

Lietuvos meno kūrėjų asociacija

Lietuvos Respublikos Seimo rinkimai 2012, arba Rinkiminių kampanijų atvaizdai

2012-11-12

ŽURNALAS: NAUJASIS ŽIDINYS-AIDAI

TEMA: Politika

AUTORIUS: Vaiva Bylaitytė

DATA: 2012-11

Lietuvos Respublikos Seimo rinkimai 2012, arba Rinkiminių kampanijų atvaizdai

Vaiva Bylaitytė

Seimo rinkimai, kaip ir bet kurie kiti, yra proga atsirasti atvaizdams viešosiose erdvėse, per kuriuos stebintieji pažįsta vieną ar kitą personaliją arba politinę jėgą. Tokie plačiai pasklindantys bei per neregėtai trumpą laiką „ikoniniais“ pavirstantys atvaizdai tampa integralia rinkimų kampanijos dalimi, net jos neišvengiamybe. Tokių atvaizdą išvydęs gali iškart pasakyti: „O, žinau šitą!“

Tokie atvaizdai tampa lengvai reprodukuojamais bei peržengia populiariosios kultūros ribas, dėl jų galima suklastoti parodymus ir leisti į teismų maratoną, – kaip ir atsitiko per 2008 m. JAV prezidento rinkimus. Gatvės menininkas Shepardas Fairey, pasinaudojęs *Associated Press* priklausančia fotografija, sukūrė mėlynai-balta-raudoną plakatą „Hope“, kuris akimirksniu panaikino distanciją tarp oficialios rinkiminės kampanijos ir gatvės kultūros. Būtent šis plakato „Hope“ atvaizdas su susimąščiusiu, bet užtikrintai žvelgiančiu Baracku Obama bylojo amerikiečiams „Yes, we can!“ Vėliau galerijos ekspozicinėms erdvėms pritaikytą pastarojo atvaizdo versiją už solidžią sumą įsigijo *National Portrait Gallery*, o pačiam menininkui teko stoti prieš teismą dėl autorinių teisių pažeidimo. Ilgas teismo procesas, kurio metu pats Fairey niekaip negalėjo apsispręsti, kam priklausančią fotografiją panaudojo, baigėsi šių metų rugsėjo 7 d. – menininkas prisipažino suklastojęs dokumentus ir išsisuko su 300 valandų viešųjų darbų bei 25 000 dolerių federaline bauda.

Ši intriguojanti, beveik kriminalinė istorija man, reklamos entuziastei, buvo svari priežastis nepraeiti nestabtelėjus pro reklaminių stendą, nepraversti žurnalų ar laikraščių paskubomis, neperjungti kito televizijos kanalo mūsų rinkimų išvakarėse. Žinia, nesitikėjau aptikti „Hope“ atitikmenų, tačiau neregėta kandidatų įvairovė (nuo patyrusių Lietuvos politikos vilkų iki vos sakinių surezgančių krepšininkų) bei neribotos

reklamos galimybės balansuoti ties meno riba masino. Ko gero, teisingiausia ši politinės reklamos žvalgymą pavadinti reklamos dienoraščiu, registravusiu, per kokius atvaizdus kokias personalijas ar politines jėgas pažino reklamos stebėtojas.

Besivaikant reklamą

Atvaizdus medžioti pradėjau dar prieš rugsėjo 14 d., t. y. iki oficialaus agitacijos starto, nors jau balandžio 11 d. buvo leista pradėti reklamos kampanijas. Mano asmeninė patirtis (kaip ir bet kurio kito gatvėmis vaikstančio, televizorių žiūrinčio, laikraščius bei žurnalus skaitančio žmogaus) visą laiką kuždėjo, kad reklamos ieškoti nereikia, ji pati pas tave ateina, nes jau tokia jos prigimtis. Šiuo atveju buvo priešingai – reklamos teko ieškoti. Vaikščiodama Vilniaus gatvėmis nuo ruggpjūčio antrosios pusės iki rugsėjo vidurio anksčiau apibūdintų atvaizdų ieškojau kone užsimušdama. Vilniaus gatvės šiuo laikotarpiu turėjo visai patikti tiems, kurie iš esmės nekenčia nuolat į akis lendančios reklamos ir dar labiau erzinančių politikų – „šito purvo“. Nespausdino tokių atvaizdų ir didieji šalies dienraščiai, netransliavo jų populiarieji televizijos kanalai taip dažnai, kad bet kada prisėdusi prie televizoriaus galėtumei neišvengiamai su jais susidurti. Tačiau aktyviau pasiblaškius po Vilnių pavyko atrasti vieno kandidato, savo partijos reprezentanto, ir vienos politinės partijos atvaizdų.

