



ŽILVINĖ GAIŽUTYTĖ-FILIPAVIČIENĖ

Lietuvos kultūros tyrimų institutas

KULTŪRINĖ ATMINTIS, KULTŪRINIS KAPITALAS IR VIZUALUMAS

Cultural Memory, Cultural Capital and Visuality

SUMMARY

This article deals with conception of cultural memory as cultural capital and the externalization and objectivation of cultural memory. It analyses the emplacement and embodiment of cultural memory and the places and objects that strengthen or weaken cultural memory and provoke forgetting. Studies of objectivated and externalized cultural memory and cultural heritage became relevant in the process of decolonisation and in the political, cultural and social movements related to the consolidation of new collective identities. Visuality is one of the key points in constructing associations with the past and expectations and conceptions of cultural heritage. Production and consumption of visuality and imaginery become an integral part of cultural heritage and cultural memory. Places of cultural memory are both visually (by making photos or videos) and physically consumed.

SANTRAUKA

Straipsnyje nagrinėjama kultūrinės atminties kaip kultūrinio kapitalo samprata, kultūrinės atminties raiška – eksternalizacija ir objektyvacija. Išsamiai aptariama, kaip kultūrinė atmintis įvietinama ir kokios vietos bei objektai stiprina kultūrinę atmintį, o kokios – priešingai, skatina jos eroziją ir veda į užmarštį. Atminties, įvietintos atminties ar kultūros paveldo tyrinėjimai tapo svarbūs vykstant dekolonizacijos procesams ir politiniams, kultūriniais bei visuomeniniams iššivadavimo judėjimams, susijusiems su naujų kolektyvinių tapatumų įtvirtinimu. Vizualumas tampa nepaprastai svarbus formuojant paveldo ir praeities patyrimą, asociacijas, lūkesčius ir sampratas. Vaizdinės produkcijos ir vaizdinijos kūrimas bei vartojimas tampa integralia kultūrinio paveldo ir kultūrinės atminties dalimi. Kultūrinės atminties vietos tampa ne tik vizualiai vartojamais reginiais (nufotografuojamos, nufilmuojamos), bet kartu ir tiesiogiai: pastatai, paminklai, šaltiniai ir literatūra, aplinka ilgainiui nusidėvi, nyksta, mažta.

RAKTAŽODŽIAI: kultūrinė atmintis, kultūrinis kapitalas, įkūnijimas, įvietinimas, įobjektinimas.

KEY WORDS: cultural memory, cultural capital, embodiment of memory, place of memory, objectivation.

KULTŪRINĖS ATMINTIES ĮVIETINIMAS: VIETŲ ATMINTYS IR ATMINTIES VIETOS

Kadangi kultūrinė atmintis siejama su pastoviais, ilgalaikiais žmogaus ir aplinkos santykiais bei įvairiais simboliiniais objektais, ji skleidžiasi įvairiomis formomis – kultūrinėse ir geografinėse vietose ar simboliniuose objektuose – pastatuose ar paminkluose. Kultūrinės atminties įvietinimą ir įobjektinimą nusako tokios sąvokos kaip *haut-lieux* (aukštosios vietos), *non-lieux* (ne vietos), *lieux de mémoire* (atminties vietos) ar *place memory* (vietos atmintis). Įvietintos kultūrinės atminties tyrimus plėtoja antropologai Marcas Augé, P. Connertonas, istorikai, iš kurių paminėtinas Pierre'as Nora ir jo įtakingiausias tritomis veikalas *Les Lieux de mémoire* (*Atminties vietos*, 1984, 1986, 1992), nutiesęs naujus kelius kultūrinės atminties tyrinėjimams. Kultūrinė erdvė – tai žmonių apgyvendinta vieta (*place, lieu*), kurioje kuriama ir puoselėjama sava kultūra, ilgalaikės simbolinės reikšmės ir mezgami santykiai. Antropologams taip pat rūpi, kaip sąveikauja profaniška ir sakrali erdvė, savas ir svetimas (*kitas*), „prijaukinta“ teritorija ir „laukinis“ pasaulis.

