tradiciją traktuoja selektyviai ir iškreiptai remiasi nuostata, kad vaizdavimas yra pateisinamas, jei jis yra edukacinės paskirties ir tarnauja Gėriui. Ben Ladenas ir kiti Al-Qaeda lyderiai, siekę stiprinti savo galias, prieš kameras skaitė televizinius pamokslus, transliuotus per Al-Jazira kanalą (savitai konkuruojantį su CNN). Džihadistų grupuotės platina jaunu-

lius verbuojančius patrauklius vaizdo klipus, rodomus per televiziją, įkeliamus į internetą. Vienuose grupuotės „Islamo valstybė“ vaizdo įrašuose užfiksuoti savižudybių aktai aiškinami kaip dvasinė misija, kituose rodomos kraupios vakariečių, kalinių, tariamų priešų egzekucijos,



ISIS Al-Hayat Media sukurtas vaizdo įrašas „Žudykite juos visur, kur tik rasite“, 2015

lydimos propagandinės didaktikos. Fundamentalistai platina Vakarų žiniasklaidoje ir internete cirkuliuojančius vaizdus, kuriuose rodomos musulmonų kančios (pvz., nuotraukas, kuriose atsispindi nežmoniškas amerikiečių karių elgesys su irakiečių belaisviais Abu Graibo kalėjime). Tokiais vaizdais kviečia islamistus burtis bendriems tikslams. Šią trikdančią vaizdinę medžiagą apibendrintai galima vadinti propaganda, kuri, be kita ko, pasiremia holivudinės produkcijos scenarijais, manipuliaciniu elgesiu komunikacijos vadyboje. Palestiniečių propagandinė medija vadinama Palivudu (palestiniečių Holivudu). Bet iš tikrųjų panašiai galima įvardyti ir kitų valstybių, žinoma, tarp jų ir Rusijos, bei teroristinių grupuočių vaizdinę propagandą. Taip pat dera pastebėti, kad formuojasi „meta-propaganda“, kai vieni kitiems žarsto kaltinimus sleidžiant dezinformaciją (ten pat, p. 9). Taip visur nusidriekia neperregimi propagandos, įtraukiančios medijas ir vaizdų industriją, tinklai.

Teroristinės organizacijos „Islamo valstybė“ kovotojai turi savo tinklavietes, forumus, kiberkavines. Džihadistams prijaučiantys asmenys internete platina vaizdo žaidimų estetiką įsisavinusius propagandinius vaizdo įrašus, kurie sėkmingai sklinda socialiuose tinkluose. Vaizdo įrašas „Žudykite juos visur, kur sutiksite“, 2016 m. sausio mėn. pradėjęs plisti socialiniuose tinkluose, yra vienas iš daugybės Daesh kovotojų inicijuotų videofilmų, kuriame panaudota profesionaliai sumontuota Vakarų medijose cirkuliuojanti vaizdo medžiaga, lydima naujais grasinimais surengti išpuolius Paryžiuje. ISIS Al-Hayat Media grupės sukurtame vaizdo filme rodoma, kaip 2015 m. lapkričio 13 d. Paryžiaus atakų vykdytojai šaltakraujiškai žudo ISIS kalinius, nupjaunant jiems galvas. Taip įrodant, kad pamišę kovotojai kruvinoms atakoms tikslingai ruošėsi Sirijoje ir Irake.

Šį įrašą peržiūrėjęs prancūzų filosofas Yves'as Michaud savo *Facebooko* paskyroje prisipažino, jog jį sukrėtė techninė vaizdo kokybė ir jo estetika. Jis rašė: „1) Kur Daesh nariai randa prodiuserių, režisierių, technikų? Saugumo tarnybos (tikriausiai) turėtų ieškoti šių resursų šaltinių. Ar tikrai visa tai sukuriama Irake ir Sirijoje? 2) Tarsi apsisėsti kartojame tuos pačius teiginius apie Džihadą, priemiesčius, visuomenės atstumtuosius ir pan., nenorėdami pripažinti, kad susiduriame su estetiniu terorizmu, kuri