Vilniaus viešosios erdvės visų pirma pasitarnavo pačiam „vilnietiškiausiam“ bei „šeimyniškiausiam“ politiniam susivienijimui – sąjungai „Taip“. Tai, į ką žiūrint galima pažinti sąjungą „Taip“, vargiai pavadinsi tradiciniu politinės reklamos formatu. Erdviniai reklaminiai stendai buvo padalyti į dvi puses. Vienoje pusėje žydrame fone puikavosi naujutėlaičiai oranžiniai dviračiai, o užrašas skelbė „Atgimusi Lietuva – Taip“. Kitoje pusėje po užrašu „akubiliaus Lietuva – Ne“ kabojo gerokai „pavargę“ dviratukai arba tiksliau tai, kas iš jų belikę. Kažin ar galima kaip nors pažinti sąjungą „Taip“, žiūrint į tokią instaliaciją; kokie žmonės už jos stovi, ką ji mums sako apie save, be to, kad šiandien blogai, o rytoj (kai atgims Lietuva) bus geriau? Tai veikia kažkokia vizualinė rehabilitacija daikto su ne itin vykusio projekto konotacija.

Antrasis „radinys“, aptiktas Vilniaus gatvėse, buvo kur kas tradiciškesnis. Iš standartinio reklaminių stendo kaip koks Viešpats Visagalis žvelgė garsusis cerkvių statytojas Viktoras Uspaskichas, gerokai atjaunėjęs ir su daug vešlesnia plaukų danga. Frontalaus veido figūra po pažadu, jog minimalus atlyginimas pakils iki neregėtų 1509 Lt ribos bei nedarbas pasieks mažiausio Europoje lygmenį, demonstratyviai nusiiminėjo akinius. Būtent pastarasis gestas ir priartino kandidatą prie Παντοκράτορ ikonografinio tipo. Šalia tokios figūros užrašas „Mes žinome kaip!“ iš tikrųjų sakė: „Aš žinau kaip!“ Ir apskritai labai jau mįslingai atrodo tas demonstratyvus akinių nusiiminėjimas – kodėl reikia nusiimti savo kasdienį atributą, be kurio negali žmogus aiškiai matyti? Ar tokį gestą reikėtų suprasti, jog šis kandidatas, kaip ir visiems protingiems žmonėms pridera, nešioja akinius, tačiau juos retsykiais nusiima, nes nėra jau toks senas ir vienas tų paprastiems žmonėms neaiškiai kalbančių „protinguolių“ – žodžiu, baisiai netarpiškas?

Paieškoms Vilniaus gatvėse apsiribojus dviem identiško tiražo radiniais, savo žvalgybą perkėliau į interneto erdvę. Ir iš tiesų atvaizdų čia kur kas daugiau. Atradau net baisiai neskoningą vaizdo klipą – partijos „Tvarka ir teisingumas“ kūrinį. Skambant erzinančiai muzikėlei herojus, eilinis Lietuvos gyventojas nykiame (netgi pobjauriame)

kasdienybės fone pradeda ir baigia savo dieną. Toji nenutylanti muzikėlė visur jį persekioja, kad ir kur jis eitų ir ką darytų. Galiausiai pasiekęs kantrybės ribas herojus pro langą sviedžia televizorių, bet veltui – muzikėlė ir toliau sklinda iš aplamdyto televizoriaus, nukritusio ant praeivės galvos. Viską vainikuoja užsklanda: „Už teisingumą žmogui, laisvę verslui ir kalėjimą žulikams!“ Paskutinis žodis nubrauktas ir pakeistas „vagims“. Suglumti verčia paskutinis kadras su tysančiu merginos kūnu – ar tai reiškia, kad sunkiai apibrėžiamai erzinančiai neišvengiamybei nepasipriešinsi, tik kitus užmuši, o gal ten tyso pusiau užmušta, bet vis dar dainuojanti šlykščiosios muzikėlės atlikėja? Užsklandos tekstas ir vaizdas dar labiau disonuoja. Niekas labiau nepaaiškėjo ir po partijos vicepirmininko Valentino Mazuronio komentaro: „Aš siūlyčiau to paskutinio kadro netraktuoti tiesmukai, o žiūrėti kaip į metaforą, kaip į metaforą bandant sustiprinti efektą. Net išžiūrėčiau čia truputį siurrealizmo elementų. Sakykime, meniniuose filmuose apie Visatos žūtį, žūva visa žmonija. Tai yra meniniai dalykai“. Tikrai, siurrealizmas, netgi šiurpokas toks, todėl nenuostabu, kad kai kurie partijos nariai (kaip antai Ramojus Girinskas) fotografijose spindulingo dangaus fone atrodo kaip kokie Artimųjų Rytų diktatoriai, ar net veikia jų parodijos.

