

DOI <https://doi.org/10.3846/cpc.2017.239>

PERFORMANSO KLAIDOS ATLIEKANT SOCIALINIUS VAIDMENIS

Andrius PULKAUNINKAS¹, Rusnė KREGŽDAITĖ²

Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Kūrybinių industrijų fakultetas,
Kūrybos verslo ir komunikacijos katedra
Trakų g. 1, LT-01132 Vilnius, Lietuva
El. paštas: ¹andrius.pulkauninkas@vgtu.lt, pulka22@gmail.com;
²rusne.kregzdaite@vgtu.lt, rusne.kregzdaite@gmail.com

Įteikta 2016-02-26; priimta 2016-09-01

Teatro metodais kuriami vaidmenys ir atliekami performansai nėra vien tik scenos žanras. Vaidmenims kurti persikeliant į socialinę sferą, svarbu šiuos procesus nustatyti, suvokti ir analizuoti. Straipsnyje nagrinėjamos performanso ir performatyvumo sąvokos bei performanso kaip išraiškos priemonės metodikos taikymas įvairiuose kontekstuose: kuriant socialinius vaidmenis politikoje, socialiniuose tinkluose ir rinkodaros priemonėse. Socialinių vaidmenų išmanymas gali padėti atpažinti performanso mechanizmą rinkodaroje ir politikoje, o tai leis apsaugoti nuo manipuliacijų. Straipsnyje taikomas atvejų analizės metodas: apžvelgiant performanso atvejus įvairiuose kontekstuose išryškinamos socialinių vaidmenų kūrimo ir interpretavimo klaidos.

Reikšminiai žodžiai: performansas, politika, rinkodara, socialiniai tinklai, socialiniai vaidmenys.

Įvadas

Analizuojant įvairių laikotarpių kultūrinius reiškinius, galima išvelgti tendencingą priešpriešą tarp moderniaisiais laikais puoselėtų vertybių ir jų interpretacijos postmoderniuoju periodu. Viena pagrindinių šių pokyčių priežasčių galima laikyti naująsias komunikacijos technologijas, nihilistines modernistų nuostatas pakeitusias į pozityviąją pusę. Zigmuntas Baumanas 2013 m. spalio 29 d. Vilniaus

universitete skaitytoje paskaitoje pripažino, kad socialiniai tinklai apvertė modernistų analizuotą ir puoselėtą panoptikumo idėją: „Tai, kas buvo asmeniška ir trupu, kas buvo saugoma nuo visų, dabar išklojama socialiniuose tinkluose“ (Bauman 2013).

Tobulėjant technologijoms socialinių vaidmenų analizė tampa vis aktualesnė, nes socialinių tinklų atsiradimas sukūrė naujas erdves statusui demonstruoti, vaidmeniui kurti bei jo nulemtoms manipuliacijoms ir įtakai daryti.

2017 © Straipsnio autoriai. Leidėjas VGTU leidykla „Technika“.

Šis straipsnis yra atvirosios prieigos straipsnis, turintis Kūrybinių bendrijų (Creative Commons) licenciją (CC BY-NC 4.0), kuri leidžia neribotą straipsnio ar jo dalių panaudą su privaloma sąlyga nurodyti autorių ir pirminį šaltinį. Straipsnis ar jo dalys negali būti naudojami komerciniams tikslams.

Socialinių vaidmenų kūrimą galima matyti medijose, rinkodaroje, politikoje ir kasdieniame gyvenime: darbo santykiuose, šeimoje, mokykloje ar akademinėje bendruomenėje.

Straipsnyje apibrėžiamos performanso ir performatyvumo sąvokos šiuolaikiniame kontekste, apžvelgiami socialinių vaidmenų kūrimo atvejai ir daromos klaidos rinkodaroje, politikoje ir internetinėje erdvėje. Šios sritys parinktos kaip matomiausi ir manipuliacijai pasiduodantys reiškiniai, persikirstantys galios demonstracijos ribas, siekiantys valdyti ir daryti įtaką kitiems. Medijų tinkluose kuriant vaidmenį galima keisti nuomones, daryti įtaką žmonių pasirinkimui ar nustatyti tarpusavio hierarchijas.

