

KĘSTUTIS ŠAPOKA

Vilniaus dailės akademija



JAUSMŲ MODELIAVIMAS, AŠ REPREZENTACIJOS ŠIUOLAIKINIAME VAIZDUOJAMAJAME MENE: SOCIALINĖS PSICHOLOGIJOS ASPEKTAS

The Modelling of Feelings, the Representations of *I* in
Contemporary Fine Art: The Socio-Psychological Aspects

SUMMARY

This article deals with self-representation in contemporary culture and visual arts in the sense of social psychology. The expression of emotion is typically managed according to “feeling rules”. In fact, we tend to manage our feelings as they become manifest. In managing feeling, we contribute to the creation of it. The feelings are related with the processes of imagination. New ways of artistic imagination and creation originate. What is new in our time is an increasingly prevalent instrumental stance towards our native capacity to play, wittingly and actively, upon a range of feelings for private purpose and the way in which that stance is engineered and administered by large organisations. Impersonal relations are to be seen as if they were personal. Relations based on getting and giving money are to be seen as if they were relations free of money.

If I am doing deep acting for an audience from whom I am disconnected, how can I maintain my self-esteem without becoming cynical? It can specify such psychosocial self of artists and contemporary visual strategies as “transmutable emotional system” or “rubber self”.

Tradicinių visuomenių kultūrose viešpatavo istoriškai konkretūs „prigimtiniai“ moralės predikatai, sakykim, *Dekalogas*, griežtai ir aiškiai koordinuojan-

tis impulsyvius visuomenės nario troškimus, apibrėžiantis individo *ego* santykį pastarųjų atžvilgiu ir koordinuojantis *savastį* ar *tapatumą* kaip aiškiai suvokiamą,

RAKTAŽODŽIAI: socialinė psichologija, psichopatologija, tapatumas, jausmų modeliavimas, vaizduotė, vaizdiniai.
KEY WORDS: social psychology, psychopathology, identity, engineering of feeling, imagination, images.

hierarchizuotą psychosocialinę visumą. O šiulaikinėse Vakarų visuomenėse išigali *instrumentinė nuostata* natūralių, spontaniškų ar išoriškų gebėjimų ir reakcijų atžvilgiu. Tokia nuostata generuoja *komerciškai* socialinių taisyklių reguliuojamus jausenos būdus.

Socialinė arba abstrakčių institucijų sistemų *tikrovė* dabartinėje kultūroje ir mene iš esmės keičia ne tik (ar net ne tiek) kiekvieno subjekto mąstyseną, bet ima formuoti ją modifikuodama jausenos būdus – iš pagrindų konceptualiai keisdama subjektyvių psichologinių nuostatų ir *intencijų* pobūdį. Todėl da-

Akivaizdu, kad mus šiuo aspektu labiausiai dominantis individo *aš* – tai pirmiausia *daugybės projekcinių susikirtimų vieta, kurioje susiduria tai, kas yra subjektyvu, privatu, asmeniškai, ir tai, kas yra vieša, socialu*. Kita vertus, žmogaus *aš* galima vadinti visa tai, ką žmogus priskiria sau, – ne tik jo kūną ir psichines galias, bet rūbus, namus, žmoną, vaikus, draugus, reputaciją, darbą, lūkesčius ir pan. Žodžiu, visą individą supančią ir su juo susijusią psychosocialinę erdvę¹, besiskleidžiančią kalboje, susiejančioje ir konstituojančioje intrapsichinę ir išorinę tikroves. Kalbant apie meninės kūrybos sritį, *aš* reprezentacijų kaip tam tikrų nuostatų susikirtimo erdvės spektras apima laisvės ir jos ribų, konceptualumo ir emocijų, racionalumo ir iracionalumo, kūrybinės valios ir savivalės klausimus.