Prancūzų antropologas Augé savo darbuose telkėsi *haut-lieux* ir *non-lieux* sąvokas¹⁰. Šis plačių interesų mokslininkas nuosekliai tyrinėjo ne tik tradicines Afrikos kultūras, bet ir šiuolaikinių miestų vietas ir bendruomenes. Ne vietomis Augé vadina šiuolaikinius supermarketus, automagistales, pasaulinius viešbučių tinklus ar tarptautinius oro uostus, kuriuose mus supanti tradicinė aplinka pavirsta į nužmogintą ir nukultūrintą bendrą nuorodų pasaulį. Antropologo

manymu, pasaulis panašėja į homogenišką Žemės gyventojų – vartotojų visumą. Rezgant viską apimančius transporto ir komunikacijų tinklus, sparčiai plintant informacinėms nuorodomis ir atvaizdams vartotojų visuomenėje Augé mato totalitarines tendencijas ir pabrėžia, kad šiuolaikinė globalizacija reiškia *non-lieux* – vadinamų miestų-pasaulių plitimą, kuriuose stiprėja ir socialinės bei kultūrinės atskirties reiškiniai. Tokiose *non-lieux* nebelieka kultūrinių simbolių, o erdvėje įvedama sistema kodų arba ženklų, kurie tampa tiesiog signalais, nurodančiais, kada, kaip ir ką veikti.

Priešingai, *haut-lieux* – svarbiose žmogiškose teritorijose – vyksta simbolinė veikla, kuriami tapatumai, plėtojami organiškai santykiai su kitomis simbolinėmis erdvėmis, tapatumais ir jų istorine praeitimi. Ne vietos pasmerktos nuolatiniam dabartiškumui, tačiau Augé *haut-lieux* nesiejo tik su praeitimi: reikšmingomis vietomis gali būti ne vien tradiciniai, religiniai ir istoriniai objektai ar teritorijos. Daugelis urbanizuotų ir industrializuotų teritorijų išsaugo simbolinius santykius bei reikšmes ir kultūrinę atmintį apie vietas. Tokių vietų pavyzdžiai – tai Paryžiaus Liuksemburgo sodas, metro linijos, autobusų ir geležinkelio stotys.

Galima kelti klausimą, kodėl vietų – atminties, įvietintos atminties ar kultūros paveldo – tyrimas tapo toks svarbus šiuolaikiniuose kultūros ir praeities tyrimuose? Dekolonizacijos procesai ir politiniai, kultūriniai bei visuomeniniai išsivadavimo judėjimai, susiję su kolektyvinių tapatumų pripažinimo lūkesčiais, atskleidė,

kad daugybė pasaulio bendruomenių (tautinių, politinių, kultūrinių ir kt.) ar visuomenės grupių neturi deramos vietos istorijoje, nors jų istorinis kapitalas menkas, o atminties rezervai dideli. Tai padėjo pagrindus naujai historiografijai. Atmintis ir istorija yra priešybės, nes, Nora teigimu, su vieta siejama atmintis yra „gyva, nuolatos kintanti, atvira prisiminimo ir užmaršties dialektikai, ją lengvai pažeidžia manipuliacijos, ji savinamasi, ji gali ilgai neveikti ir periodiškai atgyti“¹¹. Įvykių istorija – tai analizės ir kritikos reikalaujanti intelekto konstrukcija, sukuriama atminimo politikos pagal valstybės poreikius. Atmintį nuo istorijos skiria selektyvumas, sąsajos su dabarčiai aktualia praeitimi, iškelimas to, ką visuomenės, bendruomenės ar grupės nori ar privalo prisiminti.

Kultūrinės atminties topografiją nagrinėja ir Connertonas, kuris vietos atmintį (*place memory*), arba įvietintą atmintį, susieja su žmogaus kūnu ir įkūnyta atmintimi, pateikdamas pavyzdžių, kaip šventinių ceremonijų, atminimui skirtų renginių, vykstančių konkrečiose vietose – miestų aikštėse, gatvėse, šventyklose, kituose istoriniuose pastatuose – metu žmogaus kūnas tarsi instrumentas atlieka veiksmus – muzikuoja, dainuoja, šoka ir kt. Mokslininkas skiria du atminties įvietinimo būdus. Viena vertus, atmintis įprasminama ir išsaugoma įvairiuose paminkluose, raštuose, atmintinose vietose (*memorial*). Tai istoriniai pastatai, sakralinės vietos, vietovardžiai ir kt. Pavyzdžiui, mnemoninėmis savybėmis pasižymi toponimai – geografinių objektų ir vietų pavadinimai, pagal kuriuos galima atsekti vietos istorinę raidą, etninę sudėtį ar geografinę padėtį. Jie svarbūs ne tik kal-