Plakatas „Tiesiog teroras“, perpublikuotas prancūzų dienraštyje L'express 2016 01 21. Prieiga per internetą: http://www.lexpress.fr/actualite/societe/attentats-de-paris-ce-qui-se-cache-derriere-la-photo-de-famille-de-daech_1755523.html [žiūrėta 2017 08 03]

daugelis kitų mokslininkų, ignoruoja džihadistų propagandinius vaizdo įrašus, žvilgtelėdamas tik į žiniasklaidos cenzūruotus vaizdus – taip vengdamas vujarizmo klastos, situacijų stebėjimo priešininko žvilgsniu, smurtinių vaizdų skverbimosi į sąmonę ir įsivaizdavimų sritį. Vis dėlto jis pripažįsta, kad Vakarų Europos musulmonų radikalizacijos procesui stiprų poveikį darė būtent vaizdinė medžiaga, kurioje integruoti patrauklūs Holivudo filmų, vaizdo žaidimų ir populiariosios kultūros kodai. Kaip tik tai demonstruoja afiša „Tiesiog teroras“ („Just terror“), 2015 m. publikuota propagandiniame leidinyje *Dubiq* (2015, Nr. 12). Ji daro aliuziją į Holivudo filmų reklamą: devyni „Islamo valstybės“ kovotojai, įvykdę atakas Paryžiuje, pristatomi kaip kovinio filmo herojai (Gunthert 2016). Taip sukuriama patrauklių – stiprių, kovingų – herojų mitas.

Pasaulio paveldas vizualinės kovos lauke

Įvairios teroristinės grupuotės vaizdais skleidžia savo ideologiją, įtvirtina galią. Tačiau taip elgiasi ne tik teroristai, bet ir tironai, kiti geopolitiniai žaidėjai, kurie pasinaudoja simboliniais objektais kaip galios demonstravimo ženklais.

Kai radikalūs fundamentalistai 2014 m. birželio mėn. užėmė kultūros vertybėmis išsiskiriantį Irako miestą Mosulą ir sugriovė daugybę šventyklų, visą pasaulį apskriejo ir buvo labiausiai reprodukuoti vaizdai, kuriuose užfiksuoti šokiruojantys Mosulo muziejaus statulų ir akmens reljefų naikinimo aktai. Įkelti į internetą šie vaizdo įrašai atskleidė brutaliausią vandalizmą: kaip elektriniais grąžtais sunaikinamos Nergalo vartų asiriškos skulptūros, vaizduojančios sparnuotus jaučius su žmogaus galvomis (704–681 m. pr. Kr.), kaip kaitais skaldomos statulos ir kiti helenistinio paveldo relikvai. Netrukus pasaulį šokiravo ir palydovinėse nuotraukose užfiksuoti sugriautų Belo ir Balšamino šventyklų, kitų pasaulio paveldo statinių Palmyroje vaizdai. Jų rodymas įvairiuose televizijos kanaluose visose pasaulio kraštuose liudijo, kad tikrieji barbarų motyvai anaipol nėra religiniai. Griaudami neįkainojamą kultūros paveldą, jie įtvirtina savo pozicijas ir naudojami vaizdais kaip matomumo, galios demonstravimo priemonėmis.

formuoja profesionalai ir menininkai. Žinau (ne kartą apie tai rašiau), kad gyvename estetikos triumfo laikais, bet dabar iš tikro darosi baisu, kad esu visiškai teisu“ (Michaud 2016).

Tinklaraštyje „Socialiniai vaizdai“ (*Images sociales*) André Gunthert'is pabrėžė, kad jis, kaip ir

Rusijos padedama Sirijos armija, vadovaujama prezidento Basharo al-Assado, atsikovojo iš teroristų sugriautą Palmyrą. Vis dėlto ši pergalė ir Sirijos simbolio atgavimas taip pat tapo galios demonstravimo spektakliu. Ir Al-Assadas, be kovos atidavęs miestą teroristams, ir jį padėjęs atsikrovoti Vladimiras Putinas, viešai džiaugėsi, kad Daesh teroristai daugiau nebenaikins unikalaus UNESCO paveldo. Taip gerindami asmeninį įvaizdį, jie siekia savų geopolitinių tikslų.

