

Vilniaus universiteto
Komunikacijos fakulteto
Informacijos ir komunikacijos katedra

Eglė Driukaitė,
Ryšių su visuomene magistro studijų programos studentė

**Komunikacijos kampanijos viešojoje erdvėje.
Atvejo analizė – „Lietuvos“ kino teatro išsaugojimo akcijos**

Magistro darbas

Vadovė dr. R. Matkevičienė

Vilnius, 2008

REFERATO LAPAS

Driukaitė, Eglė

Dr 01 *Komunikacijos kampanijos viešojoje erdvėje. Atvejo analizė – „Lietuvos“ kino teatro išsaugojimo akcijos* : magistro darbas / Driukaitė Eglė; mokslinis vadovas: Matkevičienė Renata.

Vilniaus Universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2008, lap.: 58.

Lent. – Mašinr. – Santr. angl. – Bibliogr.: p. 56 – 58 (Komunikacijos kampanijos viešojoje erdvėje.

Atvejo analizė – „Lietuvos“ kino teatro išsaugojimo akcijos).

UDK indeksas 316: 008

Raktiniai žodžiai: viešoji erdvė, viešasis diskursas, komunikacijos kampanija, visuomenės interesas, pilietiška visuomenė, J. Habermasas, „Lietuvos“ kino teatras.

Magistro darbo objektas – komunikacijos kampanijos viešosiose erdvėse. Darbo tikslas – išanalizuoti, kaip per vykdomos komunikacijos kampanijas viešojoje sferoje, pasireiškia viešosios erdvės suvokimas Lietuvoje. Darbo uždaviniai yra:

1. išnagrinėti viešosios erdvės koncepciją.
2. išanalizuoti viešojoje erdvėje vykstančius komunikacijos procesus.
3. ištirti, koks komunikacijos kampanijų informacijos turinys pateikiamas internetinėje viešojoje erdvėje, taikant vieno atvejo situacijos ir internetinės žiniasklaidos turinio analizės tyrimą.

Darbe didžiausias dėmesys skiriamas J. Habermaso ir kitų tyrinėtojų viešosios erdvės koncepcijai ir komunikacijos procesams joje. Naudojantis žiniasklaidos turinio (angl. *content analysis*) analizės metodu bei tiriant pasirinkto objekto – „Lietuvos“ kino teatro, kaip miesto viešosios kultūrinės erdvės – situaciją, analizuojant šio objekto teritorinę ir kultūrinę vertę, bei vykdytas komunikacijos kampanijas, prieita prie išvados, kad viešoji erdvė Lietuvoje kol kas yra labiau suvokiama kaip dar nespėta privatizuoti teritorija, tačiau dėl šio kino teatro stojusiųjų ginti piliečių iniciatyvų, viešosios erdvės koncepcijos suvokimas plečiasi ir ji pradedama įsisąmoninti kaip socialinės ir kultūrinės gerovės pagrindas demokratiškoje visuomenėje. Analizuojant viešosios erdvės situaciją internetinės žiniasklaidos turinyje, pastebėta, kad viešosios erdvės, kaip visuomenės gerovės ir laisvo komunikavimo joje kontekstas glaudžiai susijęs su visuomenės intereso puoselėjimu.

Palyginus laisvų ir nepriklausomų portalų, bei verslo ir valdžios institucijų internetinių pranešimų šiuo klausimu kiekį, pastebėta, kad daugiausia apie šias problemas kalba nešališki autoriai laisvuose internetiniuose puslapiuose. Verslo atstovų vykdytos komunikacijos kampanijos šia linkme, yra taip pat gausios, susietos su privačių interesų, kurie pateikiami, kaip visuomenei naudingi, pristatymu. Tuo tarpu valdžios, Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos (LRKM) ir Vilniaus miesto savivaldybės (VMS) pozicija išryškėjo kaip neobjektyvi, remianti vieną – verslo pusę. VMS

internetinėje svetainėje pateikiama labai menka informacija apie šį atvejį, o LRKM tiriamuoju laikotarpiu nepateikė iš viso jokios konkrečios informacijos. Komunikacijos kampanijų ir turinio analizė internetinėje erdvėje parodė, kad nesant teisiškai sureguliuotam viešųjų erdvių registrui, visuomenės intereso gynimo įstatymui, valdžios ir verslo institucijos dar nėra visuomenei atsakingos dėl savo, viešąsias erdves likviduojančių, veiksmų.

Magistro darbas gali būti naudingas komunikacijos, ryšių su visuomene programų dėstytojams ir studentams, pilietinėms organizacijoms, LRKM ir VMS darbuotojams.

TURINYS

ĮVADAS

1. VIEŠOSIOS ERDVĖS KONCEPCIJA

1. 1. J. Habermaso viešosios erdvės samprata 8 p.

1. 2. Viešojo erdvė Lietuvoje 13 p.

2. KOMUNIKACIJA VIEŠOJOJE ERDVĖJE 18 p.

2. 1. Komunikacijos viešojoje erdvėje formos 21 p.

3. KOMUNIKACIJOS KAMPANIJŲ VIEŠOJOJE ERDVĖJE SITUACIJOS

ANALIZĖ, ATLIEKANT „LIETUVOS“ K/T ATVEJO TYRIMĄ 26 p.

3. 1. Problemų analizė nagrinėjant „Lietuvos“ k/t likvidavimo atvejį 28 p.

4. KOMUNIKACIJOS KAMPANIJŲ INTERNETINĖJE ŽINIASKLAIDOJE TURINIO

ANALIZĖ

4. 1. „Lietuvos“ k/t, kaip viešosios kultūrinės erdvės reikšmingumas 33 p.

4. 2. Viešojo intereso gynimo mastas 37 p.

4. 3. Verslo pozicija 41 p.

4. 4. Valdžios pozicija 44 p.

Tyrimo rezultatai 47 p.

IŠVADOS

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

Communication Campaigns in Public Sphere. A case study – saving actions against of the cinema theatre “Lietuva” liquidation (summary)

IVADAS

Šiuo metu Lietuvoje imama garsiau ir daugiau kalbėti apie viešąją erdvę ir jai kilusias grėsmes, kurios susietos su privataus kapitalo įsigalėjimu viešojoje sferoje. Šiame darbe pateikiami svarbiausi momentai, kalbant apie viešosios erdvės koncepciją ir ypatybes, kurias yra apibrėžę šios srities tyrinėtojai, gilinamasi į komunikacijos procesus viešojoje erdvėje, į iškilusias pagrindines problemas ir į tai, kaip visuomenė Lietuvoje suvokia viešąją erdvę, kaip pasireiškia visuomenės nuomonė konkrečiu atveju.