botyrininkams ar istorikams, bet ir kultūrinės atminties tyrinėtojams. Toponimai gyvuoja net išnykus tautoms ar kalboms, iš kurių jie kilę. Esama Lietuvos vietovardžių, saugančių senojo baltų tikėjimo atmintį (tai šventviečių pavadinimai – Šventoji, Ažuolynė, Gojus), praeities mūšių ir kovų atgarsius (Kaunas, Ginučiai, Baisogala) ar nurodo priklausomybę LDK didikų šeimomis (Jonušaiva, Radviliškis, Zapyškis), leidžia išsiaiškinti senųjų gyventojų etninę sudėtį (Keturiasdešimt totorių, Gudai, Latviai).

Atmintis taip pat gyvuoja ir vietose, Connertonas vadinamose *locus* – namuose, gatvėse. Namas nėra vien grupės žmonių apgyvendintas pastatas, o taip pat ir mnemoninė struktūra, sutelkianti kolektyvinius praeities vaizdinius, jame „tarsi knygoje įrašyta visuomenės sandara, ikiliteratūrinės visuomenės idėjos, mąstymo būdas ir svarbiausi principai“¹². Neretai žymių žmonių – visuomenės veikėjų, literatų, menininkų ir kt. – namai imami memorializuoti. Steigiami namai ar butai-muziejai, kuriuose išsaugomi ir eksponuojami kadaise juose gyvenusių žmonių daiktai – baldai, knygos, meno kūriniai, fotografijos. Kaune sumuziejinti Maironio, Juozo Tumo-Vaižganto, Juozo Grušo butai, Balio Sruogos namas, Vilniuje – Venclovų, Beatričės Grincevičiūtės, Vinco Krėvės, Vinco Mikolaičio-Putino butai, kuriuose ir kartu siekiama išlaikyti autentišką aplinką, ir kartu namus ir juose esančius daiktus pateikti kaip muziejaus eksponatus.

Kita *locus* tipo vieta yra miestų gatvės, kurios struktūrina miesto erdvę, telkia atmintį ir kuria urbanistinį pasakojimą. Gatvė kartu unikali tuo, kad netikėtai gali įgyti naujų funkcijų. Pavyzdžiui, iš

transporto ir žmonių judėjimo vietos ji netikėtai gali tapti politinio veiksmo arena, prekybos vieta ir pan. Daugelis svarbių politinių ar socialinių pasaulio judėjimų prasideda ir reiškiasi miestų gatvėse. 1988 m. Lietuvoje sąjūdžio veikla aktyviai išraišką įgavo gatvėse ir aikštėse.

Kita vertus, galima paminėti Vilniaus Kaziuko mugės tradiciją. Nuo XVII a. net keletą kartų keitėsi jos vieta: carinės valdžios buvo perkelta iš Katedros aikštės į Lukiškių, sovietmečiu – į dabartinį Kalvarijų turgų, kol galiausiai Nepriklausomybės laikais sugrižo į senąją vietą. Daugelis pasaulio miestų turi reikšmingų savai kultūrinei atminčiai gatvių. Pavyzdžiui, Paryžiuje Saint Michelio bulvaras, Barselonoje Las Ramblas, Vienoje Ringstrasse, Romoje Piazza del Popolo su trimis išeinančiomis gatvėmis ar Vilniuje Gedimino prospektas. Kultūrinei atminčiai ir gatvių istorijai svarbūs ne tik vizualiniai pasakojimai, bet ir gyvoji – žodinė istorija, gyventojų prisiminimai apie kadaise nutikusius įvykius.