Į skaudų kultūros paveldo Sirijoje niokojimą verta pažvelgti atidžiau. Juolab kad neseniai pasirodžiusi žymaus prancūzų istoriko, *Collège de France* garbės profesoriaus Paulio Veyne'o knyga *Palmyre, l'irremplaçable trésor* („Palmyra, nepakeičiamas lobis“, 2015) yra įstabi intelektualinė epitafija, atskleidžianti bendražmogiškas vertybes, kurias nustelbia vizualumu pridengtos ideologinės kovos, persikėlusios į medijų spektaklį. Knygą dedikavęs teroristų nužudytam sirų archeologui Khaledui al-Assadui, Veyne'as pabrėžia, kad griaudami antikinį paveldą Artimuosiuose Rytuose, islamistai kerta bendrakultūrinės šaknis ir naikina šio krašto tapatybės sanklodas. Tačiau ir globalaus pasaulio medijos nutyli, kad Palmyra, arba Tadmoras (arab.), kadaise buvo rytietiškas ir daugiakultūris Romos imperijos miestas. Dauguma šios Sirijos provincijos gyventojų kalbėjo aramėjų (net ir po arabų užkariavimo), kiti – graikų, lotynų, arabų kalbomis. Tai buvo civilizacijų sandūros, kultūrinių mainų vieta, tolimiausių Rytų ir Vakarų kelių sankryža, karavanų prekybos centras. Kaip tik tai lėmė Palmyros klestėjimą ir jos savitumą, kurį liudijo išpūdingos šventyklos, didingos arkados ir kolonados. Greta Pompėjos ir Efeso, Palmyra – vienas gražiausių antikinių miestų, kurį III a., beje, valdė laisva ir ambicinga moteris – karalienė Zenobija, dar vadinama Mesopotamijos Kleopatra. „Dykumų Venecija“ – Palmyros miestas, išsaugojęs graikų, romėnų, persų palikimą, neprarando tapatybės, išskirtinumo, laisvės, maištingos dvasios. Tai vienas savičiausių helenizmo židinių, kuris „įsisavino kitą kultūrą ne kaip kažką svetimo, o kaip naują gyvenimo būdą, nesuteikdamas jokių privilegijų svetimtaučiai, užkariautojui. Helenizacija buvo suvokiama kaip būdas išlikti savimi ir tapti savimi, t. y. modernizuotis“ (Veyne 2015, p. 60).

Žinoma, į Palmyrą islamistai nusitakė ir todėl, kad tai Vakarų archeologų, mokslininkų, intelektualų, taip pat keliautojų ir turistų garbinamas miestas. Taip norėdami parodyti, kad musulmonų kultūra turi kitokias ištakas ir neturi sąlyčio taškų su vakarietiška tradicija. Įtvirtindami selektyviai sukonstruotą tapatybę, kuri neturi jokių saitų su likusiu pasauliu, o ypač su ekspansyvia Vakarų kultūra. Panašiai kaip Pakistane kilęs Talibano judėjimas, kuris 2001 m. sunaikino didžiules VI a. Bamijano Budas Afganistane, sukurtas iki islamo įsigalėjimo, teroristinė grupuotė „Islamo valstybė“, kovojanti prieš Vakarų kultūrinį imperializmą, pražudė Palmyros, Apamėjos ir kitus istorinius Sirijos lobius, neigdami bendras šaknis.

Šie dramatiški įvykiai slepia ir tamsųjį, veidmainišką šiuolaikinės Vakarų civilizacijos veidą, politinius žaidimus ir merkantilizmą. Minimame kontekste dera paminėti tik tai, kad pastaraisiais metais padaugėjo Irako ir Sirijos muziejų plėšimų,

masinės pogrindinės prekybos antikvariniais daiktais ir monetomis, kurių pagrindiniai užsakovai ir prekeiviai Vakaruose remia vandalus ginklais, reikalaudami naujų archeologinių radinių (Galic 2015). Kita vertus, paveldo naikinimas ir grobstymas yra tik viena barbariškos istorijos dalis. Medijų spektaklis, vaizdinė propaganda – tik viena jo pusė.

Žiūrėjimo praktika

Vaizdų medžiojimo ir žiūrėjimo manija yra skaudi globalios vizualinės kultūros ryškė. Pragaištingus tokios manijos padarinius atskleidžia žudynių Paryžiuje – *Charlie Hebdo* laikraštyje – nušvietimas žiniasklaidoje, įvykių stebėjimas, visuomeninė receptija. Beje, šis radikalių fundamentalistų išpuolis – taip pat intensyvėjančio vaizdų karo dalis. Juk buvo užpulti *Charlie Hebdo* redaktoriai, raginę į islamo radikalų propagandą Vakaruose žvelgti atsakingiau ir šiuo tikslu publikavę Pranašo karikatūrą.

Vis dėlto svarbu analizuoti ir tai, kaip vykstančius procesus stebime mes patys. Kai 2015 m. sausio 7 d. rytą žiniasklaida paskelbė apie žudynes Paryžiuje, po pietų į internetą jau buvo įkelti šio išpuolio vaizdo įrašai, kuriuos atsitiktinai užfiksavo naktį Paryžiaus gatvėmis ėję praeiviai. Rodos, žudikai žino, kad visur ir visada atsiranda, kas fotografuoja ar filmuoja ir net įamžina kraupiausias scenas, kaip tai daroma karo reportažuose su GoPro kamera (Tessé 2015, p. 8). Dauguma fotografuoja ir filmuoja pernelyg nesusimąstydami, nes tai tapo refleksu. Ir ši internetą užtvindanti vaizdo medžiaga internautams padeda surinkti daugiau „patinka“ paspaudimų, o žiniasklaidai pritraukti žiūrovų dėmesį. Atsidūrusi islamistų rankose, ji tampa kitų propagandinių pasakojimų iliustracine medžiaga, kuri kaupiama internete.