Psichinė subjekto „tikrovė“ taip pat reprezentuojama kalboje, todėl gali būti komunikuojama ir interpretuojama,

bartinis vaizduojamasis menas norom ar nenorom (sąmoningai ar ne) tampa tokių egzistenciškai svarbių permainų barometru, veidrodžiu ar fiksatoriumi. Šiame straipsnyje glaustai aptardamas kai kuriuos minėto fenomeno bruožus, pirmiausia kalbėsiu apie *aš reprezentacijas, savastį* kaip *savivokos* (taip pat ir meninės) kaitos proceso dalį. Vadinas, aiškinsiuos pamatinį klausimą, kaip ir kiek individas (taip pat ir menininkas) suvokia save šiandieniniame poinstitutioniniame Vakarų pasaulyje *socialiniam* ar *korporaciniam aš* keičiant gelminius *vidinio* ar *autentiškojo aš* klodus.

kitaip tariant, ji tampa intersubjektyvaus diskurso dalimi². Šiulaikinėje kultūroje kalba ypač susieta su vaizdu. Vaizdinys ir kalba funkcionuoja kaip nuolat save papildančios *ideologijos* sistemos tiek socialinėje–kultūrinėje, tiek subjektyvioje psichologinėje tikrovėse. Todėl bet koks vizualus fenomenas (ypač vaizduojamuosiuose menuose), net jei jis priklauso vidinių vaizdinių kategorijai, savaime yra diskurso arba *ideologijos* struktūrinamas elementas.

Socialiniai, kultūriniai, reklaminiai įvaizdžiai ar institucinė galia veikia ir atsispindi individualioje (pa)sąmonėje formuodami tam tikras psichologines nuostatas, jausenos būdus skleidžiantis *lytinio, religinio, socialinio statuso* santykių dinamikai.

Aš (self) socialinėje psichologijoje suvokiamas kaip *procesas* – ne *substancijalus*, bet *funkcinis* tapatumas. *Aš* yra ne pasyvus, o aktyvus agentas. Individai – aktoriai, vaidinantys vienas kitam in-

terakcijos kaip pasikeitimo prasmėmis (kūniškomis ir verbalinėmis) metu, o jų vaidybą aiškina ir konstituuoja institucija. *Aš reprezentacija* gali būti laikoma tokia tik jeigu ji motyvuota. Siekiamų tikslų vertė verčia koordinuoti jausenos būdus, prie kurių galime priskirti ir

Kalbant apie psichologines šiuolaikinio vaizduojamojo meno prielaidas, reiktų atsigręžti į modernizmo ideologiją, t. y. *savivokos* specifiką, darančią įtaką ir psichologinėms intencijoms. Modernistai buvo kupini maksimalistinių siekių, jie nuoširdžiai tikėjo istorine pažanga, todėl protestavo prieš praradusias aktualumą tradicines, amžiais nusistovėjusias estetines (taip pat ir etines) pasaulio matymo formas ir normas. Tai sąlygojo atitinkamas elitaristines, autistines, psichopatologines (jei traktuosim jas kaip glaudžiai susijusias su socialine sritimi) nuostatas, apskritai – labai psichologizuoto ir individualizuoto meno genezę.

Psichologiškai pagrįstas buvo ir *avangardinio* meno, kaip esančio priešakyje to, kas yra atsilikę, sąvokos atsiradimas. Tai psichologizuota laikinė ir erdvinė sąvoka, reiškianti linijinę, grįstą *pažanga* istorijos raidą⁴. Reiktų pažymėti modernistinės meninės savivokos dvilypumą: viena vertus, kūrybos procesai tapo pernelyg psichologizuoti, susieti su „grynąja“, „antlaikine“ ir „viršvisuomeniška“ estetika, kita vertus, toks uždaras vidinis kūrybos pasaulis buvo suvokiamas kaip vienintelis *pažangus* kelias, vedantis į „naująją erą“ ir naujo meno kūrimą. O postmodernusis menas

vaizduotė, kaip padedančią artikuliuoti mūsų realybę³. Vaizduotės ir sapno reiškiniai liudija ne tik išivaizduojamos ir realios (arba vidinės ir socialinės) plotmių inversiją, bet ir neišvengiamą šių plotmių tarpusavio priklausomybę.

išsižadėjo modernistinio meno šalininkams būdingo maksimalizmo, noro pakeisti pasaulį ir įtvirtinti naujus estetiškus ir meninius idealus. Jis panaikino, ar galbūt labiau tikėtų sakyti – atspindėjo griežtai hierarchizuotų laiko ir erdvės struktūrų transformaciją. Neaišku, kur yra priešakinės pozicijos, kur užnugaris, kas yra pažangu ir kas – regresyvu.