Paminklų ir pastatų svarba kultūrinės atminties išsaugojimui yra nevienareikšmė. Jau XIX a. pradėta saugoti įstatymais sparčiai nykstantį kultūros paveldą, steigti visuomenei prieinamus muziejus, kuriuose kaupiamos ir saugomos istorinės vertybės. Postmodernizmo laikmetis dažnai įvardinamas kaip antiistorinis, reiškiantis didžiųjų istorijos naratyvų pabaigą ir mažųjų pasakojimų plitimą. Suklestėjusi atminties ir įamžinimo kultūra, istorinių

pastatų, paminklų bei memorialų kultas, neretai susijęs su „pareiga atminčiai“ (*devoir de mémoire*), „įsipareigojimu atsiminti“ (*obligation to remember*), prievole suteikti atsiminimams monumentalią formą, o kartu su amnezijos baime ir grėsme. Paulo Ricoeuro „pareiga atminčiai“ apibrėžia atminties etinius ir politinius įsipareigojimus bei priedermes ir pragmatinius atminties tikslus¹³. Pareiga atminčiai – tai teisingumo įvykdymas *kitų* prisiminimų atžvilgiu, o kartu ir skolos gražinimas inventorizuojant paveldą. Ji neapsiriboja vien materialiu objektu, rašytiniu ar kitų šaltinių saugojimu – kartu tai yra įsipareigojimas gerbti *kitus*. Tarp visų *kitų* moralinė pirmenybė gražinti skolą skiriama aukoms. Kartu pareiga atminčiai ir teisingumui, neatsiejama nuo kolektyvinių tapatumų įteisinimo ir pripažinimo lūkesčių, paplito socialinio ir istorinio lauko kultūroje bei atminties etikoje.

Connertono teigimu, įsipareigojimas atsiminti statant svarbiems įvykiams memorialus neatsiejamas nuo amnezijos baimės. Užmaršties grėsmė verčia statyti memorialus, tačiau jų statymas paradoksaliai skatina užmarštį. Monumentalia paminkline forma įamžinti prisiminimai ir praeities įvykiai leidžia pasijausti įvykdžius pareigą (ir teisingumą) ir išsivaduoti nuo įsipareigojimo atsiminti. Tai leidžia manipuliuoti atmintimi, kadangi praeitis paminklais ir memorialais atmintyje įtvirtinama selektyviai: vienus įvykius skatina atminti, o kitus leidžia pamiršti¹⁴.

MEDIJUOTA KULTŪRINĖ ATMINTIS – AR TAI JOS EROZIJA?

Analizuojant kultūrinę atmintį kaip kultūrinį kapitalą, reikia aptarti ir jos įvaizdinimo bei įobjektinimo formas. Ma-

terialų pavidalą prisiminimai ir atmintis įgauna meno kūrinuose, atvaizduose, paveiksluose, fotografijose, video ar kino

juostose ir kt., todėl visi šie objektai tampa svarbūs kultūrinės atminties diskurse. Nora atminties vietos – ne spontaniška atmintis, o memorialios sąmonės daiktinis įkūnijimas: ne vien topografinės vietos, bet išoriniai ženklai – materialūs, simboliniai ir funkciniai atminties objektai – valstybinė vėliava, muziejai, archyvai, bibliotekos, žodynai, įvykių įamžinimas, paminklai, atmintinos datos, šventės ar nacionaliniai simboliai, kuriems vaizduotė suteikia simbolinę aurą. Atmintis pirmiausia yra archyvinė – sudaiktinta, neatsiejama nuo materialių ženklų ir pėdsakų – įrašų ir regimų vaizdų.

Gebėjimas įvaizdinti atmintį ir suteikti jai materialų pavidalą priklauso ir nuo žmogaus kūno, ir nuo medijų (priemonių), kuriomis atliekamos socialinės užrašymo ir įkūnijimo praktikos: fotografavimas, filmavimas, rašymas, spausdinimas, piešimas ir kt. Šiuolaikinės medijos ir skaitmeninės vaizdo atkūrimo technologijos keičia ne tik vaizdų kūrimo ir vartojimo pobūdį, bet ir individo santykį su prisiminimais bei atmintimi. Per pastaruosius keletą dešimtmečių šitaip pasikeitė informacijos sklaidos technologinės galimybės. Mobilūs prietaisai leidžia ne tik fotografuoti ar filmuoti ir kartu tą pačią akimirką paskleisti atvaizdus kitiems. Atvaizdo kaip asmeninių prisiminimų saugojimo funkcija palaipsniui menksta ir dėl to, kad nyksta fiziškai apčiuopiamos nuotraukos, atsiranda ne tik asmeniniam, bet ir viešam vartojimui skirta vaizdinija (*Youtube, Instagram, Pinterest* ir kitos internetinės vietos). Šioje vaizdinių hipererdvėje techniškai kiekvienas gali akimirksniu atgaminti save per *selfie* (asmenukę) ir atpasakoti savo gyvenimą.