Viešoji erdvė, pagal mokslininkų pateiktas sampratas yra suvokiama kaip socialinė viešojo diskurso arena, kuri yra nepriklausoma nuo privataus kapitalo ir turinti autonomiškumą nuo valdžios (nors ir yra jos išlaikoma), kurioje klesti laisva debatų, dialogo forma, argumentuotas kritinis požiūris, formuojama viešoji nuomonė. Viešoji erdvė atlieka svarbų socialinį vaidmenį kiekvieno individo saviraiškoje, tarnauja kaip pagrindinis informacijos šaltinis. Vienas žymiausių socialinės srities teoretikų, kuris ir suformulavo viešosios erdvės koncepciją, yra vokiečių mokslininkas Jurgenas Habermasas (g. 1929 m.). Savo tyrimuose J. Habermasas aprašo XVIII ir XIX a. viešosios erdvės formavimąsi, kuomet ji atliko pagrindines savo funkcijas – tarnavo kaip besivystančios demokratinės visuomenės viešas diskursas, leidžiantis išsivaduoti iš feodalinės santvarkos, sklirti mažiau suvaržytai žodžio laisvei. Tačiau, kaip pabrėžia šis teoretikas, XX a. viešoji erdvė ima nykti dėl pernelyg sustiprėjusio kapitalizmo, kurio dėka į viešą diskursą (spaudą) ėmė skverbtis reklama ir nekokybiška informacija. Šios neigiamos viešajai erdvei tendencijos vystėsi ir klestėjo visą XX a. ir tai turėjo ir turi nepataisomų neigiamų padarinių viešosioms kultūrinėms erdvėms, laisvoms debatų formoms, visuomenės interesui.

Lietuvoje ilgą laiką vykstantis visuomeninių, kultūrinių viešųjų objektų privatizavimo procesas, keičia viešumo ir privatumo santykį. Kalbant apie viešąją erdvę, labai svarbus yra jos teritorinis išsaugojimas. Tam, kad viešoji erdvė funkcionuotų, ji pirmiausia turi egzistuoti. Valdžiai pritariant, privataus kapitalo naikinama viešoji sfera laipsniškai netenka viešojo diskurso erdvių. Nykstančioms viešosioms erdvėms Lietuvoje nesuteikiamos konkurencingos alternatyvos, visuomenei tarsi nebepaliekama galimybių apginti savo interesų, nes viešų interesų gynybą nusavina komercinės, privataus kapitalo valdomos žiniasklaidos priemonės bei verslo interesuose paklampinti valdžios atstovai. Pašalinami iš įvairių politinio dalyvavimo formų, piliečiai netenka kritiško pilietinio aktyvumo, kuris leistų vieningai ginti savo teisių į viešą erdvę ir jos išsaugojimą. Vienas iš žinomiausių ir žiniasklaidos dėmesio sulaukęs kovos prieš viešosios erdvės privatizavimo atvejų – akcijos prieš buvusio „Lietuvos“ kino teatro (k/t) likvidavimą. Ar dėl „Lietuvos“ privatizavimo suinteresuotos grupės tikėjosi tokios aktyvios visuomenės pasipriešinimo bangos dėl

1960 metais Vilniuje statyto kino teatro? Juk valdžios diktuojamas gyvenimo būdas labai dažnai skatina susvetimėjimą, neveiklumą ir apatiją ne tik viešosios erdvės sferai, bet ir kitiems, su viešuoju interesu susijusiems, reiškiniams. Tik teoriškai skatindama pilietišką visuomenę ir dažnai savo informacijos kanaluose ribodama informacijos sklaidą valstybė mažina ir perleidžia privačiam kapitalui viešojo diskurso sferas, tokias kaip kultūrinės viešosios erdvės, valstybinės reikšmės objektai ir kt., taip užkirsdama kelią vystytis visuomenės gerovei, alternatyvų pasirinkimui, pilietinę visuomenę paversdama „manipuliuojama vartotojų mase“ (ten pat).

Tobulėjant žiniasklaidai, jai tapus ir elektroninei, prasiplėtė viešosios srities ribos ir susikūrė nauja, patogi niša joje kurti ir vystyti ryšius su visuomene, vykdyti įvairias komunikacijos kampanijas. Kaip yra nušviečiami žiniasklaidoje, privačių ir valstybinių įstaigų kanaluose įvykiai, susiję su viešųjų erdvių naikinimu ir, ar iš viso jie patenka į jų akiratį? Kokią informaciją apie tai pateikia valstybinių institucijų ir verslo kompanijų internetiniai puslapiai – pagrindiniai jų informacijos šaltiniai. Kaip konkrečiu viešosios erdvės likvidavimo atveju, būtent „Lietuvos“ k/t privatizavimo atveju, reaguoja visuomenė? Neaiškus ir vangus valdžios ir visuomenės požiūris į viešąją erdvę, jos nepuoselėjimas, kelia klausimą, kas apskritai yra viešoji erdvė, kaip viešoji erdvė yra suvokiama ir įsisąmoninama šiandien ir kokią jos sampratą yra pateikęs šios srities tyrinėtojas J. Habermasas. Ar, kintant visuomenei, viešoji sritis išlaiko savo funkcijas, kurias yra apibrėžę šios srities tyrinėtojai?

Siekiant geriau suvokti viešosios srities sampratą, kokią ją suformulavo J. Habermasas ir koks yra jos suvokimas Lietuvoje dabar, šis darbas yra skirtas – išsiaiškinti, ką apibrėžia J. Habermaso viešosios erdvės koncepcija, kokios yra jos kaitos priežastys ir perspektyvos. Kaip ji šiandien išnaudojama nuomonės formuotojų tikslams, taip pat ir ryšiuose su visuomene, vykdant įvairias komunikacijos kampanijas, išsigilinti į šiuolaikines viešosios erdvės formas, tokias, kaip televizija ir internetas, kurios daro didelę įtaką viešosios nuomonės formavimui ir atverian dideles galimybes komunikacijos kampanijoms. Toliau analizuojama viešosios erdvės samprata Lietuvos kontekste, komunikacijos kampanijų vykdymo viešojoje srityje analizavimą – konkretaus, „Lietuvos“ k/t likvidavimo atvejo tyrimą – bendros situacijos ir internetinės *žiniasklaidos turinio analizė* (angl. *content analysis*) – kuriuo siekiama išsiaiškinti, kokia tai yra viešoji erdvė bei kiek ir kokios informacijos apie „Lietuvos“ k/t likvidavimą pateikiama nepriklausomuose internetinės žiniasklaidos kanaluose, verslo kompanijos internetinėje svetainėje bei valstybinių institucijų, atsakingų už miesto vystymąsi ir kultūrą, internetinių puslapių turinyje.

Galime kelti *hipotezę*, kad nevaržomos viešosios erdvės, kaip vieno iš būtimų demokratijos elementų egzistavimo, svarba Lietuvoje dar tik pradedama įsisąmoninti. Kad valdžia, netobulinanti įstatymų ir ne visada užtikrinanti atvirumo, informacijos prieinamumo, viešumos egzistavimą, sprendžiant viešuosius klausimus labiau palaiko verslo atstovų, o ne pilietinių organizacijų vykdomas komunikacijos kampanijas viešojoje erdvėje.