Vienas Paryžiuje įvykdyto teroro akto liudininkų į *Facebooką* įkėlė vaizdo įrašą, kuriame užfiksuota, kaip islamistai šaltakraujiškai nužudo policininką. Tai vienas šiurpiausių su *Charlie Hebdo* išpuoliais susijusių vaizdo įrašų, vėliau paviešintų žiniasklaidos ir sukėlusių aršias diskusijas Prancūzijoje apie vaizdų platinimo ir žiūrėjimo etiką, paskatas dalintis šia šokiruojančia medžiaga socialiniuose tinkluose. Nepaisant to, Prancūzijos pareigūnas taip pat slapta nufilmavo ir paviešino, kaip buvo nušautas vienas džihadistų. Šį vaizdą išplatino įvairios medijos. Ir kaip paprastai, šiais vaizdais pasinaudojo mirtį šlovinantys „Islamo valstybės“ propagandistai.

Beje, britų žurnale *Stylist* dirbantis grafikas Joachimas Roncinas, sukūręs užrašą „Je suis Charlie“, kuris nepaprastai greitai išplito socialiniuose tinkluose, taip pat tai padarė tikslingai ir surinko galybę „patinka“ paspaudimų. Pasak žurnalisto, *Cahiers du Cinéma* redaktoriaus Jeano-Philippe'o Tessé, dera atkreipti dėmesį į įvardį *aš*, kuris pakeitė *mes*, dažnai skambėjusį po Rugsėjo 11-osios įvykių. „Kas tas *aš*? Kas tas *Charlie*? Ką tai reiškia? Juk tas *aš* – suluošintas individas, kuris siekia saviraiškos, savireklamos. *Aš* – tai socialinių tinklų dalyvis, kuris į *Facebooką* nesusimąstydamas

kelia ir nužudyto žmogaus, ir katinėlio vaizdus, kuris savo profilyje paskelbia užrašą „Aš esu Charlie“ ir skaičiuoja *like'us*“ (ten pat, p. 9). Tai savireklamos, visuomenės pripažinimo ir populiarumo siekiantis aš. Tad ironiška, kad šis užrašas tapo tam tikro solidarumo ženklu.

J.-P. Tessé taip pat pastebi, kad ne mažiau keistą kinematografinę dramaturgią tomis dienomis kūrė žiniasklaida, dramatiški įvykiai buvo pripildyti ir dirbtinės emocinės įtampos, būdingos detektyviniams serialams. Po įkaitų laisvinimo reportažų košerinėje parduotuvėje Paryžiuje (2015 m. sausio 9 d.), pagrindiniai Prancūzijos televizijos kanalai skaičiavo žiūrimumo reitingus. Atidžiai sekę įvykių eigą, *France 2* televizijos žurnalistai ragino žiūrovus neatsitraukti ir visą laiką stebėti dramą. Kalbino įkaitų artimuosius, kūrė melodramines istorijas, didesnę dėmesį skirdami nusikaltėliams, o ne nukentėjusiems. Kai kuriuos įvykius buvo mėginama „nuspėti“: operatoriui filmuojant galimų išpuolių zonoje ir laukiant susišaudymo, to paties kanalo žurnalistė skaitė iš anksto pasiruoštą dramatišką scenarijų, nors ten taip niekas ir neįvyko (tarsi nepateisinant sensacijos lūkesčių).

Pirmąją teroristinių išpuolių dramą Paryžiuje, surengtą grupuotės „Islamo valstybė“, vainikavo milijoninė žmonių eiseną, nusidriekusi Paryžiaus gatvėmis. Tačiau simptomiška, kad šioje solidarumo eisenoje pirmose gretose ėjo „visi pasaulio demokratai ir laisvės gynėjai (tuo metu, kai juokaujant galima sakyti, kad Kim Jongunas sirgo, o Bacharas al-Assadas plaukiojo baseine). Argi nenuostabu, kad tarp jų: Saudo Arabijos, Rusijos, Alžyro, Egipto, Jungtinių Arabų Emyratų užsienio reikalų ministrai, Viktoras Orbanas, Ali-Omaras Bongo, Izraelio ministras, prisipažinęs anksčiau „nušovęs nemažai arabų“, Turkijos ministras pirmininkas... Visi atvyko išreikšti pagarbą žodžio laisvei“ (ten pat, p. 12). Tai ideali proga pasireklamuoti politikams, ypač tokiems kaip Nicolas Sarkozy, įsiamžinant vienas kito glėbyje... Todėl nereikėtų stebėtis, kad užbaigiant šios eisenos tiesioginę transliaciją, operatoriaus kamera parodė šunelį, TF1 kanalo (*Le JT* laidos metu) žurnalistei tariant: „Jis taip pat yra Charlie“.