Performatyvumas kaip priemonė socialinių vaidmenų kūrimui

Vintas Cerfas išsakė viziją, pagal kurią kitame dešimtmetyje 70 proc. žmonių turės fiksuotojo ar mobiliojo ryšio interneto prieigą, o duomenų perdavimo greičiai bus vis didesni (Stevenson 2014: 192). Visi su interneto ryšiu susieti įrenginiai – tiek mobilieji, tiek stacionarieji – gebės nustatyti geografinę ir loginę buvimo vietą. Vartotojo pageidavimu, mobilusis telefonas atsimins buvimo vietą ir stebės kitus daiktus. Technologijų naudą pabrėžia Stevenas Pinkeris, teigdamas, kad „žmonės iš prigimties taikūs, bet šiuolaikinių institucijų sugadinti“ ir kad „yra atvirkščiai nei sako romantinė teorija: modernybė ir jos kultūra ne tik mūsų nežiaurina, bet ir kažkokiu būdu kilnina“ (Stevenson 2014: 179). Analizuojant istorinius konfliktų duomenis matoma, kad tarp 2002 metų ir 2005 metų pasaulyje per 15 proc. sumažėjo ginkluotų konfliktų, o paskutiniame XX a. dešimtmetyje padidėjo derybomis išspręstų karinių konfliktų skaičius (Stevenson 2014: 179).

Tiesioginio karo nebuvimas nekeičia žmonių nihilistinės prigimties, tačiau tie patys objektai suvokiami ir atskleidžiami kitais būdais. Pateiktame kontekste hedonistiškai skamba

sąvoka „spektaklio visuomenė“: „Spektaklis – ne reginių visuma, o socialinis reginių skleidžiamas ryšys tarp asmenų. Spektaklis savo visuma vienu metu yra ir gyvuojančios gamybos būdo rezultatas, ir jo projektas. Jis nesireiškia kaip joks realus pasaulio, jo perkrautos dekoracijos priedas. Visomis savo atskiromis formomis, įkūnijančiomis informaciją ar propagandą, reklamą ar tiesioginį pramogų vartojimą, spektaklis sudaro šiuo metu visuomenėje viešpatuojantį gyvenimo modelį. Jis patvirtina visuotinį, jau gamtoje įvykdytą pasirinkimą ir tolesnį jo vykdymą. Atitinkamai spektaklio forma ir turinys visiškai pateisina esančios sistemos sąlygas ir tikslus. Spektaklis taip pat nuolatos dalyvauja šio pateisinimo procese, kaip kad užima laiko, gyvento už modernios gamtos ribų, pagrindinę dalį“ (Debord 2006: 24).

Remiantis Carlo Jungo suformuluotu žmogaus personas modeliu, kuriuo nusakomas viešai rodomas asmens veidas – kaukė, galima patvirtinti, kad spektaklis aktyviai funkcionuoja visuomenės elgesio normose. Persona nėra tikroji žmogaus esybė, tačiau ji yra būtina šiuolaikiniams santykiams palaikyti atliekant daugybę vaidmenų, leidžiančių prisitaikyti prie įvairių kasdinių situacijų. Kaip ir kiti vaidmenys, persona gali tapti žalinga, asmeniui susitapatinus su kauke iki lygmens, kuriame nesugebama atskirti jos nuo savojo Aš. Tokiu atveju, kai kaukė užslopina kitus asmenybės bruožus ir neleidžia jiems vystytis, o *ego* susitapatina su persona, o ne su tikrąja prigimtimi, vartojama *kaukės išsiplėtimo* arba *infliacijos* sąvoka. Personas sąvoką praplėtė Clarissa Pinkola Estés: persona, arba kaukė – tai rango, dorybių, būdo ir valdžios ženklas. Tai išorinis žymuo išorinėje meistriškumo apraiškoje (Pinkola Estés 2007: 170). Pabrėžus personas reikšmę, galima išskirti vieną svarbiausių personas savybių – *performatyvumą* arba *teatrališkumą*.