Todėl šio *darbo tikslas* yra – išanalizuoti, kaip per vykdomos komunikacijos kampanijas viešojoje sferoje, pasireiškia viešosios erdvės suvokimas Lietuvoje.

Darbo uždaviniai:

1. išnagrinėti viešosios erdvės koncepciją;
2. išanalizuoti viešojoje erdvėje vykstančius komunikacijos procesus;
3. ištirti, koks komunikacijos kampanijų informacijos turinys pateikiamas internetinėje viešojoje erdvėje, taikant vieno atvejo situacijos ir internetinės žiniasklaidos turinio analizės tyrimą;

Darbe tirinėjamos problemos yra ypač aktualios dabar, nes „Lietuvos“ k/t – kultūrinė viešoji erdvė – šiandien jau yra prarasta ir ji akivaizdžiai parodo, kad besiformuojanti pilietinė visuomenė, ginanti savo interesus šiandieninėje Lietuvoje, dar nepajėgi laimėti prieš galingą kapitalą, kuriam valdžios sudaromos visos teisės įgyvendinant savo planus.

Šia tema savo kritinius pastebėjimus dėl viešosios erdvės suvokimo ir funkcionavimo problemų Lietuvoje savo moksliniuose, analitiniuose straipsniuose yra išsakę dalis lietuvių tyrinėtojų, kuriais yra remiamasi šiame darbe: daktaras, filosofas Gintautas Mažeikis, profesorius Žygfintas Pečiulis, bernardinai.lt vyr. redaktorius Andrius Navickas, docentė Vilija Gudonienė, filosofas Leonidas Donskis ir kt. Iš užsienio, be pagrindinio autoriaus Jurgeno Habermaso, darbe remiamasi Manuelio Castellso „Tapatumo galia“, knyga, kuri atskleidžia informacijos vadybos šviesiąsias ir tamsiąsias puses, o taip pat kitais autoriais ir šaltiniais. Pastaraisiais metais viešosios komunikacijos tyrimų sritis žengė naują žingsnį – imama analizuoti bei svarstyti Lietuvos žiniasklaidos raidą tarptautinėje arenoje, lyginti skirtingų Europos šalių viešojo informavimo kultūras, ieškoti įtakų, skirtingumų ar panašumų. Detaliai apžvelgiama Lietuvos viešojo informavimo sistemos kūrimosi raida, aptariami transformacijos procesai (*Naujosios žiniasklaidos formavimasis Lietuvoje (1988–1998)*, Balčytienė, 2002), analizuojama kokia vyko viešosios erdvės transformacija Lietuvoje Nepriklausomybės vystymosi, kūrimosi ir formavimosi etapuose („*Viešosios erdvės transformacija Lietuvoje: 1988-2000 m.: laikraščių atvejais*“ Nevinskaitė, 2006). Panašūs internetinės žiniasklaidos turinio tyrimai dėl „Lietuvos“ k/t, kaip viešosios erdvės egzistavimo, anksčiau nebuvo atlikti, pateikiami tik įvairių autorių pasisakymai, publikuoti analitiniai, kritiniai straipsniai šia tema.

1. VIEŠOSIOS ERDVĖS KONCEPCIJA

1.1. Jürgeno Habermaso viešosios erdvės samprata

Jürgen Habermasas neabejotinai yra vienas įtakingiausių tarp dabartinių ir Frankfurto mokyklos teoretikų, Theodoro Adorno ir Maxo Horkheimerio tradiciją tęsiantis socialinės srities tyrinėtojas. „Jo viso gyvenimo projektas – išsiaiškinti atviros ir laisvos komunikacijų prielaidas – turi aiškių sąsajų su viešosios erdvės atsiradimo ir nuosmūgio analize“ (Castells, 2006). J. Habermaso pastebėjimai ir požiūris į viešąją erdvę turėjo didelę įtaką šios socialinės srities tyrinėjimuose. Nepaisant to, kad J. Habermaso idėjos buvo kritikuojamos, jos yra neįkainuojamos ir dėl kritikos teiginio, kad informacijos kiekis lemia visuomenės informuotumo kokybę, ir dėl tvirtinimo, kad viešojoje erdvėje formuojama visuomenės nuomonė.

Jürgen Habermasas „viešosios erdvės“ sąvoką pirmą kartą pavartojo savo 1962 metais išleistame veikalė „*Struktūrinė viešosios erdvės transformacija*“ (vok. *Strukturwandel der Öffentlichkeit*), o daugelis šiuolaikinių teorinių prielaidų, buvo sukurtos tik 1987 metais, J. Habermaso veikalą išvertus į anglų kalbą *The structural Transformation of the Public Sphere*. Čia vokiškam žodžiui „*Öffentlichkeit*“ (liet. *atvirumas, viešumas*) anglų kalboje rastas atitikmuo „*public sphere*“ (liet. *viešoji erdvė*). J. Habermaso veikalė išdėstyta viešosios srities koncepcija teigia, jog kapitalizmo plitimas Didžiojoje Britanijoje XVIII ir XIX a. sudarė sąlygas atsirasti viešajai erdvei, kuri jau nuo XX a. vidurio ima nykti. Šio mokslininko pateikta viešosios erdvės samprata yra suvokiama kaip socialinė ir komunikacinė, debatų arena, laisvas piliečių forumas. Individų, subjektų visuma tampa informacijos vartotojų rinka, kurioje išsakomi argumentai ir formuojama viešoji nuomonė, kuria grindžiami politiniai demokratinės valstybės sprendimai. Vieši statiniai, visiems prieinamos nekomercinės institucijos, turi išreikšti ir patenkinti piliečių interesus bei lūkesčius.

J. Habermasas teigia, kad viešoji sritis, o jo žodžiais, „buržuazinė viešoji sritis“, atsirado plėtojantis būdingiems XVIII a. kapitalistinės, modernios visuomenės Didžiojoje Britanijoje bruožams (senovės Graikijoje ji apėmė turgaus aikštės ar agoros erdvę). Viešosios erdvės samprata susiejama su valstybės reformomis, demokratijos vystimusi ir komunikacijos modelių kaita. Viešojo gyvenimo vieta ima kurti dialogo formas (tribunolą, komuną, karo žaidimus). Formuojantis moderniai, demokratinėi valstybei, ryškėja kitoks buržuazinis santykis su valdžia. Renesanso epochos miestų prekybininkai, verslininkai asimiliavosi su dvaro kultūra ir atsiradusi naujoji buržuazija ima provokuoti tam tikrą įtampą tarp miesto ir dvaro. Lemiamos reikšmės turėjo tai, kad privataus kapitalo savininkai siekė išsikvoti nepriklausomybę nuo bažnyčios ir valstybės. Tuo metu viešajame gyvenime dominavo dvasininkija ir dvariškiai, o feodaliniai santykiai buvo įprastas

dalykas, tačiau verslininkų, prekybininkų pelnas augo ir jų turtai tą socialinį pranašumą pamažu naikino. Pirmaujantys kapitalistai ėmė remti kultūros („literatūros“) sritį – teatrą, dailę, romanus, literatūros kritiką, kavines, salonus. Tai skatino atsirasti ir nepriklausomą nuo išorinės įtakos kritikos sritį: „čia pokalbis [virto] kritiniais vertinimais, o *bons mots* (sąmojai) – argumentais“ (Castells, 2006).