Postmodernizmo fenomenas gali būti traktuojamas labai plačiai; gali įgauti netgi apokaliptinę ar istoriosofinę prasmę. Tačiau mes pažvelgsime į jį kiek siauresniu aspektu – kaip į vieną savitą stilių daugybės kitų kaitoje. Taip žvelgiant postmodernizmas kaip stilius – lyg mobili stagnacija. Kiekvienas atskiras elementas yra dinamiškas, bet visu ma vis tiek yra amorfiška ir nevienakryptė. Tai mobilus *aš* ar instrumentinės jausminės pozicijos – naujų abstrakčių funkcinių-institucinių struktūrų formavimosi padarinys⁵. Postmodernusis menas maždaug iki paskutiniojo XX a. dešimtmečio tapo skausmingo *aš*, arba *ego* perkodavimo reakcijų fiksuojamais.

Kita vertus, logiška, kad modernistinis sąjūdis, kaip siekiantis radikaliai pakeisti visus iki tol egzistavusio meno kanonus, atsimušė į savo pastatytą sieną – „meno pabaigą“, avangardizmas kaip stilius pasiekė saviustruktūracijos ribą, už

kurios visos psichologinės avangardo intencijos tegali būti poza (lygiai kaip atvirkštinis variantas – „tradicinių“ ar „modernistinių“ ar „postmodernistinių tradicijų“ puoselėjimas) – taigi modernistinės intencijos sukurti postmodernių padarinių užuomazgas.

Svarbesnė pasidarė ne pati kūryba, o menininko vieta rinkoje (vėlgi kalbant apie savivoką). *Vaizdinys* kaip vaizduojamojo modernizmo, klasikinės psichanalizės ar subjektyvios (pa)sąmonės simbolis užleido vietą *įvaizdžiui* – ideologijos vaisiui, pavaldžiam abstrakčioms institucinėms galioms. Signifikanto principui paklūsta net specifiniai psichikos reiškiniai: sapnai, apsirikimai, sąmojai, „liežuvio paslydimai“. Visi šie elemen-

Emocijos ir meno sritis glaudžiai susijusios su vaizduote. Emocija – atsakas į vaizduotės aktą. Šiandieninėje visuomenėje gyvuoja įvairūs vaizduotės „treniravimo“ būdai – nuo profesionalių aktorinio meistriškumo technikų, kai aktorius skatinamas tobulinti ne tik kūno plastiką, jausmų raiškos skalę, bet taip pat nuolat „lavinti“ vaizduotę ir priešsąmoninę atmintį, t. y. mokytis kontroliuoti spontaniškus ir gelminius psichikos procesus. Įvairiausios šiuolaikinės terapijos ir psichoterapijos praktikos „moko“ tiesiogiai jausti, būti savimi modeliuodamos *iki-politines* sąmonines nuostatas socialinės tikrovės atžvilgiu.

Yra ir kokybiškai besiskiriančios, sunkiau kontroliuojamos, kylančios iš kitų paskatų gelminių psichikos reiškinių kaitos ir valdymo technologijos, verčiančios individą pozicionuoti savąjį, au-

tai turi būti interpretuojami ne pagal jų *turinį*, signifikatą, bet per *skirtumo santykius* su kitais sistemos nariais, nes „natūralūs jausmai“ – kultūriškai determinuotos reakcijos.