Performatyvumas kaip terminas atsirado moderniojo teatro krizės metu, kurią Peteris Brookas nusako taip: „Galima paimti bet kokią tuščią erdvę ir pavadinti ją scena. Per šią erdvę eina žmogus, kažkuris kitas jį stebi – tiek ir

tereikia, kad prasidėtų teatro veiksmas. Teatrą dažnai vadina prostitute, nes laiko jo meną nešvariui, bet šiandieną tai teisinga kita prasme – prostitutė ima didelius pinigus ir duoda trumpą malonumą. Tiesą pasakius, jei žiūrovas syki rimtai pareikalautų tikros pramogos, apie kurią taip dažnai kalba, kažin ar kas iš mūsų žinotų, nuo ko pradėti“ (Brook 1992: 125).

Tačiau postmodernusis arba postdramatinis teatras suranda kitą išeitį. Tai Phyllis Hartnoll įvardija kaip performatyvumą arba teatrališkumą, nusakantį naujas ribas tarp žiūrovo ir atlikėjo (Hartnoll 1998: 284). Performatyvumo atveju ši riba yra sunkiai apčiuopiama, nes nebelieka scenos, skiriančios aktorių ir žiūrovą – posdramaminiame teatre jie greitai mainosi vietomis, kitaip tariant, interaktyviojo performatyvumo atveju kiekvienas tampa trumpalaikiu aktoriumi ar žiūrovu priklausomai nuo situacijos. Interpretacijos laisvė suteikiama ne tik žiūrovui, bet ir aktoriui. Svarbiausias postmoderniojo performatyvumo bruožas – žiūrovas bet kuriuo metu gali virsti aktoriumi ir, atvirkščiai, jie abu suvokia, kad tai yra laikinas vaidinimas su pačių nusistatytomis ribomis. Vaidinimas vyksta tik tol, kol jį kas nors stebi ir interpretuoja, neatsižvelgdamas į ateities ar praeities perspektyvas (brikoliažas arba pastišas). Performatyvumas, gebėjimas laisvai improvizuoti nuolatos kintančiomis aplinkybėmis tampa personos palaiškymo, įvaizdžio formavimo ir savęs pristatymo priemonė.

Vertinant vaidinimo reikšmę visuomenėje, tikslinga vartoti performatyvumo terminą dėl teatrališkumo atskleidžiamos režisūrinio teatro prigimties. Už vaidinimo ir kaukės slepiasi režisierius ar tikrasis Aš, o performatyvumo atveju režisieriaus nebelieka: vaidinimas yra vienintelis egzistuojantis veiksmas, jo vykdytojas – performeris – yra ir atlikėjas, ir personažas, ir žiūrovas už vieną, neturintis jokio kito vidinio ir išorinio fenomenologinio laiko. Tai ir yra vienintelis ir nerežisuotas atlikimas.

Šiuolaikinių technologijų raidos etape performatyvumas persikelia į virtualiąją erdvę ir socialiniuose tinkluose suteikia atgalinio atsako

į propagandą ar antireklaminę akciją galimybę. Veiksmas virtualiojoje erdvėje nebūtinai turi būti originalus, jis gali būti kartotinis, t. y. citata, plagiatas ar citatos citata. Menksta teatro kaip pastato reikšmė ir atsiranda performatyvi žmogaus veikla ne vien tik teatro aplinkoje – politikoje kuriamas įvaizdis, spaudos ir televizijos naudojamas nuomonei kurti, vartotojų elgsenos formavimas rinkodaros priemonėmis, individo savęs pristatymas socialiniuose tinkluose. Vis dažniau pristatymo būdas ir forma tampa svarbiau už pateikiamą turinį.