Vienas visuomenės modernėjimo ir demokratijos užuomazgų bruožų buvo tas, kad „vidurinėsios klasės piliečiai įgijo teisę ir galimybių užsidirbti, kurti politiškai modernią pilietišką visuomenę su viešosios erdvės diskurso elementais – laikraščiais, knygomis, salonais, diskusijų bendruomenėmis – viso to buvo siekiama norint sukurti teisišką socialinę nepriklausomybę nuo valdžios ir Bažnyčios įtakos (Monroe, 1995). Kitas bruožas – šių diskursų prieinamumas visiems „tais pačiais keliais, kaip, kad turgus yra visiems atviras“ (ten pat). Kiekvienas pilietis labai ribotoje XVIII a. raiškos laisvėje teoriškai galėjo dalyvauti, pasireikšti. Viešojo diskurso dalyvis paisė racionalaus diskurso taisyklių, kurios remiasi ne valdžios demonstravimu, bet argumentacija ir tuo, kad tas dalyvavimas yra ne privataus intereso skatinamas, o vyksta dėl visuomenės gerovės. XVIII – XIX a. racionalius debatus galima apibūdinti kaip klasių kovą už savas teises išsakyti savo nuomonę.

Besiformuojanti viešoji sritis, kuri yra nepriklausoma nuo valdžios (netgi gaudama iš valstybės finansavimą), nuo šališkų ekonominių jėgų, nuo privataus intereso, racionaliems debatams skirta sfera (t. y. diskusijoms, debatams, kurie nėra „manipuliuojami“, „suinteresuoti“ ar „slapti“), kurioje gali dalyvauti visi norintys piliečiai. Visi viešosios srities subjektai turi aiškią poziciją, kurią viešajame diskurse argumentuoja ir jų požiūrį gali išgirsti plati visuomenė. Tokiu būdu didėja informacijos sklaida, piliečių pozicija tampa vieša ir turinti galią formuoti viešąją nuomonę didesniu mastu. „Buržuazinę viešąją erdvę“, skatinamą vis tobulėjančios spaudos, formuoja skaitančioji, išsilavinusioji visuomenės dalis. „Anot J. Habermaso, valdžios ir individo santykius apibūdina privati iniciatyva ir viešasis reglamentas. Šių santykių raiškos erdvę formuoja spauda, atlikdama šviečiamąją ir kritinę funkcijas“ (Pečiulis, 2005). Informacija tampa preke, o valdžia priversta per spaudą kreiptis į išsilavinusią visuomenės dalį, suvokdama, kad per spaudą ir atvirų debatų keliu formuojama viešoji nuomonė. Viešosios nuomonės formavimo rezultatai, pasekmės priklausytų nuo informacijos kokybės ir prieinamumo: „<...> patikima ir adekvati informacija skatintų protinę bei pagrįstą diskusiją, o skurdi, užteršta informacija beveik neišvengiamai lemtų pragaištingus sprendimus ir neprotingus debatus“ (Castells, 2006). Palyginus J. Habermaso tyrinėtus viešosios erdvės formavimosi ir funkcionavimo laikotarpius XVIII – XX a. yra akivaizdu, kad informacijos srautų ir komunikacijos kanalų, amžiams keičiantis, nuolat gausėjo. Informacijos sklaida, perduodama viešojoje erdvėje, tampa esmine šios srities dalimi, nes būtent viešoji erdvė turi išskirtinę funkciją – formuoti viešąją nuomonę.

Plėtojantis rinkai, kai vis labiau buvo skatinama žodžio, informacijos laisvė, formavosi naujos, labiau apibrėžtos viešosios erdvės išraiškos formos: „elementariausia viešosios erdvės išraiškos forma galima laikyti Parlamento debatus ir pažodines Parlamento posėdžių protokolų publikacijas, o taip pat ir kitas informacijos institucijas: bibliotekas, vyriausybės pateikiamus statistikos duomenis“ (Castells, 2006). Tvirtėjant, augant kapitalizmui ir jam įgaunant vis daugiau nepriklausomybės nuo valdžios, valdžia turėjo keisti savo poziciją. Todėl valstybės politika, kad efektyviau palaikytų tolesnį rinkos ekonomikos vystimąsi, atitinkamai keitėsi, plėsdama savo atstovavimą visuomenei. Tuo tarpu piliečiai, siekdami, kad politinį gyvenimą kontroliuotų visuomenė, vis labiau troško reformų, taip pat didėjo pajėgos kovoje už laisvesnę spaudą. Buvo steigiami nepriklausomi laikraščiai. Šį procesą labai trikdė ir slopino valdžios priešiškus, tačiau lengvino palyginti mažos spaudos gamybos kainos. XIX a. spauda, skleidusi įvairias nuomones, siekė apšviesti visuomenę, stiprino savo, kaip visuomenės nuomonės formuotojos poziciją prieš valstybę, taip pat buvo pasiryžusi nušviesti visus Parlamento reikalus. Tai galima įvardinti kaip viešos opozicijos valdžiai atsiradimą, kas įgalino valdžią pasverti savo sprendimus, atsiskaityti visuomenei ir paisyti jos interesų. Spauda įgavo netiesioginę, bet svarbią valdžią – „terminas „ketvirtoji valdžia“ buvo sugalvotas 1832 metais, apibūdinant spaudą kaip vieną pagrindinių valdžių po Lordų rūmų narių pasauliečių, dvasininkų ir Bendruomenės rūmų“ (ten pat). Žinoma, šalia spaudos viešos opozicijos, savo jėgas stiprino ir politinė opozicija: „Didžiausios įtakos šiai jėgų sankirtai turėjo jau subrendusi politinė opozicija, kuri skatino argumentų kovą ir formavo tai, ką J. Habermas vadina „racionalia ir priimtina politika“ (Castells, 2006). Teoretikas pabrėžia, kad svarbiausia „buržuazinės viešosios srities“ sudedamoji dalis – kova dėl nepriklausomybės nuo valstybės, o tai reiškia, kad „ankstyvasis kapitalizmas buvo priverstas priešintis valstybei – todėl pirmiausia reikėjo siekti spaudos laisvės, politinių reformų ir galimybės plačiau atstovauti visuomenei“ (ten pat).