Kaip ir kiti kapitalizmo atributai, televizija ar internetas, Connertono manymu, silpnina kultūrinę atmintį ir dalyvauja šiuolaikiniame amnezijos procese. Atsiranda kultūriškai institucionalizuota užmarštis, kadangi televizijos žiūrovas nesenaą praeitį suvokia kaip efemeriską ir greitai išnykstantį vaizdinių rinkinį. Jų transliavimas ne stiprina, o veikiau susilpnina asmeninės patirties ir kolektyvinės atminties ryšius. Tai „nulemia televizinio reportažo specifika. Renkami atvaizdai ir istorijos pasakojimas organizuojamas pagal vaizdinės medžiagos galimybes, ją sumontuojant reklamos principu taip, kad išnyktų laiko seka.“¹⁵ Šiuolaikinei visuomenei būdingas ypač spartus komunikacijos procesas: didelis informacijos srautas (perkrova) ir greita jos cirkuliacija yra geriausias užmaršties būdas. Naujiųjų medijų paskirtis ne tik gaminti ar vartoti, bet „atsikratyti“ fakto ar įvykio ir perduoti kuo greičiau šį istorijos patyrimą užmarščiai.

Kaip Vakarų pasaulis komunistinių režimų griūtį galėjo matyti minutė po minutės realiu laiku, puikiai atkleidžia Jono Meko filmas-instaliacija *Lithuania and the Collapse of USSR* („Lietuva ir SSRS žlugimas“, 2008). Jis buvo eksponuotas didžiausiose pasaulio galerijose ir Vienos kunsthaleje surengtoje parodoje „1989. Istorijos pabaiga ar ateities pradžia?“, skirtoje 9–10 deš. sandūroje Centrinėje ir Rytų Europoje įvykusioms politinėms transformacijoms. 1989–1991 m. menininkas su kamera perfilmavo ir chronologine seka sudėjo televizijos naujųjų programų ir tiesioginius reportažus, kuriuose buvo pasakojama apie Lietuvos kelią į nepriklausomybę ir Sovietų Sąjungos griūtį, į 4 valandų ir 50 minučių fil-

mą-instaliaciją. Menininko rankose istorinių įvykių vaizdų srautas tapo kūrybine medžiaga, sužadinančia kolektyvinius prisiminimus, o kartu kvestionuojančia medijų ir žiniasklaidos reikšmę politinių įvykių kontekste. Mekas primena apie tikroviškumo ribas ir manipuliavimo informacija galimybes medijose. Trečioje filmo dalyje matome animacinio variklio „Amoco ultimate Premium“ reklamą, kurioje išgirstame šūkį: *You give me quality, I give you performance* („Jūs man – kokybę, aš jums – galią“). Rita Valiukonytė taikliai pažymi, kad šis intarpas gali būti interpretuojamas kaip žiniasklaidos metafora, atsižvelgiant į kitas žodžio *performance* reikšmes (reginys, spektaklis, pasirodymas). „1989 m. įvykiai tapo puikia medžiaga („kokybe“) žiniasklaidos „performansui“. Galima teigti, kad tik todėl Lietuva ir sulaukė JAV televizijos dėmesio. Tai buvo bene labiausiai vykusį reklamos kampanija nepriklausomos Lietuvos istorijoje.“¹⁶