Nuolat kintančioje aplinkoje žmogaus elgesį galima pagrįsti trijų komponentų abipusio determinizmo modeliu, kuriuo analizuojama nuolatinė kognityvinių, elgesio ir aplinkos veiksmų sąveika (Bandura 1997). Dėl abipusio determinizmo procesų žmonės patys veikia savo likimą, kontroliuoja aplinkos jėgas, kurios savo ruožtu taip pat daro įtaką žmonių elgesiui. Šis trijų komponentų abipusio determinizmo modelis kardinaliai skiriasi nuo kitų vienpusiškų modelių, pagrindinėmis elgesio determinančiomis laikanti tik išorinės aplinkos arba tik vidinius asmenybės veiksmus. Tačiau tokie modeliai negali visapusiškai atspindėti procesų – kai atskiri modelio komponentai nuolatos sąveikauja tarpusavyje ir kai vieno komponento veiklą riboja kiti du, nė vienas iš jų negali būti absoliučiai determinuojantis. Kitaip tariant, viskas yra tik besimainančios aplinkybės ir jų nuolatinis virsmas, ištrinantis bet kokius apribojimus tarp performerio, scenos ir žiūrovo. Šiame kontekste suvokimas apibrėžiamas kaip tam tikras procesas, kai jutimu gaunama informacija (kvapas, forma, spalva ir pan.) per patirtį yra sisteminama ir interpretuojama, o tai sukuria visuminį objekto vaizdą, kuris nėra tapatus jo elementų sumai. Vertinimo atramos tašku tampa žiūrovo lūkesčiai matant personažą, performerio lūkesčiai tą personažą įkūnijant, stereotipizacija, auros efektas ir kiti susiję atributai.

Politinis performansas internetinėje erdvėje

Politikų bandymas užsidėti elektorato lūkesčius atitinkančią kaukę ir žaisti žaidimą su nesudėtingomis, vidutinio išsilavinimo elektorato suvokimo lygmenį atitinkančiomis taisyklėmis padeda laimėti rinkimus – tai tik keletas priemonių, naudojamų politiko ir elektorato teatriniam pasirodymui. Vienas iš politinio performanso pavyzdžių – pašaipa ir nuolatinis citavimu interneto tinkle pasibaigęs Algirdo Brazausko arimo ritualas (youtube.com 2007).

Šis fiasko pasibaigęs vaidmuo kurtas dėl žiūrovų lūkesčių ir yra senesnio nei 2000 metų ritualo atspindys. Šio ritualo ištakos siekia pirmojo Kinijos imperatoriaus Ši Huangdi (260 m. pr. Kr. – 210 m. pr. Kr.) laikus. Imperatorius inicijavo naujų ritualų kūrimą, pristatydamas save kaip pirmąjį žemdirbį tėvo arėjo rituale. Simboliniu plūgu imperatorius suardavo pirmąją vagą ryžiams, užėmusiems reikšmingiausią agrokultūrinio Kinijos maisto raciono dalį. Arimu imperatorius tarsi pareiškėdavo tautai, kad jis yra toks pat valstietis, kaip ir jie, tačiau savo plūgu jis aria žmonių likimus ir šalies teritorijas. Imperatorius taip pareiškėdavo, kad visi yra tos pačios Kinijos augintojai – jis augina įstatymus, o pavaldiniai jiems paklūsta (Meliksetova 2002).

Kaip ir imperatorius, Brazauskas nesugebėjo arti, tačiau, brisdamas į vagą, jis prisiėmė tėvo arėjo arba valstiečio vaidmenį tam, kad elektoratas galėtų tapatintis su savo didvyriu. Aleksandras Mitta teigia: „Jei sutampa kuriamo personažo ir auditorijos vertybės, jos yra suvokiamos ir artimos, žiūrovas pradeda tapatintis su kuriamais personažais“ (Mitta 2006: 24). Pasirodymas agrariniam elektoratui yra scenarijus, kuriame veikia tėvas arėjas arba artimas jam personažas, gudrus valstietis. Susitapatinimui svarbu ir tai, kad auditorija pamiltų savo herojų. Strategija pirmiausia parodo patrauklias herojaus savybes, o vėliau atskleidžia ir neigiamus jo bruožus. Dėl šios priežasties skirtingų laikotarpių politikai tapė rąstus