Šių radikalių pokyčių rezultatas – susiformavusi viešoji sritis, kuriai būdingi vieši debatai, išreiškiamą visuomenės nuomonę, kritišką, nuodugni analizę, išsamūs reportažai, didesnis ir laisvas informacijos prieinamumas, politikų nepriklausymas nuo ekonominio, asmeninio, verslo intereso ir nuo valstybės kontroliavimo. Tai laisva socialinė ir kultūrinė vieša erdvė, kurioje klesti argumentuotos kritikos, nuomonės išdėstymas ir saviraiškos laisvė.

Tęsdamas istorinę analizę, J. Habermas atkreipia dėmesį ir į paradoksiškus „buržuazinės viešosios srities“ ypatumus. Vienas iš tokių ypatumų – nesustabdomas kapitalizmo stiprėjimas. Teoretikas pažymi, kad „privачios nuosavybės, privataus intereso ir viešosios srities „abipusė infiltracija“ (Habermas, 1989) vyko jau ilgą laiką, tačiau XIX a. paskutiniais dešimtmečiais įgavo didesnio svorio. Kapitalizmui stiprėjant ir įgyjant vis daugiau galių, entuziastingus raginimus reformuoti valstybę, pakeitė raginimai visiškai perimti valstybę ir panaudoti ją saviems tikslams. „Užgimusios

kapitalistinės valstybės šalininkai vis dažniau atsisakydavo agitacinio ir diskursinio vaidmens ir naudojo valstybę – jau valdomą kapitalo – savo privatiems tikslams remti“ (Castells, 2006). Viešosios srities nepriklausomybė, autonomiškumas nuo privačių organizacijų, verslo, finansinių interesų spaudimo, daromos įtakos viešajai nuomonei ir Parlamentui ėmė sparčiai silpnėti. Tačiau, pagal J. Habermaso analitinį požiūrį, pagrindinių viešosios erdvės elementų svarba nenyksta. Juose, jau XX a. plinta ryšių su visuomene ir kultūros lobizmas, o taip pat pripažinimas, jog „yra sritis, kurioje teisėtumas įgyjamas tik joje vykstančių politinių debatų keliu“ (Castells, 2006). Tačiau ir šiose tendencijose esti pavojus atsirasti tam tikroms neskaidrumo formoms, pavyzdžiui, ryšiai su visuomene ne retai nuslepia, kokiems interesams atstovauja (dangstomasi tokiomis frazėmis, kaip „visuomenės gerovė“, „visuotinis interesas“). Todėl, kaip teigia J. Habermasas, XX a. šiuolaikiniai viešieji debatai dažnai paverčiami viešosios srities klastote. Turėdamas tai omenyje teoretikas vartoja „refeodalizacijos“ terminą, kurio paskirtis – atskleisti, kaip viešieji reikalai, viešoji sfera tampa galimybe „pademonstruoti“ galią, įbauginti „o ne svarstyti klausimus įvairiais politiniais ar kitais požiūriais“ (ten pat). Prie refeodalizacijos, kaip įbauginimo reiškinių, dar grįšime analizuodami „Lietuvos“ k/t atvejį.

Kitas „refeodalizacijos“ pasireiškimas susietas su žiniasklaidos (jau ne vien spaudos) rinkos sistemos pokyčiais. Nuo žiniasklaidos labiausiai ima priklausyti veiksmingas viešosios erdvės veikimas. Žiniasklaida leidžia nuodugniai analizuoti viešus reikalus ir turi platų informacijos kanalų pasirinkimą. Tačiau masinių informavimo priemonių, kaip pagrindinio patikimo informacijos apie viešąją erdvę skleidėjo, indėlis nuolat menko, toks procesas vyksta ir šiais laikais. Taip atsitiko dėl to, kad per praėjusį šimtmetį jos tapo monopolinėmis kapitalistinėmis organizacijomis, privačių asmenų valdomomis korporacijomis. Todėl negalime vienareikšmiškai žiniasklaidos funkcijos apibrėžti kaip vien patikimos, analitinės informacijos skleidėjos, nes jos perimtas visuomenės nuomonės formuotojos vaidmuo atitraukia ją nuo funkcijos teikti objektyvią informaciją, nes pati žiniasklaida vis labiau artėja prie verslo, finansinių ir kitų interesų. Iš to seka, kad žiniasklaida, kaip pagrindinė viešos sferos formuotoja, nuo J. Habermaso tyrinėtos viešosios erdvės atsiradimo iki mūsų laikų, pastebimai silpsta, kadangi be objektyvios informacijos teikėjos žiniasklaida prisiima ir reklamavimo funkcijas.

Tuo tarpu visuomenė, kurioje išsigalėjęs kapitalizmas, bėgdama nuo valstybės kontrolės, papuola į verslo pasaulio įtakos ir kontrolės sferą. J. Habermasas tarsi ir nekelia klausimo, kuri iš šių įtakos zonų yra pavojingesnė visuomenės interesui ir kuri labiau linkusi į manipuliavimus informacija ir viešąją nuomone. Jau nuo pat pirmųjų XVIII ir XIX a. „buržuazinės viešosios erdvės“ atsiradimo žingsnių, ši sritis, kaip apibūdina J. Habermasas, buvo „erdvė žmonėms esantiems tarp rinkos ir valdžios, t. y. tarp ekonomikos ir politikos“ (ten pat) ir sritis, kuriai reikalinga teisinė apsauga nuo visiško šios srities objektų privatizavimo, siekiant apginti visuomenės interesą. Todėl jau esant

demokratijos pagrindams, visuomenėje atsirado viešąją erdvę ginančių ir jos svarbą demokratijos ir saviraiškos laisvei suvokiančių visuomenės sluoksnių. Stiprėjant kapitalizmo įtakai platesniuose visuomenės sluoksniuose ir apskritai valstybėje, įtakingi mokslo, teisės, medicinos, valstybės tarnybų atstovai ėmė reikalauti, kad būtų užtikrinta viešosios erdvės apsauga nuo kapitalo dominavimo. Toks visos visuomenės dėmesio atkreipimas, gali kuriam laikui sustabdyti kapitalo veržimąsi į viešąją erdvę, jos naikinimą ir jos funkcijų iškreipimą, tačiau čia būtinas ir laukiamas aktyvus valdžios įsikišimas ir dalyvavimas, nes viešojoji erdvė yra politinio bendradarbiavimo vieta, koncentruota viešosios nuomonės raiška. Politiškumas siejamas su viešąja politika, „kuri padeda suderinti interesų įvairovę dėl socialinių, kultūros, sveikatos, saugumo, ūkio reikalų, tiesiogiai susijusių su bendruomenės nariais. Viešojoje erdvėje vyksta socialinė interakcija, įvairovės dialogas, kuris gali būti kritinis, religinis, emocinis“ (Mažeikis, 2006¹).