Ši intriguojanti vaizdinė dramaturgija parodė, kad Vakarų visuomenėje susiformavusios stebėjimo praktikos, medijų skatinamas vujaristinis žvilgsnis, naujų technologijų žadinamas vaizdų alkis, nuošalus, abejingas, ciniškas stebėjimas taip pat turi būti kritiškai vertinamas. Kaip padaryti didesnę įspūdį žiūrovui, sudominti jį net ir pragaištingiausiais reiškiniais, nelaimėmis, baisybėmis, įvilktomis į efektingos, patrauklios estetikos drabužį – tokia yra šiuolaikinės žiniasklaidos strategija, persikėlusius į skaitmeninę erdvę ir dalijimosi vaizdais „kultūrą“. Šiame kontekste skamba pranašiška Walterio Benjamino žodžiai apie pastangas viską estetizuoti, net ir karą: „Žmonija, Homero laikais buvusi Olimpo dievų stebėjimo objektas, dabar stebi pati save. Jos susvetimėjimas pasiekė tokį laipsnį, kad ji gali išgyventi savo pačios sunaikinimą kaip aukščiausios rūšies estetinį malonumą“ (Benjamin 2005, p. 243).

Socialinė recepcija

Gyvename komunikacijos ir reklamos amžiuje, todėl puikiai suvokiame, kad visi regionai yra sukurti, kitaip sakant, pagaminti. Nepaisant to, dažnai esame linkę tikėti medijų vaizdais ir juos lydinčiais pranešimais. Viena vertus, šiuolaikinės medijos sukūrė paveikų įtikinimo režimą. Kita vertus, neturime laiko kritiškai analizuoti begalinio vaizdų ir visokiausių paveikslėlių srauto. Be to, įpratome tikėti fotografijos ir vaizdo kameros objektyvumu, indeksine prigimtimi, todėl dažniausiai pasitikime „objektyvu“. Ir neretai pamirštame, kad medijų vaizdai ir jų sklaida yra priklausoma nuo finansinių resursų, konkretaus regiono pažinimo, galimybių dalyvauti įvykių sukuryje, cenzūros formų, įkontekstinimo efektų ir siekių.

Vis dėlto svarbu analizuoti ne tik į vaizdų produkciją, bet ir matymo būdus, socialinę percepciją. Iš dalies vaizdų vartojimą skatina vizualinė logika: banalių reginių, disponuojančių vaizdų koliažai tarytum savaime suponuoja neatidų žvilgsnį, kuri suaktyvinti reikia efektingų, šokiruojančių, stebinančių impulsų: „Į besikeičiančių vaizdų srautą žiūrime neatidžiai, laukiant šoko arba disonanso, kuris pritrauktų išblaškytą dėmesį“ (Michaud 2002, p. 122). Žvilgsnis prabėga be konteksto pateiktais, padrikais vaizdų kratiniais, stabtelėdamas prie emociškai paveikesnių. Todėl svarbesnis tampa ne vizualinės informacijos turinys, o informacijos vaizdo sukeltas įspūdis, emocijos intensyvumas. Pasak Michaud, „kiekvieno iš mūsų, neišskiriant intelektualų ir filosofų, recepcija keistai suplaka didelį emocingumą, iš banalumo ir begalinio kartojimo išplaukiantį nejautrumą ir iš efektų pertekliaus kylantį nedėmesingumą. Beje, dėl nuolat stiprinamų dirgiklių poveikio silpsta atmintis, blokuojamas kritinis vertinimas, priverčiant apskritai suabejoti galimybe kritiškai mąstyti. Semiotikos laikais vaizdai buvo skaitomi. Vaizdų tvanas šią veiklą neutralizavo ir įveikė: kai jų tiek daug, nėra laiko skaityti, belieka tik greitai matyti“ (ten pat, p. 123), t. y. vartoti vaizdus vis didesniu greičiu.