(Leninas), darbavosi kastuvu (Italijos diktatorius Benito Mussolini). Tai yra mėginimas sukurti vadinamąjį auros efektą – asmenybė, kuri mus valdo, nėra vidutinybė, ji yra autoritetingo išminčiaus arba patriarcho aura. Autoriteto elgesio modelis būdingas ir beždžionėms – tai giliai įsišaknijęs instinktas hegemoną tapatinti su išmintimi ir profesionalumu dėl ilgalaikio buvimo hierarchijos viršūnėje. Perfrazuojant Fredricą Jamesoną, „tikimybė patekti į kongresą atstovui su viršsvoriu arba kalbos defektu yra mažesnė nei manekeno duomenis turinčio aktoriaus“ (Jameson 2002: 36). Tai galėtų būti pagrįsta Jungtinių Amerikos Valstijų kongreso nariais tapusių Arnoldo Schwarzeneggerio ar Ronaldo Reagano pavyzdžiais.

Dar vienu politiniu performansu įvardijamas nekaltas vaiko pakėlimas ant rankų, demonstruojantis politiko kaip šeimos globėjo, tautos tėvo ar saugumo garanto vaidmenį. Taip elektoratui transliuojama rinkėjų lūkesčius atliepianti žinutė apie saugumo ir globos poreikio pateisinimą. Būtent lūkesčių formulavimo lygmeniu sukuriama simbolinės reikšmės, leidžiančios pamilti herojus, tapatintis su deklaruojamomis vertybėmis ir palaikyti kuriamą personažą. Kaip ir Ervingo Goffmano (Goffman 2000) institucinio dramatizmo scenoje, politinėje vaidybos aikštelėje matomas tik scenoje esantis personažas, nutylintis užkulisinį viešųjų ryšių ir personažo režisierių darbą. Taigi galima išskirti tris kategorijas, kurios galėtų būti pavadintos lūkesčiais. Pirmoji kategorija yra performerio lūkesčiai dėl jo veiksmų rezultato. Antroji – elektorato arba žiūrovo lūkesčiai, t. y. tai, ką žiūrovas mato ir kaip tai, ką mato, interpretuoja. Trečioji lūkesčio kategorija yra idealusis performansas – arba žiūrovas tikisi pamatyti, o performeris tikisi būti perskaitytas būtent taip, kaip įsivaizdavo noris pamatyti, arba performeris atliko performansą būtent taip, kad žiūrovas galėtų perskaityti tikslią žinutę.

Dėl jau minėtų determinizmo ir fenomenologinio lauko nesutapimų neįmanoma išpildyti idealaus lūkesčio, mat fenomenologinis atlikėjas ir žiūrovo laukas sutampa tik iš dalies. Dėl šios

priežasties politikų fenomenologinis laukas tolsta nuo idealių link realių performerio galimybių demonstravimo. Atsiranda scenos baimės, improvizavimo netikėtomis aplinkybėmis, fono įtakos, mobingas – visa tai, kas internetinės visuomenės kontekste žiūrovams leidžia mėgautis politikų klaidomis, nuplėštomis kaukėmis ir parodijuojamo nemokšiško demonstravimu arba pačios scenos absurdiškumu bei sukelia nepasitikėjimą politiniu performansu. Taip politiko politinės propagandos lūkestis virsta parodija ir postmoderniu pastišu. Neatitikus lūkesčių, personažais tampa nebe tie, su kuriais tapatinamasi, o absurdo ir komedijos žanro vaidmenų atlikėjai. Anot Gintauto Mažeikio, tokie atlikėjai kuria realybės nebeatitinkančius pseudodidvyrius, supriešinančius politinius pesimistus internautus su tais, kurių lūkesčius tai atitinka (Mažeikis 2012: 58). Dainiaus Pūro suformuluota sąvoka „patyčių visuomenė“ apibrėžia šią situaciją kaip „smurto visuomenės įsimylėjimą“ (delfi.lt 2014). Atsiranda naujo pobūdžio, bekaukės ir neperformatyvinės, virtualiosios tiesos deklaravimas – tai yra dar vienas teatrališkumo efektas. Teiginys, kad tai nėra performatyvu arba atitinka kažkokią objektyvią tikrovę, jau yra performatyvumas. Tai metodas vienas scenas pakeisti kitomis arba savanaudiška aspiracijos klaida, priskiriant sėkmes vidiniams veiksniams, o nesėkmes – išoriniams, pavyzdžiui, „Rolandas Paksas nekaltas, kalta aplinka“. Tą patį galima pastebėti situacijoje, kai ant pakuotės užrašoma, kad maistas „tikrai ekologiškas“. Tai tarsi nusako, jog tiekėjų maistas be tokio užrašo nėra ekologiškas. Taip ekologiškas maistas virsta verslo objektu arba kovos dėl maisto pakuočių performansu.