Tokia yra viešosios erdvės koncepcijos samprata nuo jos atsiradimo iki nuosmukio, kuri įžvelgia žymiausias viešosios erdvės tyrinėtojas, viokiečių mokslininkas J. Habermasas ir kiti mąstytojai. Tačiau ir paties J. Habermaso tyrinėjimai yra atviri kritikai. Dėl istoriografijos adekvatumo, kurią dėsto plėtodamas savo viešosios erdvės sampratą, jis sulaukia rimtų priekaištų iš kitų mokslininkų, „nesutinkančių su jo studijos išvadomis apie „didįjį nuopuolį“ (Castells, 2006). Yra ir kitokių nuomonių dėl viešosios srities sampratos ir funkcionavimo. Socialinis tyrinėtojas J. McGuiganas (2000), sąmoningai priešindamasis J. Habermaso formalesniam viešosios erdvės apibūdinimui, pasiūlė „*kultūrinės viešosios erdvės*“ sąvoką, siekdamas pabrėžti „afektą“. Kultūrinė viešojoji sritis – vieta skirta nušviesti ir kalbėti apie gyvenimo aktualijas (vedybos, vaikai, šeima, išvaizda, asmens pažeidžiamumas). Tam tikslui tarnauja radijo, televizijos pokalbių, diskusijų laidos, interneto svetainės, konferencijos – įvairiausi komunikacijos kanalai. Taipogi, buvo pabrėžta, kad „J. Habermasas nieko nekalba apie moterų pašalinimą iš viešosios srities“ (ten pat). N. Garnhamas viešąją sferą apibrėžia kaip „erdvę, kurioje racionali ir universalistinė politika atsiskiria nuo ekonomikos ir valstybės“. Kito, taip pat Frankfurto mokyklos teoretiko, J. Habermaso mokytojo, Th. Adorno teiginiai apie viešosios erdvės kaitą yra artimi J. Habermasui savo išvadomis: „kapitalizmo pergalė, iki kraštutinumo sumažėjęs individų savarankiškumas, minimalus kritinis mąstymas, tarptautiniai žiniasklaidos konglomeratai ir iškreipta reklamos kultūra – nepalieka vietos viešajai sričiai“ (ten pat). Remiantis J. Habermaso, bei kitų tyrinėtojų viešosios erdvės sąvokos aiškinimais, toliau darbe pristatomos socialinės ir kultūrinės viešosios erdvės problemos Lietuvoje.

1. 2. Viešojo erdvė Lietuvoje

Po penkiasdešimties manipuliavimo, propagandos skleidimo, laisvės suvaržymo, izoliavimo nuo pasaulio metų, mūsų tautai, visuomenei reikia nemažai ištvermės ir išvalgumo nepasiduoti naujoms manipuliavimo formoms bei komercijos pinklėms. Su naujomis nepriklausomybės, laisvu spaudos, žodžio ir viešų debatų atsiradimu ir teikiamomis galimybėmis, susiformavo ir kitokie, demokratinės visuomenės nuomonės formavimo būdai. Viešojo erdvė, kaip ir piliečių mąstymas, turėjo persiformuoti iš kolektyvinės į visuomeninę, pilietinę ir tapti nauju demokratijos įrankiu, formuojančiu kintančių vertybių visuomenės nuomonę, kurti alternatyvas, leidžiančias save reprezentuoti: „Demokratija reikalauja, kad manipuliacija visuomenine nuomone vyktų esant maksimaliam konkurencingų alternatyvų skaičiui. <...> Viešojo erdvė ir demokratiniai procesai turi vykti tokiu būdu, kad būtų sukurta ne tik kompetentinga alternatyva, bet ir viešojo erdvė, kurioje ji save reprezentuotų“ (Mažeikis, 2006¹). Persiformuojanti viešojo diskurso formų koncepcija iš visiško valdžios kontroliavimo į nepriklausomą nuomonės raišką yra demokratijos bruožas, kurį visuomenei suvokti ir jį racionaliai išnaudoti reikia ir laiko, ir išsilavinimo. Didžiausios problemos dėl viešosios srities suvokimo ir jos išsaugojimo kyla dėl to, kad šiandieninėje visuomenėje dar nėra iki galo susiformavusi viešosios erdvės sąvoka ir jos svarba demokratijos, asmeninės nuomonės, pasirinkimo laisvės kontekste. „Tikroji viešosios erdvės svarba dar nėra iki galo įsisąmoninta, kaip ir kritinio, nepriklausomo proto vieta politiniame gyvenime. <...> Kaip ir daugelis kitų, transformacijas patiriančių politinių bendruomenių, esame atsidūrę politinių simuliacijų erdvėje“ (Donskis, 2004). Viešąją sferą, kaip laisvojo diskurso erdvę, įsisąmoninti reikalinga ir dėl to, kad žinotumėme savo teises ir atskirtume propagandinę, nekokybišką informaciją nuo naudingos, kad viešojo erdvė taptų „autentiška politinių idėjų susibūrimo ir išbandymo vieta“ (ten pat). Filosofas L. Donskis teigia, kad esame „vis dar eksperimentuojanti demokratija“, todėl dar mokomės tokioje, modernioje visuomenėje gyventi, kai kada painiodami žodžius su jų reikšmėmis, neįsigilindami į pateiktą informaciją, neanalizuodami, nebūdami labiau argumentuoti, nekuriantys autentiškos viešosios erdvės. Tekstai, idėjos, viešas kalbėjimas (ypatingai politikoje) ir idėjų, vizijų susidūrimai mūsų viešajame diskurse turi tapti racialesni, paremti argumentuota kritika, kad visuomenė galėtų labiau pasitikėti nuomonės formuotojais, tokiais kaip ryšių su visuomene, komunikacijos specialistais, kad viešojo erdvė taptų racialesnė ir atviresnė kritikai. Kritikos Lietuvoje dažniausiai sulaukia valdžios atstovai, tačiau racionaliai priimti viešą kritiką, sugebama itin retai: „kritika turėtų būti politikų branginama vien todėl, kad ji liudija, jog jie yra stebimi ir analizuojami, į juos

kreipiamas racionalus dėmesys, jie nėra atsidūrę užribyje. <...> Vakaruose svajojama sulaukti kritikos ir liūdimas jos nesulaukus, nes, vadinasi, esi niekam neįdomus. Lietuvoje daugelis politikų nori būti tik giriami ir nesiteikia suprasti, jog kritikai nėra kalti dėl partijų išgyvenamų nuopolių“ (ten pat).