Ne tik socialinė realybė, bet ir pasaulio įvykių, kitų tradicijų ir kultūrų suvokimas sąlygojamas atsitiktinės, sukurtos, efektais prisodrintos vaizdinės medžiagos, kurioje vis mažiau lieka tikro pažinimo ir vis daugiau paviršutiniškumo, tikslingo vaizdingumo, manipuliacijos ir reklamos. Visa tai formuoja visuomenės įsivaizdavimus ir įsitikinimus, kuriais nesunku manipuliuoti. Pastaruoju metu išskirtinis dėmesys skiriamas technologijoms, tarp jų vizualinėms, taip pat ir tiksliesiems mokslams, kuriantiems kritinio mąstymo ir humanitarinės kultūros stokojančią visuomenę, vis labiau valdomą vizualinių impulsų. Nepakankamai dėmesio skiriama vizualinio raštingumo ugdymui. Todėl daugybė vizualinės kultūros strategijų tampa nekvestionuojamomis normomis.

Vienas pražūtingų dabarties vizualinio režimo bruožų – vienoje plotmėje miksuoti pačius skirtingiausias dalykus: sudužusios meilės istorijas, politikų tuščiažodžiavimą, informaciją apie karus, išpuolius ir nelaimes, mados, kultūros ir sporto naujienas,

pateikiant viename, viską niveliuojančiame informaciniame sraute. Todėl nenuostabu, kad YouTube tinklalapyje radikalių fundamentalistų propagandinis filmas atsiduria greta kokio nors muzikinio vaizdo klipo, banalaus jaunimo pasimaivymo ar Nobelio premijos laureato paskaitos. Viskas suniveliuojama, įtvirtinant žvilgsnio turizmą, kuris ieško greito maisto, nes nėra laiko ką nors rimto skaityti ar žiūrėti. Iš čia išplaukia didėjantis cinizmas, vertybių krizė, negebėjimas vertinti reiškinius, įvykius, pažvelgiant į juos plačiau ir giliau.

Netoleruoti reginiai ir estetizmo kritika

Stop the show! („Sustabdykite spektaklį“) – taip vadinasi vienas Damaske įsteigtos „Abu-nadara“ (išvertus iš arabų k. „Žmogus su akiniais“) kino studijos dokumentinis filmas, 2013 m. įkeltas į internetą, kai po Sirijos prezidento Basharo Al-Assado įvykdytos nuodingų dujų atakos Šiaurės vakarinėje Alepo provincijoje Vakarų žiniasklaida mirgėjo šokiruojančiais vaizdais. Šioje studijoje susibūrusių anoniminių kinematografų veikla nukreipta būtent už aktualių politinių ir socialinių klausimų dokumentiką ir prieš hipervizualumą, kurį skleidžia televizijos naujienų kanalai ir internetinė žiniasklaida, sutelkianti dėmesį arba į ypač brutalius vaizdus, arba į Europą plūstančius pabėgėlius. Kurdami trumpo metražo filmus apie brutalų pilietinį karą Sirijoje ir sudėtingą situaciją regione, kūrėjai subtiliai dekonstruoja vizualumo režimą ir kuria dokumentiką, atspindinčią platesnį padėties Sirijoje paveikslą, vietos žmonių patirtis, esamos padėties prieštarumą, tragiškumą, nefokusuodami kameros į mirusius kūnus ir išsaugodami žmogaus orumą. Vienas šios grupės atstovų Charifas Kiwanas, dabar gyvenantis Paryžiuje, sako: „Mes nepaklūstame žiniasklaidos prievartai. Jus tai stebina, nes įpratote matyti sirus, kurie visada, pabrėžiu, visada, apibūdinami kaip musulmonai, kariaujantys prieš krikščionis, kaip sunitai, kovojantys prieš alavitus. Mūsų filmuose matote žmones kaip žmogiškas būtybes, kuriuos mes išklausome, pažvelgdami jiems į akis ir leidžiame žiūrovui pačiam susidaryti nuomonę“ (*Films about Syriant Civil War From Online To New York Gallery* 2015). Taip stiprindami moralines pozicijas, kurias slopina „intensyvus vujarizmas“.