Kaukės nuplėšimas gali turėti ir labai keistų asmenybės ir idealaus lūkesčio santykio nesutapimo padarinių, štai *delfi.lt* straipsnyje aprašoma paradoksali neonacio istorija: „C. Szegedi buvo antras asmuo neonacistinėje ir antisemitinėje partijoje „Už geresnę Vengriją“ („Jobbik“), kuri yra trečioji pagal dydį politinė jėga šalyje. Tik jos lyderis Gaboras Vona galėjo pasigirti

didesne charizma bei puikesniais oratorystės gebėjimais ir štai staiga kažkas pasikeitė, radikalai ir visiškai atsitiktinai – C. Szegedi sužinojo apie savo žydiškas šaknis. <...> Ieškodamas prarasto ryšio, jis paliko vadovaujančius postus ir išstojo iš partijos“ (delfi.lt 2013).

Projektuojami lūkesčiai nebūtinai turi pasiekti elektoratą arba lūkesčiai nebūtinai turi pasiekti savo tikslą, mat projektuojančiojo lūkesčiai nebūtinai turi sutapti su bendrąja opinija. Svarbiausia, kad lūkesčiai būtų matomi ar pastebėti, o jų patenkinimas nėra esminis veiksnys. Baumanas teigia: „Mane mato per medijos kanalus, vadinasi, aš egzistuoju“, todėl negatyvus turinio naratyvas gali sukelti tokių pat teigiamą efektą kaip ir pozityviojo. Lūkestis yra ne apie sukuriamą teigiamą įvaizdį, o apie matomumą ar pasirodymą, nekreipiant dėmesio į tai, kiek trumpalaikis yra pats pasirodymas ir kieno lūkesčius jis atspindi. Net kaukės nuplėšėjo lūkestis parodyti sceną ir kaukę yra naudingas kaukės ir scenos nešiotojui, nes jis tampa matomesnis bendrame informaciniame chaose (Bauman 2002: 124).

Rinkodaros performansas

Toliau trumpai aptariamas rinkodaros performansas, kuris, Baumano žodžiais tariant, yra įgavęs valstybinį mastą: „Valstybė telkia savo narius kaip vartotojus <...> arba atlikti pareigą kaip vartotojui. Vartotojas turi būti patenkintas akimirksniu. Tradicinis poreikių ir jų tenkinimo santykis apverčiamas: patenkinimo pažadas ir viltis būna ankstesni už poreikį, kurį žadame patenkinti, ir jie visada bus stipresni ir labiau kerintys nei išlikę poreikiai. Iš tikrųjų pažadas būna tuo patrauklesnis, kuo neįprastesnis būna poreikis; maloniau išgyventi tokias patirtis, kurių net neįsivaizdavai esant; o geras vartotojas yra malonumų mėgstantis avantiūristas. Gerą vartotoją kankina ne noras patenkinti poreikius, o dar niekada nepatirti ar neįtarti troškimai, kurie daro pažadą tokių viliojanti“ (Bauman 2002: 126).