Video vaizdas, mobili medija šiuolaikinėje kultūroje tolygi kalbai – tai interpersonalinio diskurso erdvė. Meno kūrinys gimsta ne iš psichologinio santykio su meno kūrinio plastiniais, formaliais elementais, jis išryškėja sąveikaujant su socialine aplinka ir perkeliamas į estetinių kodų ir jų rinkinių talpyklą tam, kad psichologiškai amorfiškas, beprasmiškas ar ambivalentiškas veiksmas, vaizdinys įgautų socialiai atpažįstamą ir apibrėžiamą meninės kūrybos statusą.

tentiškąjį *aš* pagal ekonominės naudos principus. Tai nėra terapinės reabilitacinės ar integracinės praktikos, tai – profesionalūs jausmų *eksploatavimo* būdai. Taip institucinės galios – abstrakčių taisyklių rinkiniai ir verslo sektorius – išiterpia *tarp* jausmų ir jų interpretacijų. Įsibraudamos tarp *stimulo* ir *reakcijos*, jos tampa psichologinėmis *medijomis*, radikaliai keičiančiomis *spontaniškumo* sampratą apskritai.

Individai nuolat būna tam tikrose *situacijose*, kitaip tariant – *institucijose*. Individų interakcijoje svarbiausi yra *statuso* konfliktai. Lyties, religinis ir socialinis statusai apima ir visas galimas emocijas, jausmines ir projekcines būsenas, t. y. moduliuoja jausenos būdus, kurie, jei kalbėsime apie vaizduojamojo meno sritį (neiškirdami ir populiariosios, komercinės žiniasklaidos kultūros), gene-

ruoja kokybiškai naujos prasmės pripildytus *vaizdinius*. Šie patys savaimė, atsieti nuo abstrakčių institucijų ir komercinių struktūrų, negali būti kaip nors apibrėžti ar iš koduojami, nebent kaip neįpareigojantis *žaidimas*. Į *personalinių* santykių formą įdedamas *impersonalus* turinys. Komercinių abstrakcijų santykiai traktuojami taip, lyg jie būtų laisvi nuo komercijos, ir, iškiepyti kiekvienam individui, tampa *ego* savastimi. Todėl vaizduojamasis menas (aš jį traktuojau kaip integralią bendros žiniasklaidos ir komercinės kultūros dalį) atsiduria tokioje dviprasmiškoje institucinės interlizacijos būklėje.

Gelminių psichikos procesų transformacijos lygis ir specifika priklauso nuo minėtų lyties, religinio ir socialinio statusų. Pvz., moterys, protestantiškojo tikėjimo ir vidurinėsios socialinės klasės žmonės priversti labiau kontroliuoti ar „suspausti“ savo jausenos būdus. Moterys nuolat raginamos skirti daugiau dėmesio jausmams, o ne veiksams, protestantai nuolat tiesiogiai „turi“ savyje Dievą ir jo įstatymus, todėl jų *ego* nuolat gresia skilimas. Vidurinėsios klasės žmonės dažniausiai dirba aptarnavimo srityse, priversti nuolat patirti psichologines pavaldumo ir psichologinio lavavimo tarp privačių jausmų ir institucijos naudos būsenas. Kita vertus, didžiausia rizika mutuoti *autentiškajam aš* egzistuoja tiesioginės tarpasmeninės sąveikos korporacinės veiklos srityse⁶.

Po Antrojo pasaulinio karo meno praktikas, kūrybą apskritai sparčiai inkorporavo galerijos, individualus kapitalas, kol XX a. pabaigoje visa *meno rai-*

dos ir vyksmo dinamika tapo tik instituciskai koordinuojamu privačių ir valstybinių fondų, apskritai *kultūros administravimo politikos* ir, kita vertus, komercinės žiniasklaidos, interakcinės kultūros dalimi. Todėl nenuostabu, kad konceptualiai ėmė keistis ir psichologiniai meninės jausenos bei santykio su vaizduote mechanizmai.

Todėl viena pagrindinių meno kūrinio sudedamųjų dalių – *emocija* – gali būti suvokta tik kaip *konceptuali*. Nei kūrybos akte, nei meno kūrinio percepcijoje, kalbant apie šiuolaikinio meno strategijas, neįmanoma emocijos atskirti nuo koncepcijos, reikia suvokti ją ne vien estetiškai, bet sociokultūrinio ir psichosocialinio diskursų ar institucinio modelavimo kontekstuose.