Pasak prancūzų istorikės Sylvie Lindeperg, tyrinėjusios Antrojo pasaulinio karo metais sukurtus filmus (vadinamąjį filmų karą), tiek studijuojant istorinę dokumentiką, tiek dabarties vizualinę kultūrą svarbu gilintis į tai, kas yra anapus vaizdo – dramatinės situacijos priežastis, raidą, ir į tai, kas vaizdus sukūrė, kokiomis aplinkybėmis, priemonėmis, ko siekė, kas užsakė ir skleidė (Lindeperg 2013). Vaizdų kelias į mūsų žiūros lauką yra tikslingas. Todėl verta tyrinėti ne tik naujus vaizdo hibridizacijos mechanizmus, vizualinius protezus, pro kuriuos matome ir vertiname įvykius. Verta analizuoti, kokie šiandienos medijose viešpataujančių apokaliptinių vaizdų siekiai ir tikslai, kaip formuojamas mūsų matymas ir įsitikinimai. Šiuos klausimus primena ir

iškilūs Vakarų kinematografai (Jeanas-Lucas Godard'as, Harunas Farocki ir kt.), savo kūryboje atskleidę mūsų vizualinės kultūros prieštaras, pavojingas fikcijos ir dokumentikos žanrų jungtis. Juk iš tikrųjų gausybė vaizdinės informacijos apie istorinius ir dabarties įvykius dažniausiai mums nieko nepasako apie juos iš esmės. Todėl teoretikų, kritikų ir kūrėjų užduotis – parodyti tai, ko paprastai nematome, į ką tikslingai kreipiamas mūsų žvilgsnis, kokie efektai sustiprinami, kaip galima kitaip pamatyti, suvokti pasaulio įvykius ir reiškinius. Vaizdinės technikos tobulėjimas (nauja tikrovės optika) savaime negarantuoja artėjimo prie tikrovės ir tiesos.

Ir pagaliau dera atkreipti dėmesį į tai, kad estetizuojanti tendencija, kuri smelkiasi į visus gyvenimo reiškinius (neišskiriant karo, smurtinių įvykių, nelaimių), ugdo reginių vartotojo sąmonę ir estetinį atsiribojimą. Bet koks, net ir teroristinio akto ar socialinio protesto, reginys yra tarytum žiūrovui siūloma prekė, paklūstanti rinkos dėsniams (Rancière 2008, p. 34–39). Tad kaip ir bet koki kitą produktą, reginius, kuriuos gamina ir skleidžia vaizdų industrijos, mes vartojame. Įsitvirtinęs estetinis režimas įpavidalina ne tik politiką, bet ir geopolitiką, provokuoja estetinę stebimų reginių patirtį, leidžia per nuotolį stebėti kitų skausmą, sukuria garbinamus herojus ir pažemintas aukas, sustiprina stereotipinius vaizdinius ir skirtybes. Visiems, net ir tragiškiems pasaulio įvykiams suteikiant estetinio emocingumo, efektyvumo, dekoratyvumo, provokuojant momentinę empatiją ir nekritinį požiūrį. Kaip tik čia slypi didžiausias tikslingo vizualumo pavojus, turintis etinių pasekmių tiek politikoje, tiek socialiniame gyvenime, tiek kultūroje ir mene.

Išvados

Paulas Virilio taikliai pastebėjo, kad optinė sinematika atveria globalaus pasaulio perspektyvą, suskliaudžiant geofizinę erdvę į mikro pasaulį (Virilio 2000, p. 41). Taip įvairios pasaulio naujienos paverčiamos optine iliuzija, kuri kaip ir kinas, pavidalina žiūrovą į vizualinę atmosferą. Perimdami tokią strategiją, Lietuvos televizijos kanalai realybę taip pat neretai redukuoja į mini serialus. Kaip vienas labiausiai gluminančių atvejų paminėtina Drąsiaus Kedžio istorija, kurios neįprastas peripetijas transliuotojai perteikė kaip sinematinius fragmentus, kurie sulaukė kur kas didesnio visuomenės dėmesio nei vėliau sukurtas serialas „Drąsos kaina“, neoficialiai vadintas „Kedžio serialu“.

Visa geofizinė erdvė yra tarsi pilotuojama globalaus vizualumo strategų, kurie sujungia įvairius įvykius į sinematinius pasakojimus, optiškai išdidindamas tam tikrus fragmentus. Pastaruoju metu pasaulio dėmesys sutelkiamas į teroristinius išpuolius ar kraupias žudynes taip pat primena filmus apie serialinius žudikus. Tad sinematine optika tapo ne tik socialinio gyvenimo, bet ir globalaus pasaulio šerdimi. Todėl privalu analizuoti vaizdo politiką ir vaizdų karą, plėtoti vizualinės kultūros kritiką,

vizualumo edukaciją, atskleidžiant, kaip vaizdai dalyvauja politinėse ir ideologinėse kovose, kaip formuoja visuomenės matymą, suvokimo būdą, jauseną. Straipsnyje aptarti pavyzdžiai atskleidžia, kad svarbu kritiškai vertinti tiek įsitvirtinusių reginių dramaturgiją, tiek vaizdų vartojimo ir medžiojimo praktikas. Šie neatskiriami šiuolaikinės vizualinės kultūros sandai lemia nerefleksyvios žiūros įsigalėjimą, emocinį ir estetinį reiškinių – net karo, grėsmingų kovų ir žiaurių įvykių – vertinimą. Visų dalykų estetinio, niveliacijos tendencijos ir nekritiškas pasaulio įvykių stebėjimas – dėsningas savo įtaką plečiančio vizualumo padarinys.