Nesugebėjimas priimti kritikos, generuoti idėjų, vizijų ir pilietiškumo trūkumas yra didelė mažos, tokios kaip Lietuva, šalies problema. Tam, kad viešojo erdvė būtų išnaudojama visų visuomenės sluoksnių poreikių patenkinimui, būtina turėti idėją, būtina žinoti savo raidos kelią ir kokių ilgalaikių tikslų siekiama, kurie ryšių su visuomene ar kitų nuomonės formavimo atstovų plačioje viešojoje erdvėje, būtų svarstomi, analizuojami, įgyvendinami, siekiant neprarasti tautos identiteto: „Lietuvos bėda – akivaizdus idėjų neturėjimas. <...> Kai kurios silpnesnės valstybės neturi savo idėjų, raidos vizijų, viešojoje erdvėje nesvarsto savo tikslų ir įgyvendina svetimus scenarijus“ (ten pat).

Kitas, be galo svarbus momentas, kalbant apie viešosios erdvės ypatybes, tai – jos teritorinis išsaugojimas. Tam, kad viešojo erdvė funkcionuotų, ji turi pirmiausia egzistuoti. Ji Lietuvoje dažnai suprantama kaip dar nespėta privatizuoti teritorija, kurioje vyksta „interaktyvios, dialoginės viešosios nuomonės keitimas viešaisiais ryšiais, t. y. masių manipuliacija“ (Mažeikis, 2006¹). Lietuvoje ilgą laiką vykstantis visuomeninių objektų privatizavimo procesas, keičia viešumo ir privatumo santykį, mažina viešojo diskurso erdves arba jos yra iš viso sunaikinamos. Šiandien tai yra pagrindinė problema, kuri liečia viešosios sferos egzistavimą socialiniame, kultūriniame ir politiniame visuomenės gyvenime. Išsaugoti teritorinę viešąją erdvę reikia nemažų racionalių ir fizinių pastangų, nes su kintančia santvarka atėjęs kapitalizmas, viešąją teritorinę erdvę siekia perimti į privačias rankas: „dabartinis Lietuvos nepriklausomybės laikotarpis yra susijęs su nuolatiniu viešųjų erdvių naikinimu ir kritiškos, dialogiškos viešosios nuomonės, kompetentingų alternatyvų suspendavimu“ (ten pat). Valstybės diktuojamas gyvenimo procesas dažnai skatina susvetimėjimą ir apatiją ne tik viešosios erdvės sferai, bet ir kitoms sritims, tačiau būtent nuo laisvai funkcionuojančios viešosios erdvės priklauso demokratijos procesai, pasirinkimo laisvė, nekomercinės kultūros puoselėjimas. Visi viešieji reikalai turi būti etiški, o jų vykdymas yra užtikrinamas įstatymais: „Įstatymai užtikrina įvairių pakopų ir atvirumo, prieinamumo, viešumos egzistavimą, savo nuomonės, pretenzijų ir kaltinimų pareiškimo tvarką“ (ten pat). Tačiau viešuosius procesus ne retai painiai tvarko biurokратиškai sureguliuotas techninis šios sferos aparatas, netobulinami įstatymai, kurie sukuria sąlygas atsirasti visuomenės manipuliavimo mechanizmui. Manipuliavimas visuomenės interesu ypač pastebimas viešų objektų privatizavimo (dažnai neskaidriame) kontekste. Jame nelieka vietos viešam interesui, visuomenės gerovei, alternatyvų pasirinkimui, nes „pilietinė visuomenė <...> paverčiama manipuliuojama vartotojų mase“ (Mažeikis, 2006¹). Galima teigti, kad socialinė, kultūrinė, politinė manipuliacija dažnai yra

neišvengiama, tačiau jai reikia suteikti privalomos konkurencingos alternatyvos. Nykstant viešosioms erdvėms ir “nesant kryptingos, stiprios viešosios opozicijos visais viešosios politikos klausimais“ (ten pat), smarkiai sumažėja visuomenės galimybės apginti savo interesus, o viešų interesų gynybą nusavina komercinė, privataus kapitalo valdoma žiniasklaida ir verslo interesu suinteresuoti valdžios organai. Pašalinti iš įvairių politinio dalyvavimo formų, piliečiai netenka kritiško pilietinio aktyvumo, naikinant viešąsias erdves sumažėja visuomenės dalyvauti socialiniuose, kultūriniuose, sveikatos, saugumo reikaluose, o kitos viešosios erdvės formos (spauda, radijas, televizija, internetas) yra ne pilnai įsisąmoninamos. Vienintelis būdas imtis kritiško pilietinio aktyvumo – jungtis į bendruomenes, sąjungas, judėjimas, klubus.

Bendruomenės, sąjungos, klubai, norėdami viešai išsakyti savo požiūrį vienu ar kitu klausimu, yra priversti ieškoti kokybiškų, neprivatizuotų viešųjų erdvių, kurios geriausiai tinka viešajam diskursui. Tokiose erdvėse diskutuojami konkretūs viešosios politikos klausimai – kultūros ir socialinės politikos, sveikatos priežiūros ir ūkio raidos. Akivaizdu, kad kai kurios kompetentingos diskusijos negali būti perkeltos iš vienos erdvės į kitą, nes viešosios erdvės tarpusavyje skiriasi savo kokybe. Kokybiškumas priklauso nuo viešosios erdvės prieinamumo piliečiams, nuo joje vykstančių diskusijų įvairovės, „nuo techninės įrangos, būtinos diskusijai užtikrinti, nuo administravimo lankstumo“ (Mažeikis, 2006¹). Viešosios sritys su savo pirminėmis funkcijomis, nėra pilną duodančios erdvės. Jos – ne reguliariai veikiančios įmonės ar organizacijos, todėl viešojo erdvė nuo senovės iki šandienos derinama su kitomis veiklomis, pavyzdžiui, „kultūrinės viešąsias erdves geriausiai papildo kūrybinės industrijos: kinas, galerija, koncertinė, programavimo (kompiuterių, interneto) veikla ir pan. Socialinės viešosios erdvės, pavyzdžiui, stovyklos <...> dažniausiai savo viešąją veiklą derina su patalpų nuoma kitu, laisvu nuo bendruomenių stovyklų, laiku“ (ten pat). Šią nišą taip pat galima sėkmingai ir išnaudoti ryšiuose su visuomene, partneriaujant, kuriant ryšius su bendruomenėmis, ieškant rėmėjų, rengiant renginius, seminarus ir pan.