Privatusis ir viešasis aš praranda griežtas ribas. Aš atlieku *vidinį veiksmą* patalcaudamas tam, su kuo esu instituciskai ir finansiškai susijęs. Kyla klausimas – kaip galiu netapti ciniku? Faktiškai mes elgiamės su savo jausmais taip, lyg jie būtų manifestai. Emocijas reiškiamo tipiskai laikydami „jausenos taisyklių“. Jausmus naudojame ir išreiškiamo pagal socialiai sukonstruojamas emocinės išraiškos ir jausenos taisykles, skirtas didinti finansinę įvairių korporacijų galią⁷.

Po mūsų privačia, asmeniška jausena ir elgsena prasiskverbė didelių organizacijų, socialinio organizavimo ir pelno motyvai. „*Autentiškasis aš*“ (*real self*) supinamas su „*darbo arba socialiniu aš*“ (*work self*). Viena vertus, jausenos būdai modeliuojami didelių korporacijų viduje, kita vertus, yra stipriai veikiami „iš išorės“ galingo žiniasklaidos ir reklamos

srauto, efektingai ir efektyviai nukreipto tiesiai į *tikslinių grupių* – potencialių vartotojų (nesvarbu, vartojančių daiktus ar idėjas) jausenos mechanizmus. Šiuolaikinio vaizduojamojo meno praktikos ypač susijusios su vaizdo perdavimo medijomis – video ir *tinklo* technologijomis, pagrindiniais ideologijos, arba individo *aš* formavimo, ginklais. Santykis tarp socialinės tvarkos ir *aš* gali būti apibūdintas kaip distinkcija tarp *aš*, besiremiančio *institucija* kaip tokia, ir *aš*, besiremiančio arba paklūstančio *impulsui*⁸. Tikrasis *aš* išryškėja ne tiek per impulsyvių troškimų patenkinimą, kiek per suinstitucintą tikslų siekimą. Instituciją galime suvokti kaip ambicijų, moralės ar panašias formas, konstituojančias individo nuostatas – jo *aš*, arba *ego*.

Menininko *aš* ir *meno kūrinio* (*meninio veiksmo*) *aš* gali tapti lygiaverčiai ir *klaidžioti* sociokultūriniais labirintais kaip savarankiški simboliai ar kodai, tiesiog žymimieji. Šiuolaikinėje kultūroje menininko ir jo kūrinio nesieja *priežasties* ir *pasekmės* santykis. Menininkas ir kūrinys gali „plaukioti“ skirtinguose psichosocialiniuose lygmenyse. Modernistinėje *savivokoje* negalima griežtai atskirti menininko ir jo kūrinio *aš*, nes kūrinys ir yra tiesioginė psichologinė autoriaus projekcija. Modernizmo kaip stiliaus, menininko *aš* tapatus jo kūriniai, nuo šios visumos atskiriamas nebent socialinis *aš* priešinant jį psichologiniam-estetiniam *aš*, perkeliant prie socialinio marginalumo ribos, paliekant regresuoti. O dabartinio meno ir menininko nuostata ar sąmoninės savimonės išraiška nėra jo kaip autoriaus intencija, o yra

intencija abstrakčios (ar konkrečios) institucijos, pirmiausia pasireiškiančios per *kalbą* ir platesniu mastu – per *diskursą*.

Kalba, raiška yra skirtumo artikuliacijos vieta: ji ne tik atveria plyšį tarp egzistavimo ir kalbos, bet atskleidžia skirtumą pačioje subjektyvumo struktūroje. Pasąmonė yra ne vien tai, ką kažkas sako, turime nepamiršti, kad tai, ką kažkas sako, ne visada sutampa su tuo, ką ji (jis) turi galvoje⁹. Kalba ir jos intencija ne visuomet sutampa.