Literatūra

- Baudrillard, Jean. 1995. *The Gulf War Did Not Take Place*. Indiana University Press.
- Baudrillard, Jean. 2010. *Vartotojų visuomenė: mitai ir struktūros*. Iš prancūzų kalbos vertė Neriniga Abrutyte. Kaunas: Kitos knygos.
- Benjamin, Walter. 2005. *Nušvitimai*. Iš vokiečių kalbos vertė Laurynas Katkus. Vilnius: Vaga.
- Huyghe, François-Bernard. 2007. Message et terreur, acteurs et vecteurs *Sécurité globale*, Nr. 1, p. 1–12.
- Lindeperg, Sylvie. 2013. *La voie des images: Quatre histoires de tournage au printemps-été 1944*, Lagrasse: Verdier.
- Michaud, Yves. 2002. Critiques de la crédulité. In: *Études photographiques*, Nr. 12, p. 110–125.
- Mirzoeff, Nicolas. 2002. The Subject of Visual Culture. In: *The Visual Culture Reader*. Second Edition. Ed. by Nicholas Mirzoeff. London, New York: Routledge, p. 3–24.
- Pelevin, Viktor. 2012. *T*. Iš rusų kalbos vertė Irena Potašenko. Vilnius: Metodika.
- Sontag, Susan. 2000. *Apie fotografiją*. Iš anglų kalbos vertė Laurynas Katkus. Vilnius: Baltos lankos.
- Rancière, Jacques. 2008. *Le spectateur émancipé*. Paris: La fabrique.
- Tessé, Jean-Philippe. 2015. Quelles images les médias ont-ils relayées des événements? Cinq jours en France (choses vues et entendues). In: *Cahiers du Cinéma*, 2015, février, Nr. 708, p. 8–12.
- Veyne, Paul. 2015. *Palmyre, l'irremplaçable trésor*. Paris: Albin Michel.
- Virilio, Paul. 2000. A Landscape of Events, trans. Julie Rose. Cambridge, Massachusetts, London: The MIT Press.

Skaitmeniniai šaltiniai

- Films About Syrian Civil War Move From Online To New York Gallery*, 2015 Prieiga per internetą: <http://www.npr.org/2015/10/31/453509935/films-about-syrian-civil-war-move-from-online-to-new-york-gallery> [žiūrėta 2016 04 26].
- Galic, Camille, „Palmyre, l'irremplaçable trésor“ de Paul Veyne, *Polémia*, 28 Décembre 2015. Prieiga per internetą: <http://www.polemia.com/palmyre-lirremplacable-tresor-de-paul-veyne/> [žiūrėta 2016 04 08].
- Gunthert, André. 2016. „Ne pas voir le jihadisme“ tinklaraštyje *L'image sociale*. Prieiga per internetą: <http://imagesociale.fr/2731> [žiūrėta 2016 04 05].
- Michaud, Yves 2016. Facebook paskyra: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=215907985416166&id=100009908971716&pnref=story [žiūrėta 2016 04 29].

Visual Delirium: Dramaturgy and Vision of World Accidents

Summary

Keywords: visibility, image, power, the aesthetics of terrorism, war, propaganda, vision, perception

The article explores the increasing power and influence of images. Turned into a weapon, visibility produces pseudo reality, the visions of war and conflicts, manipulates images and visual perspectives. Therefore, the various modus of visibility became a tool for political, ideological battles and terrorism. The groups of terrorist exploit the mass communication media and image technologies. Jihadist's acts also include a variety of communication media, visual tactics, and aesthetic means. The mediated images of the destruction of Palmyra and other dramatic examples reveal that visibility became the part of geopolitical strategy. However, it is important to analyse not only the intensive production of the images of accidents, but also a social viewing practices and perception. The media coverage and public reception of terrorist act in the *Charlie Hebdo* show that it is necessary to reflect critically on the viewing practices, voyeuristic gaze, desire of images and aesthetic effects stimulated by new technologies, as well as passive, cynical, consumerist attitude gaining ground in contemporary society.