Baumano įžvalgas galima papildyti tuo, kad rinkodarininkai manipuliuoja labai pavojinga savaime suprantamybės sąvoka. Ši sąvoka vartotojams primeta paauglio suvokimo modelį – rinkodaroje negalima suvokti pasaulio „galimybės“, nes čia viskas yra tik „realybė“. Kyla savotiška konkurencija su performansu, kuris vyksta scenoje – mat jis parodo, kad ir rinkodaroje yra performansas, o tai pradeda kelti abejonių ir „galimybių“, kas visiškai nepatogu vartotojui, kuris turi siekti pelno, o ne užsiimti „galimybių“ analize.

Lūkestis tampa labai svarbia pozicija, mat geismas vartoti ir yra idealaus performanso lūkestis. Vartotojo lūkestis – patenkinti geismą, o rinkodaros tikslas – kad lūkestis būtų kuo greičiau pamirštas. Fenomenologinis laukas čia prasilenkia taip pat kaip ir politiniame ar socialinio tinklo performanse: žiūrovas kritikuoja ir yra kritikuojamas, nuplėšiamos kaukės ir kuriamos naujos, o performeris (šiuo atveju rinkodaros strategija) stengiasi, kad tai virstų idealiu lūkesčiu, kuris, „savaime suprantama“, yra vienintelė realybė, o ne galimybė. Fenomenologinis lūkestis lieka patenkinamas tik iš dalies. Vienas tokių pavyzdžių, nusakančių pirkėjo ir pardavėjo tarpusavio santykį, galėtų būti korporatyvinio performatyvumo atvejis: *Achema* per spaudos vienetus informuoja, kad jei *Gazprom* nesumažins jiems kainos tiesioginių derybų metu, jie susiras alternatyvius dujų tiekėjus. Visa tai daroma per spaudą, rašant straipsnį antrašte „Achemos“ vadovas: SGD terminalas gali tapti alternatyva „Gazprom“ dujoms“ (15min.lt 2014). Performansas vyksta viešojo dispuoto pavidalu, kalbant apie kompanijos konkurencingumą ir trąšų kainų tendencijas, tačiau žinutė labai aiški: *Achema*, kaip trečdalis Lietuvos suvartojamų dujų gavėjas, daro spaudimą dujų tiekėjui, pasitelkdamas spaudą ir taip sukuria regimybę, kad, nemažinant kainos, visa Lietuva taip pat atsisakys *Gazprom* dujų. Ši žinutė perduodama trečiuoju asmeniu, tarsi diskutuojant apie alternatyvią energetiką ir verslo planus. Performansas atspindi pardavėjo lūkestį parduoti dujas brangiau, kai pirkėjas,

naudodamas žiūrovą (spaudos vienetą), teigia, kad tai tik galimybė, o ne sprendimas. Bet kuriuo atveju, kol keliamas bendrasis vidaus produktas, bus reikalingas nuolatinis lūkesčio palaikymas, suaktyvinimas, o kartu – strategijų ir kaukių perdarymo mechanizmas. Tai garantuoja nuolatinės darbo vietas kūrybinių industrijų specialistams.

Išvados

Performanso, kaip viešo vaidmens kūrimo reiškinys, pasireiškia įvairiose socialinio gyvenimo sferose. Nors, pažįstant socialinius vaidmenis, performanso išvengti neįmanoma, tačiau galima pažinti mechanizmą, kaip performansas atliekamas. Asmuo, gebantis atpažinti manipuliacijas, vykstančias rinkodaros ar politiniuose procesuose, nepasiduos įtakoms ir sugebės išlaikyti kritinį mąstymą manipuliacijų akivaizdoje. Tai ypač svarbu patyčių atveju: išmokus ir atpažįstant lūkesčio kūrimo mechanizmą, įmanoma jam nepasiduoti ir nekurti manipuliacijos sistemų.

Vidurinio ir aukštojo mokslo sistema turėtų praplėsti adaptacinių rėmų ribas ir dalį mokyimo laiko skirti daugiadalykiui holistiniam socialinių vaidmenų pažinimui, savęs pristatymo ir pozicionavimo lūkesčių keitimui, gilesnio ir platesnio požiūrio į socialinę veiklą ir žmogaus padėtį socialinėje aplinkoje sukūrimui.