Šie reportažai perfilmuoti pasaulinės interneto eros išvakarėse, o po dviejų dešimtmečių galime teigti, kad šios naujosios skaitmeninės informacinės technologijos daro nevienareikšmį poveikį kultūrinei atminčiai. Pavyzdžiui, Connertonui nerimą kelia žmogaus pojūčių perkrovimas informacija, kuri gali skatinti užmaršties ligas. „Spartinantį laiką kompiuterio naudojimas panardina individus į hiper dabartį, intesyvų skubėjimą, kuris, paruošdamas žiūrovo dėmesį greitai mikro įvykių sekai, padaro dar sunkiau įsivaizduojamą net ir trumpalaikę praeitį kaip „realią“, o dabartis patiriama kaip siaurai apibrėžiamas laiko tarpsnis, atsietas nuo praeityje glūdinčių priešasčių. Tikriausiai neatsitikti-

nai sąvoka „ryšys“ tapo tokia svarbi viešame diskurse apie Golfo įlankos karą: tai žymi juntamą jo trūkumą. Tokia dabartis forsuoja individų dėmesį ir vis labiau didžiąją dalį visos visuomenės; tampa vis sunkiau ne tik palaikyti metanaratyvų patikimumą, bet ir suprasti bet kokias ilgalaikes istorines sąsajas. Taip trinama kultūrinė atmintis.“¹⁷

Kita vertus, dokumentinės ar meninės mnemoninės praktikos (fotografavimas, filmavimas) vis dėlto lieka reikšmingos individualiems ir kolektyviniams prisiminimams ir kartu kultūrinės atminties įobjektinimui. Maritos Sturken teigimu, fotografija vaidina svarbią funkciją individo atminties, kultūrinės atminties ir istorijos santykiuose, kadangi atvaizdai geba sklisti iš vienos (asmeninės) srities į kitą (kultūrinę, istorinę)¹⁸. Iš vieno konteksto į kitą perkelti atvaizdai įgauna naujų prasmų ir funkcijų. Individuali atmintis dažniausiai tapatinama su neviešinamais asmeniniais ar šeimos prisiminimais, atskirtais nuo įteisintų praeities pasakojimų – atminties ir istorijos. Kultūrinė atmintis – tai prisiminimai, kuriais dalinamasi už formalaus istorijos diskurso rėmų, įgavę platesnę kultūrinę reikšmę. Kaip atminties technologijos, fotografijos atlieka svarbią reikšmę individualios atminties, kultūrinės atminties ir istorijos apytakoje. Asmeniniais prisiminimais, pasakojimais dalinamasi bei keičiamasi kitame kontekste nei kuriama istorija. Nuotraukos, tapusios kultūros objektais, dažnai iš individualios atminties pereina į kultūrinę atmintį, istoriją ir sugrįžta atgal. Įamžinti istoriniai atvaizdai geba veikti individualią atmintį, o asmeninis atvaizdas gali dažnai įgyti kultūrinę ar istorinę

reikšmę. Daugelis fotografijų, kurios buvo padarytos asmeniniais tikslais, vėliau įgyja kultūrinę ar istorinę reikšmę. Pavyzdžiui, iš asmeninių fotografijų galima atsekti istorinę vietovės raidą, urbanistinius pokyčius ir pan., arba, priešingai,

jos gali tapti neformaliais karo nuostolių ir aukų liudijimais įamžinus įprastą vaizdą vietovės, kuri vėliau bus sugriauta, nuotrauką grupės draugų, kurių keletas žus. Fotografijos neretai pakeičia paminklus ir memorialus.

PAVELDAS IR VIZUALUMAS KAIP KULTŪRINIS KAPITALAS

Vizualumas tampa nepaprastai svarbus formuojant paveldo ir praeities patyrimą, asociacijas, lūkesčius ir sampratas. Todėl vaizdinės produkcijos ir vaizdinijos kūrimas bei vartojimas tampa integralia kultūrinio paveldo ir kultūrinės atminties dalimi. Kultūrinės atminties vietų ir objektų pažinimas neretai neatsiejamas nuo vaizdumo, reginio ir okuliacentrizmo. Sociologai, tyrinėjantys kultūrinės atminties vietų, kultūros paveldo lankymo ir vartojimo aspektus, neretai telkiasi tokias sąvokas kaip *consuming places* (vartojamos vietos), *visual consumption* (vaizdinis vartojimas) ir kt.