„Avangardiniais“ užmojais neatsiliko ir Liberalų centro sąjunga – paskelbė „Trečiojo kelio manifestą“ bei išleido *Trečiojo kelio knygą*, kuri, pasirodo, buvo vežiojama po visą Lietuvą. Internetinę knygos versiją sudaro vien vaizdai – tiksliau, kandidatų fotografijos su lozungais ir iš jų kylančiais klausimais, kuriems fotografijose iškėlė dešinę ranką, atgręžtą delnu, kandidatai pritaria „per vidurį“. Baisiai keistai atrodo visi kandidatai, sustingę vienoje pozijoje, kuri kaip ir turėtų reikšti priesaiką savo šalia išrašytam lozungui, tačiau vienas primena dažno filmo epizodą su kaliniu, susitikimų kambaryje prigludusiu delną prie stiklo, antras – seną hipį, nulipantį nuo scenos, trečias – vidutinio amžiaus vyriškį, mojuojantį gimnazistėms. Tačiau visiško „avangardo“ ir bet kokios realybės ribas interneto erdvėje peržengė Uspaskichas, gatvėje dar atpažįstamas kaip „Viešpats Visagalis“. Jis savo svetainėje demonstravo vaizdo įrašą, kuriame, pasitelkęs kažkokią įrangą, nardo vandenyje it delfinas arba iškyla keliolika metrų virš vandens.

Tokiais „ekstravagantiškais“ vaizdais nepasižymėjo nei konservatorių, nei socialdemokratų, nei Liberalų sąjūdžio interneto erdvės. Pastarųjų partijų kandidatų atvaizdai patys įvairiausi, – akivaizdžiai ne vienos fotosesijos ar bendro plano produktas. Šiek tiek išsiskyrė socialdemokratai, prie kiekvieno kandidato fotografijos prirašę po „sparnuotą“ frazę, pavyzdžiui, prie Algirdo Butkevičiaus – „Nuo vyriausybės juokų šalies gyventojams „kailį peršti“, o prie Juozo Oleko – „Juozas Olekas – mūsų gyvasis sidabras“. Kažin ar tokie prierašai daro kandidatą artimesnį rinkėjui, veikia priešingai – kandidato solidumas gerokai sumenksta. Konservatorių sprendimą pasislėpti po žaismingomis iliustracijomis-komiksais, pavadinimu „200 darbų“ akcentą perkeliant nuo asmens fotografijoje prie nuveiktų darbų, galima aiškinti kaip siekį išlaikyti jau nebe taip populiarių partijos narių solidumą. Kita vertus, stipriai suręstas ir pakankamai įtikinantis šūkis „Kartu nuveikėme daug. Nesustokime!“ nebetenka pusės savo svorio, kadangi nėra susaistytas su konkrečiu asmeniu ar naratyvu. Pagrindinė žaismingų piešinukų-komiksų problema yra ta, kad jie nėra tikri komiksai, o tik apsimeta jais, nes nepasakoja visos istorijos, o yra pavieniai, todėl į juos žiūrėdamas rinkėjas nepažįsta personalijos ar politinės partijos. Kaip stebintysis, aš nežinau, kas man ką sako ir iš kur tai ateina.

Nuobodulio estetika po rugsėjo 14 d.