Atsiranda giminingos reklaminės strategijos postmodernios *performanso*, *instaliacijos* ir *video* meninės praktikos (vėliau mutuojančios į dar sunkiau apibrėžiamas *neo* ar *postkonceptualias* „meninio“ proceso formas), pasitelkiančios fizinį kontekstą, realią erdvę susiejančios su psichologine erdve, skulptūrą keičiančios realiais daiktais (*ready made*) ar *objektais*, apipintais kultūrinėmis ir psichologinėmis prasmėmis. Tai ypač tinka ir patiems drastiškiausiems, pasibjaurėtiniems vaizdiniais, susijusiems su kūnu kaip psichologine trauma, visomis įmanomomis psichosocialinėmis kūno, lyties tapatumo reakcijomis, reprezentacijomis ar transgresijomis, stabilumo ir vientisumo naikinimu – sudarkyto, miršančio, nykstančio kūno; šlapimo, kraujo, pieno, spermos, vėmalų, išmatų vaizdais ar metaforomis¹⁰. Tai pat tinka ir visai XX a. septintojo–dešimtojo dešimtmečių postmodernaus vaizduojamojo meno socialinei ir ideologijos „kritikai“. Kad ir kaip būtų, tokia psichosocialinė sumaištis, psichologinis „teroras“ negali būti atsieti nuo institucinio ir komercinio konteksto, todėl toks kai

kurių šiuolaikinio vaizduojamojo meno vaizdinių „radikalumas“ traktuotinas kaip *institucinio impulso* paskatintas arba suformuotas stilistinis *įvaizdis*.

Šiuolaikinis menininko ir kūrinio *aš* glaudžiai susiję su socialine tikrove, tačiau tiek menininkas, tiek kūrinys nebū-

Retrospektyviai pažvelgę į pastarųjų dviejų šimtmečių meno istoriją, galime konstatuoti, kad menininkas, arba autorius, postmodernioje epochoje iš romantizmui ar modernizmui būdingo *genijaus* pamažu virsta *klajojančiu šizofreniku*, kol galiausiai globalizacijos principams įsibrovus į vidinių psichologinių individo procesų sritį, tampa tiesiog vienu iš visuomenės narių, gyvenimo dalyviu, stebėtoju ir psichosocialinės tikrovės (re)interpretatoriumi ir (re)transliatoriumi.

Šiame kontekste konceptualiai keičiasi netgi menininko biografijos esmė. Klasikinė psichoanalizė suabsoliutino ankstyvosios vaikystės, santykių su tėvais patirtį, nusėdančią pasąmonėje ir darančią įtaką tolesnei individo ar menininko ir jo meno raidai. Socialinės psichologijos atstovai mano, kad pasąmonę struktūrina simbolinės kalbos ir socialinės institucinės-komercinės sistemos. Tėvai tokiu atveju yra socialinės tikrovės struktūrų satelitai. Todėl ir vidiniai konfliktai ar sublimuojantys vaizdiniai gali būti iš dalies traktuojami kaip vidinės „*mass media*“ projekcijos – pasąmoninis ar priešąmoninis jausmų marketingas.

XX a. pirmojoje pusėje prigiję psichologiniai meninės išraiškos apibūdinimai, bendrų sąlyčio taškų su psichopatologija ieškojimas, *šizoidinis* postmodernios kul-

tinai turi būti tapatūs. Iš menininko – kūrinio visumos išnyksta juos psichologiškai susaistantis *autorystės* fenomenas. Svarbu žinoti ne tai, ar *aš* kalbu būdu, patvirtinančiu, kad *aš* esu, tačiau žinoti, ar kalbėdamas *aš* esu tas pats, kuris kalba.

tūros tipas skatina ir toliau ieškoti konceptualių sąlyčio taškų. Reiktų paminėti ir sąlygiškai naujas *psichopatologijos* sąvokos interpretacijas, pirmiausia, kaip ir šiuolaikiniuose vaizduojamuosiuose menuose, atsižvelgiančias į glaudžių santykių su tikrove specifika.

Kalbant apie minėtus santykius (socialinės psichologijos požiūriu), labiau tiktų vartoti ne *klaidos*, tačiau *iliuzijos* sąvoką. *Klaida* ar *apkrova* susijusios su suklydimais ar iškraipymais. O *iliuzija* – labiau apibendrinta, apimanti klaidas ir perkrovas sąvoka, reiškianti sudėtingesnę, *simbolinę aš* reprezentacijų sklaidos ir sutrikimų struktūrą, semantiškai gimininga *vaizdiniui* – taigi ir šiuolaikinei kultūrai. Tai ne pavienė klaida, bet komplikuotos santykio su tikrove kompleksiškos visumos formavimasis, galintis sukelti psichinę patologiją¹¹. Aktorinė iliuzija susijusi su profesionaliu naudojimu, o kasdieniame gyvenime iliuzijos dažnai subtilesnės, mobilios, ne tokios akivaizdžios. Kita vertus, iliuzijos suvokimas, t. y. melo sau pripažinimas, gali paskatinti stigmatizuoti save.