Socialinės psichologijos tyrinėtojo Jonathano Schroederio įtvirtintą sąvoką *visual consumption* (vaizdinis vartojimas) galima laikyti teoriniu įrankiu nagrinėti vaizdų vartojimo, žiūros ir kultūros sąveiką¹⁹. Ji taip pat leidžia nusakyti į vaizdą ir žiūrą orientuotą individo (vartotojo) elgesį. Vaizdinis vartojimas yra aktyvi fizinė ir psichinė veikla – įvairių vietų apžiūrinėjimas, įdėmus stebėjimas ir stebėjimas, interneto naršymas, keliavimas bei daugelis kitų su įvairiais atvaizdais (meniniais, skaitmeniniais ir kt.) susijusių veiksmų. Schroederis išskiria keletą svarbiausių vaizdinio vartojimo aspektų: pirminį patyrimą – žiūrėjimą, stebėjimą ir matymą; kritinį vartotojo

tapatybės konstravimo, išsaugojimo ir raiškos būdą; prasių suvokimą ir integraciją; įdėmus stebėjimo ir vaizdinės patirties kategorizavimo procesą. Vadinasi, kultūrinės atminties vietų – muziejų, istorinių vietų, gamtos objektų – lankymas yra tikras vaizdinis vartojimas.

Kitas sociologas – Johnas Urry – analizuoja ekonominius kultūrinių vietų aspektus²⁰. Turizmo ir laisvalaikio industrija susijusi su kultūros vartojimu. Atminties vietos yra tarsi vartojami reginiai: jos lankomos, jose vyksta ekonominė veikla (prekyba), jos „įrašomos“ – nufotografuojamos ar nufilmuojamos. Kultūrinės atminties vietos vartojamos vizualiai ir kartu tiesiogiai: pastatai, paminklai, šaltiniai ir literatūra, aplinka ilgainiui nusidėvi, nyksta, mažta. Kartu esama tokių kultūrinės atminties vietų, kurios tampa nenutrūkstamo vartojimo vietomis. Kultūros kūrybos priemonės, turizmo bei laisvalaikio pramonės yra svarbios kultūrinių vietų transformacijoms į vartojamas vietas, kurias sudaro vartojamų prekių ir paslaugų kompleksas. Čia išryškėja ekonominis kultūrinės atminties vietų aspektas: šiose vietose akumuliuotas kultūrinis kapitalas imamas konvertuoti į materialųjį.

Įspūdingos vartojimo vietos siūlo vaizdinę patirtį vartotojams, meno mu-

ziejai reklamuoja ne tik kūrinių kolekcijas, bet ir suvenyrų parduotuves, virtuali tikrovė siūlo keliauti fiziškai nejudant. Fotografavimas darosi vienu pagrindinių vartotojo pasaulio suvokimo būdų. Kelionės sužadina vaizdinį vartojimą: atostogaujant ir keliaujant gėrėjimasis neįprastais gamtovaizdžiais ar miesto vaizdžiais yra patirtis, kuri kontrastuoja su kasdienybe²¹. Kelionių maršrutai pasirenkami iš atvaizdų, apsilankymų virtualioje erdvėje, todėl vieta turi išlaikyti „pažadą“. Kultūros paveldą, atminties vietas bei gamtos objektus populiarina kino filmai²². Pakanka paminėti keletą iš daugelio pavyzdžių: Trevi fontaną Romoje, kuriame maudėsi Frederico Fellinio filmo *Dolce vita* („Saldus gyvenimas“, 1960) herojai, vaidinami Anitos Ekberg ir Marcello Mastroianni, arba tokius populiarius filmus kaip *Braveheart* („Narsioji širdis“, 1995), kuriame įprasminas Škotijos viduramžių palikimas bei gamtos grožis, *Lara Croft: Tomb Raider* („Lara Croft kapų plėšikė“, 2001), kuriame puikiai nufilmuotos Kambodžos Ankor Va-