Pirmos oficialios agitacijos dienos rytas prasidėjo pašto dėžutėje aptikus pačio „vilnietišiausio“ bei „šeimynišiausio“ politinio susivienijimo – sąjungos „Taip“ leidinį *23 klausimai seimo narei Agnei Zuokienei*. Vietoj oranžinio dviračio ar „pavargusio“ dviračio ant viršelio buvo realus žmogus – Agnė Zuokienė. „Kažkas nauja iš pat ryto“, – pagalvojau. Pasklaidžiusi 16 puslapių leidinėlių neradau „Atgimusios Lietuvos“ ir „akubiliaus Lietuvos“ priešstos, kurią pakeitė Zuokų asmeninio albumo fotografijos – vestuvinės, vyresniosios dukters išleistuvių. Čia kandidatė pasakojo apie klaidinančias maisto produktų etiketes, apie vaikus auginančiųjų teises į „mamadienius/tėvadienius“, apie smurto šeimoje prevenciją, išreiškė savo poziciją diskutuojamo šeimos apibrėžimo klausimu, pristatė savo internetinį priimamąjį, paaiškino, kodėl nesilanko labdaros renginiuose, kurių rengėjų tikslas – pasireklamuoti. Žodžiu, šitas leidinėlis kažkuo priminė sumažintą *Stiliaus* versiją (net viršelio fotografijos autorius Vaidotas Grigas – vienas *Stiliaus* viršelių autorių), kur nenorinčios pasirodyti ir pasireklamuoti ponios pasirodo ir pasireklamuoja. Po keletos dienų Vilnius gatvėse vietoje dviračio pasirodė ir pats Artūras Zuokas, spaudžiantis ranką sąjungos kandidatui Miroslavui Monkevičiui ir viešai pasižadantis už jį pats balsuoti. Prasidėjus oficialiai rinkimų agitacijai beveik „antgamtinis“ Uspaskichas įgijo dar keletą pavidalų. Šį kartą „Darbo partijos“ pirmininkas apsireiškė jau nebe kaip koks „pantokratorius“ (nors pastarieji reklaminiai stendai išliko visos kampanijos metu), o kaip *Big brother*, žvelgiantis kitiems savo partijos nariams per petį. Net bloga pasidaro pagalvojus, kiek kartų grafikos dizaineriui reikėjo naudoti funkciją *copy-paste* „klijuojant“ Viktorą vis už kito partijos nario peties bei frazę „Mes žinome kaip“. Galiausiai dar labiau suglumau pamačiusi nei nufotografuotą, nei nupieštą, o beveik vaškinį minėtąjį kandidatą, klausiantį „Koks lyderis turi daugiausia drąsos geroms permainsoms?“ Atsakymą žiūrintysis randa po klausimu – „Mes žinome kaip“. Į viešumą išlindo ir keletas anachronizmų. Pamenu, dar vaikystėje, kai nebuvo modernių reklaminių stendų ir kitokių viešai vizualizacijai tinkamų įrenginių, kandidatai platindavo šiek tiek didesnius nei A4 formato plakatus, klijuodami juos kad ir ant elektros stulpų. Šiuos senus gerus laikus turbūt prisiminė ir Marija Aušrinė Pavilionienė. Būtent tokius plakatus, agituojančius už šią moterį, teko pamatyti Vilniaus stoties rajone ant mikroautobuso ir užkandinės durų. Ties šiuo momentu visos naujovės po rugsėjo 14 d., didžiam mano nusivylimui, baigėsi.

Gatves, autobusų ir troleibusų stoteles, dienraščių bei žurnalų puslapius užpildė tai, ką man teko pamatyti interneto erdvėje ar gatvėje dar prieš rugsėjo 14 d. Sugrįžo seni ir nauji dviračiai su „Atgimusia Lietuva“ ir „akubiliaus Lietuva“, neaišku, mojuojantys ar prisiekiantys Liberalų centro sąjungos nariai iš *Trečiojo kelio knygos*, toks pat Butkevičius, kaip ir socialdemokratų interneto svetainėje, tik „iškirptas“ iš neutralaus fono ir „priklijuotas“ prie žmonių minos, konservatoriai toliau pasakojo apie nuveiktus darbus ir kvietė nesustoti, pasitelkę depersonalizuotus piešinėlius, kuriuos papildė animacinis vaizdo klipas apie audroje nepražuvusį laivą ir neskęstančius lietuvius, kur herojų veidai matėsi tarsi pro rūką. Į visą šitą dar teko žiūrėti gerą mėnesį. Neatsibosti galėjo nebent tam žmogui, kuris niekada savo gyvenime nematė reklamos.

Trumpas komentaras

Akivaizdu, kad iki oficialios reklaminių kampanijų pradžios atsiradusį politinės

reklamos vakuumą užpildė nežinia ką rodantys ar nežinia ką sakantys vaizdai. Vargu ar interneto erdvė galėjo konkuruoti su tokia politinės reklamos tuštuma. Po rugsėjo 14 d. suintensyvėjusios šablonu paremtos reklaminės kampanijos nepajėgė pasiūlyti akimirksniu atpažįstamų vaizdų, neatskiriamų nuo savo transliuojamos žinutės. Gal ir nenuostabu, kad mieli Lietuvos žmonės, žiūrėję į visa tai daugiau nei mėnesį, didelį prielankumą išreiškė kažkokiam „supermenui“, kuris žada ir „žino kaip“?