Literatūra

15min.lt. 2014. „Achemos“ vadovas: SGD terminalas gali tapti alternatyva „Gazprom“ dujoms, *BNS* [interaktyvus], [žiūrėta 2015 m. rugpjūčio 7 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.15min.lt/verslas/naujiena/energetika/achemos-vadovas-sgd-terminalas-gali-tapti-alternatyva-gazprom-dujoms-664-464200>

Bandura, A. 1997. Elgesio teorija ir žmogaus modeliai, *Psichologija* 16: 9–19.

Bauman, Z. 2002. *Globalizacija: pasekmės žmogui*. Vilnius: Strofa.

Bauman, Z. 2013. *Online/Offline. Life between Two Worlds – Contradictory or Compatible? And to What Effect?..* Vilniaus universitetas, 2013 m. spalio 29 d. (neskelbtas šaltinis).

Brook, P. 1992. *Tuščia erdvė*. Vilnius: Scena.

Debord, D. 2006. *Spektaklio visuomenė*. Vilnius: Kitos knygos.

delfi.lt. 2014. *D. Pūras: vaikas negimsta su gebėjimu tyčiotis – to išmokstama iš suaugusiųjų* [interaktyvus], [žiūrėta 2015 m. rugpjūčio 24 d.]. Prieiga per internetą: http://www.delfi.lt/gyvenimas/namai_ir_seima/dpuras-vaikas-negimsta-su-gebejimu-tyciotis-to-ismokstama-is-suaugusiųjų.d?id=64353216

delfi.lt. 2013. *Tragedija: neonacių lyderis sužinojo, kad yra žydas* [interaktyvus], [žiūrėta 2015 m. rugpjūčio 24 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.delfi.lt/news/daily/world/tragedija-neonacių-lyderis-suzinojo-kad-yra-zydas.d?id=63105822>

Goffman, E. 2000. *Savęs pateikimas kasdieniame gyvenime*. Vilnius: Vaga.

Hartnoll, Ph. 1998. *Teatras: trumpa istorija*. Vilnius: R. Paknio leidykla.

youtube.com. 2007. *Brazauskas aria* [interaktyvus], [žiūrėta 2015 m. rugpjūčio 7 d.]. Prieiga per internetą: https://www.youtube.com/watch?v=c_oaBlk836A&list=RDc_oaBlk836A#t=70

Jameson, F. 2002. *Kultūros posūkis: rinktiniai darbai apie postmodernizmą (1983–1998)*. Vilnius: Lietuvos rašytojų sąjungos leidykla.

Mažeikis, G. 2012. *Po pono ir tarno: lyderystės ir meistrystės dialektika*. Vilnius: Kitos knygos.

Meliksetova, A. 2002. *Istoriya Kitaya. Podred*. Moskva: MGU, Vysshaya shkola.

Mitta, A. 2006. *Kinas tarp pragaro ir rojaus*. Vilnius: Lietuvos muzikos ir teatro akademija.

Pinkola Estés, C. 2007. *Bėgančios su vilkais: Laukinės Moters archetipas mituose ir pasakose*. Vilnius: Alma littera.

Stevenson, M. 2014. *Optimisto kelionė į ateitį: kiek ir kaip mes gyvensime*. Vilnius: Tyto alba.

MISTAKES OF PERFORMANCE IN SOCIAL ROLES CREATION

Andrius PULKAUNINKAS, Rusnė KREGŽDAITĖ

Roles and performances created by theatre methods are not just the genre of the stage. Creation of the roles is transforming into to social sphere and in this case it is important to identify, understand and analyse these processes. In this article the definitions of performance are explained. Performance, as the method of expression, is analysed in various contexts: social roles creation in politics, in social markets and marketing tools. It is impossible to avoid the performance in social roles, but it is possible to understand how it is functioning. If person has abilities to notice the manipulations in marketing or politics, he will not be influenced by them. This article analyses cases of performance in various contexts, the mistakes in the roles creation and interpretation are revealed.

Keywords: performance, politics, marketing, social networks, social roles.