to šventyklos. Kino filmai, televizijos laidos, literatūra, žurnalai, video medžiaga, internetas ir kt. sužadina potencialių lankytojų lūkesčius, padeda formuoti ir sustiprinti žiūrą. Lankytojo žvilgsnis įgauna materialią vaizdinę išraišką – jis užfiksuojamas fotografijose ar filmuotuose siužetuose. Taigi žvilgsnis tampa daugybę kartų reprodukuojamas ir fiksuojamas. Fotografavimas ar filmavimas kartu yra struktūrinantis ritualas – nurodantis, ką pamatyti, kaip pamatyti, ir paveikiantis, kaip pamatyta vieta bus prisimenama. Patirties įvaizdinimas tapo tokiu svarbiu ritualu lankomoje kultūrinėje vietoje, kad daugelis žmonių šiandien patiria ir išgyvena realų apsilankymą žiūrėdami į fotoaparato, vaizdo kameros ar telefono ekraną. Kelionė tik sukuria iliuziją apie įgyjamas jos metu žinias: jone pamatomos senųjų kultūrų liekanos ir griuvėsiai ar šiuolaikiniai monumentai – pamatyti vaizdai tik papildė nuotraukų albumus, o turizmas veiksmingai dalyvauja pasaulio supaveikslinime, suregimine ir kartu suprekinime.

APIBENDRINIMAS

Apibendrinant aptartas kultūrinės atminties kaip kultūrinio kapitalo sampratą, atminties medijavimo – įvietinimo, įobjektinimo ir įvaizdinimo – problemas, išryškėja svarbiausios kultūrinės atminties ypatybės – ilgalaikiškumas ir jos raiška vaizdiniu, tekstiniu, kūnišku ar kitu materialiu pavidalu per tam tikrus tarpininkus – mediumus. Kultūrinės atminties topografija ir vizualumas sudaro svarbią šiuolaikinių atminties tyrimų lauko dalį. Ne specialios paskirties

memorialai ir paminklai, kurie veikiausiai leidžia pamiršti, o autentiškos kultūrinės vietos *locus* patikimiau išsaugo kultūrinę atmintį. Šiuolaikinio gyvenimo formos, globalizacija, universalizacija, megapolių, ne vietų bei medijų ir skaitmeninių technologijų plitimas iš esmės silpnina kultūrinę atmintį ir skatina amnezijos procesus. Įtvirtinama kultūriškai institucionalizuota užmarštis, silpninanti asmeninės patirties ir kolektyvinės atminties ryšius. Atminties įprasminimą

lemia šiuolaikinės skaitmeninės technologijos, kurios keičia įprastą spaudos technologijoms atminties įrašymo kultūrą (ir paradigumą): atmintis nuolat perrašoma ir pertvarkoma. Masinė kino

industrija, internetinė vaizdinija ir individualios įvaizdinimo praktikos taip pat dalyvauja šiuose atminties perrašymo procesuose ir kultūrinio kapitalo formavime.

Literatūra ir nuorodos

- ¹⁰ Žr. Marc Augé, *Non-Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity*.
- ¹¹ Ten pat, p. 8.
- ¹² Pierre Nora, *Les lieux de mémoire*. Paris: Gallimard, 1984, p. 19.
- ¹³ Paul Ricoeur, *History, Memory, Forgetting*. Chicago: the University of Chicago Press, 2004, p. 89.
- ¹⁴ Paul Connerton, *How Modernity Forgets*, p. 29.
- ¹⁵ Ten pat, p. 84.
- ¹⁶ Rita Valiukonytė, Jono Meko filmas-instaliacija „Lietuva ir Sovietų sąjungos žlugimas“. *Literatūra ir menas*. 2009 lapkričio 27, Nr. 3261. Prieiga per internetą: <http://eia.libis.lt:8080/archyvas/viesas/20091201225520/http://www.culture.lt/lmenas/?leid_id=3261&kas=spaudai&st_id=15691> [žiūrėta 2015 04 11]
- ¹⁷ Paul Connerton, *How Modernity Forgets*, p. 87.
- ¹⁸ Marita Sturken, *The Image as Memorial: Personal Photographs in Cultural Memory. Familial Gaze*. Ed. by M. Hirsch, p. 178–79.
- ¹⁹ Žr. Johnathan Schroeder, *Visual Consumption*. London: Routledge, 2002.
- ²⁰ Žr. John Urry, *Cosuming Places*. London: Routledge, 1995.
- ²¹ Ten pat, p. 132.
- ²² Plačiai nagrinėjami veikale *Culture, Heritage and Representation: Perspectives on Visuality and the Past*. Ed. by Emma Waterton, Steve Watson. Ashgate Publishing, Ltd, 2010.