Dar vienas alternatyvus požiūris (pvz., *paradoksologija*, traktuojanti psichinę patologiją ar kūrybinius procesus kaip komunikacinius paradoksus) susieja patologiją su *nepagrįstai pozityviu savęs*

vertinimu, padidintu personalinės kontrolės jausmu ir nepagrįstu optimizmu (prisiminimų reklamines, tariamo optimizmo persunktas strategijas). Tradicinės psichopatologinės teorijos teigia, kad patologija – tai ryšio su tikrove nutrūkimas, savikontrolės praradimas; nauji *socialinės, asmenybės, klinikinės* ir *raidos* psichologijos duomenys papildo šį požiūrį naujais aspektais – psichopatologiją gali sukelti ne realiai pozityvus ar superpozityvus savęs vertinimas ir perdėm preciziška savęs ar aplinkos kontrolė. Patologija gali reikštis nesugebėjimu adekvačiai atspindėti tikrovę, taip pat *per dideliu ir per daug intensyviu jos įtraukimu į savivaizdžio ir projekcijų erdvę*¹². Tai vienas atspirties taškų apibūdinant tam tikrus patologijos tipus, taip pat vienas pagrindinių šiuolaikinio vaizduojamojo meno „atpažinimo“ bruožų. Ideologizuotos komercinės korporacinės ir reklaminės strategijos skiria ypač daug dėmesio *optimistinių* nuostatų ir *geros jausenos (well being)* diegimui į individų (pa)sąmones, skiepydamas visuotinį psichosocialinės gerovės savivaizdį. Taigi tokia kontekste vargu ar įmanoma atskleisti „tikrąją“ realybę, negalinčią produkuoti savęs be vadinamųjų ideologinių mistifikacijų, arba iliuzijų.

Pozityvus savęs vertinimas ir ateities optimizmas taip pat asocijuojasi su aukštesne motyvacija, atkaklesniu tikslo siekimu, pragmatine veikla, labiau

sustruktūrintu kasdieniu planavimu ir *fatalizmo reikšmės mažėjimu*¹³. Šiuolaikiniame vaizduojamajame mene *likimą* keičia *ideologija*, todėl konkrečią materialią, apibrėžtą estetinę ar prasminę formą užpildo kasdienė tikrovė, vizualūs įvaizdžiai ir interpersonalinių santykių sritis. Menininkas kuria struktūrinius „formas“ santykius ne konkrečiame kūrinyje, t. y. ne plastinių elementų santykius, o veikale išskleidžia juos interaktyvioje erdvėje kaip nuolat kintančių *aš* reprezentacijų grandinę – menininko *aš* ir meno kūrinio *aš* tokioje grandinėje gali nuolat keistis, transformuotis, gyvuoti ar sunykti nepriklausomai nuo vienas kito. Šiuolaikinę kartą (taip pat meno ar pačių menininkų) galima būtų apibūdinti kaip *mutuojančio* ar *guminio aš* fenomeną. Šiuolaikinį vaizduojamąjį meną sąlygiškai ar metaforiškai galima būtų apibūdinti *paranoidinio sindromo* terminu, kaip padidintos aplinkos kontrolės iliuzija. Postmodernizmas kaip stilius ir XXI a. pradžios vaizduojamasis menas – riba tarp abejingumo, pereinančio į „optimizmą“, ne tiek į džiūgavimą, kiek į fatalizmo, *Traagiškos Transcendencijos*, *Didingumo* ir *Nostalgijos* atsisakymą, perėjimą į kasdienybę ir kūrybinį *tiesiog* buvimą, ar daugiaprasmes *abejingos tolerancijos* formas, egzistencinius klausimus ar gelminius psichinius procesus patikint (post)institucinei sąsąmonei.

IŠVADOS

Glaustai aptarę jausmų modeliavimo, *aš* reprezentacijos šiuolaikiniame vaizduojamame mene aktualiausias so-

cialinės psichologijos aspektus, galime konstatuoti, kad šiuolaikinis vaizduojamasis menas „tiria“ ne pačią „tikrovę“,

bet tarsi maudosi mobiliuose, psichologi-
zuotose ją sąlygojančiose išivaizduoja-
mose ir simbolinėse konstrukcijose. Są-
moningai ar nesąmoningai mėgdžioja
artikuliuotų socialinių darinių „analizę“
imituodamas ideologinius mechanizmus
ir jų veikimo strategijas.

Kita vertus, pozityvus savęs vertini-
mas ir optimizmas, kaip baziniai jausmų
rinkos tikslai, naudingi didžiulėms kor-
poracijoms ar institucijoms apskritai, ko-
kybiškai keičia privačios jausenos ir pro-
jekcijų pobūdį, modeliuoja tokias psi-
chosocialinio infantilumo formas, kurios,
ištrūkusios iš institucinės ir komercinės
kontrolės srities, tapusios individo sa-
vastimi, patekusios į privačią, asmenišką
individų bendravimo zoną drastiškai
iškraipo intencijas ir griaua santykių
natūralumą. Šiuolaikinis vaizduojamasis

menas, be viso kito, galbūt dar yra vie-
na iš nedaugelio, nors ir instituciškai pa-
valdžių sričių, naudojančių tas santykių
deformacijas kaip konceptualiąją žalia-
vą. Šiuolaikinis menas galbūt yra viena
iš nedaugelio vietų, kurioje individui
leidžiama (ar sudaroma iliuzija, kad lei-
džiama) kąsti jį glostančią ranką. Taip
menininko ir meno kūrinio *aš* nesutapi-
mų grandinės duoda pradžią nesuprati-
mų virtinei, kai vienos institucijos le-
gitimuojamas vaizdinys ar veiksmas
ima prieštarauti kitos institucijos tapatu-
mui ir konceptualiems prioritetams. Tad
šiuolaikinis vaizduojamasis menas, nors
ir perima, sąlygiškai išlaiko „kritišką“
poziciją socialinės tikrovės atžvilgiu. Ta-
čiau klausimas, ar tai egzistenciškai
prasminga *pozicija*, ar rinkos padiktuo-
ta *poza*, taip ir tebėra be atsakymo.

Literatūra ir nuorodos

- ¹ W. James. *The Self*, in. Roy F. Baumeister (ed.). *The Self in Social Psychology*. – Philadelphia, 1999, p. 72.
- ² A. Žukauskaitė. *Anapus signifikanto principo: dekonstrukcija, psichoanalizė, ideologijos kritika*. – Vilnius, 2001, p. 72.
- ³ W. Ickes. and S. Duck. *The Social Psychology of Personal Relationships*. – West Sussex, 2000, p. 138.
- ⁴ Z. Bauman. *Postmodernity and its discontents*. – New York, 1997, p. 95. Michel W. Eysenck, Mark T. Keane. *Cognitive psychology*. – Philadelphia, 2000.
- ⁵ A. R. Hochschild. *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeli*. – Berkeley-Los Angeles-London, 1983, p. 19–20.
- ⁶ Ten pat, p. 57.
- ⁷ N. Rousseau. *Self, symbols, and society: classic readings in social psychology*. – New York-London-Oxford, 2002, p. 291.
- ⁸ Ralph H. Turner. *The real self: from institution to impulse*, in Roy F. Baumeister (ed.). *The Self in social psychology*. – Philadelphia, 1999, p. 79.
- ⁹ A. Žukauskaitė, min. veik., p. 72.
- ¹⁰ B. Taylor. *Art today*. – London, 2005, p. 157.
- ¹¹ Shelley E. Taylor, Jonathan D. Brown. *Illusion and well being: A social perspective on mental health*, in Roy F. Baumeister (ed.). *The Self in social psychology*. – Philadelphia, 1999, p. 45.
- ¹² Ten pat, p. 49.
- ¹³ Ten pat, p. 52.