Šiandien ne retai prabylama apie tai, kokia yra viešojo diskurso infrastruktūra Lietuvoje. Yra kartojama, kad absoliuti dauguma žiniasklaidos priemonių – bulvarinės, skurdaus turinio, tačiau ne mažiau aktualu ir tai, kad Lietuvos akademiniame, politiniame gyvenime beveik nėra brandžių diskusijų tradicijos, menkos dialogo tarp valdžios ir visuomenės pastangos, o meno sričiai taip trūksta jam pritaikytų, tinkamų erdvių. Todėl kiekvienos viešosios erdvės praradimas tik gilina ir aštrina esamas viešojo diskurso problemas. Šiandien viešųjų erdvių vietą pasisavina ir komercinė žiniasklaida, o viešojo nuomonė tampa labiau paveikiama vienusis propagandos priemonių, dangstomų gerai suderintų viešųjų ryšių vardu: „Vienpusė, nealternatyvi propaganda geriausiai veikia ten, kur silpnos bendruomenės, mažas pilietinis sąmoningumas ir kur apleistas viešųjų erdvių sektorius <...>. Nuomonių įvairovės susidūrimus pakeičia nuoseklus, pasikartojantis įtikinėjimas,

kryptingas informavimas, tariamų socialinių ryšių formavimas ir melagingas politinis dalyvavimas“ (ten pat), pasireiškiantis tam tikrų, pavaldžių televizijos kanalų, laikraščių pasirinkimu. Todėl dėl tokių propagandinių manipuliavimo priemonių, dažnai ryšiai su visuomene, komunikacijos kampanijos asocijuojasi su visuomenės apgaudinėjimu ir priskiriami tai pusei, kuri yra prieš visuomenės interesą.

Propaganda, be savo tradicinės vien neigiamos asociacijos, veikia ir „siekiant spręsti aktualias socialines problemas ir įgyvendinti ateities gerovės planus. Platesniu požiūriu tai yra kryptinga įtikinėjimo veikla, aktualiems viešos politikos klausimams spręsti ir projektams įgyvendinti“ (Mažeikis, 2006¹). Siekiant spręsti aktualius socialinius klausimus, rūpinimasis visuotine gerove, bei kryptinga įtikinėjimo veikla, siekiant šių tikslų, yra teigimas propagandos aspektas, artimas ryšių su visuomene sričiai, vykdamas įvairias komunikacijos kampanijas. Tačiau dažniau propagandinės veiklos imamasi siekiant ne teigiamų tikslų, ne retai tai būna „didaktikos ir manipuliacijos veiksmas, skirtas konsoliduoti, mobilizuoti ir kryptingai veikti skirtingiems visuomenės sluoksniams“ (ten pat), t.y. ją pasitelkiama norint formuoti visuomenės nuomonę.

Sfera, kurioje skleidžiama neigiama propaganda, su oponentu nediskutuojama, jo argumentai neišklausomi ir neanalizuojami – kartojamos tik iš konteksto ištrauktos ar iškraipytos argumentų nuotrupos. Jam neleidžiama prisistatyti pačiam, savais terminais. Oponentas įvedamas į diskursą, kuriame negali pasireikšti pats, ir tame diskurse yra išryškinamos tik neigiamos jo savybės. „Propaganda yra organizuota, institucionalizuota nuomonės formavimo strategija, sąmoningai selektyvus, tendencingas, vienpusiškas informacijos pateikimo būdas, kitaip sakant, kryptinga dezinformacija, skleidžiama siekiant savų politinių (plačiaja prasme) tikslų“ (Vasiliauskaitė, 2006).

J. Habermasas, teigia, kad „propagandos, įtikinėjimo ir viešosios nuomonės vadybos išskėlimas bei skatinimas iš tiesų akivaizdžiai liudija, kad informuotos ir mąstančios visuomenės idėją keičia viešųjų ryšių specialistų vykdomo viešosios nuomonės klastojimo ir manipuliavimo ja pripažinimas“ (Castells, 2006). Anot tyrinėtojo, reklamos, propagandos pažeistą viešąją sritį lygiai taip pat giliai žeidžia ryšiai su visuomene. XXI a. viešąją erdvę, kaip pagrindinį informacijos vadybos įrankį, efektyviai išnaudoja savo veikloje ryšių su visuomene atstovai. Esminis ryšių su visuomene veiklos aspektas – darbas su informacija, t. y. jos gaminimas, kontroliavimas. Jis reiškiasi komunikacijoje su visomis auditorijomis: su žiniasklaida, su valdžios, verslo atstovais, su bendruomene, konkurentais, partneriais ir kt. Viešoji erdvė yra pagrindinė išorinės komunikacijos veiklos sritis. Visi viešųjų ryšių su visuomene subtilumai šioje veikloje neatskleidžiami, yra tik pripažįstama, jog svarbu ne tik tobulinti informaciją, bet užtikrinti, kad suprantamai būtų perteikta mintis ir kad būtų išmokti svarbiausi kiekvienos pažangios ekonomikos veiklos įgūdžiai, bei užtikrintas etiškumas. Anot vokiečių teoretiko, neetišku viešųjų ryšių skverbimasis ir brovimasis į viešąją sritį reiškia, jog „atsisakoma „racionalumo kriterijų“, nuo kurių anksčiau priklausė vieši

debatai ir kurių „visiškai nėra bendrame susitarime, kuris pasiekiamas subtiliai formuojant nuomonę“, kai politinis gyvenimas paverčiamas tik „įspūdinga pompastika“ apkvailintiems „pirkėjams, pasirengusiems eiti iš paskos“ (ten pat). Tačiau šiuo metu ryšiai su visuomene yra apibrėžti etikos kodeksų, yra atsakomingi, siekia išlaikyti teigiamas asociacijas, yra išnaudojami ir socialinės atsakomybės formavimui, ginant viešąjį interesą, bet „subtilaus nuomonės formavimo“ vaidmens neišvengia, nes stipriai ir aktyviai reiškiasi ir viešajame diskurse. Ryšiai su visuomene yra neatsiejami nuo viešosios srities, nuo jos teikiamų veiklos galimybių. Jie privalo būti etiški dėl visuomenės gerovės ir socialinės atsakomybės, atsiriboti nuo neigiamos propagandos koncepcijos, tam, kad viešosios sferos, kaip viešo diskurso ateities perspektyvos, kurias išvelgia J. Habermasas, būtų ne tokios pesimistiškos, niūrios ir miglotos.

Viešąją erdvę veikiantis reklamos, neetiškų ryšių su visuomene, propagandos turinys, kalba apie kintančią habermasišką viešosios erdvės koncepciją. Atsirandančios šiuolaikinės ir novatoriškos viešumo formos kuria ir naujus būdus jomis veikti viešąją nuomonę. Viešosios erdvės koncepcija netenka prasmės, jei nuomonė iškeliamą aukščiau gebėjimo tiksliai argumentuoti, jei yra informacijos gausa, bet ji naudojama ne visuomenės intereso puoselėjimui, o apgaulei ir manipuliavimui. Valstybė ir visuomenė, žvelgdama į savo šalies ateitį ir būsimas kartas, turėtų įsisąmoninti viešosios erdvės svarbą šiandieninėje demokratinėje santvarkoje. Turi būti išsaugota erdvė, kurioje klestėtų „žodžio laisvė ir viešas specifinės nuomonės reiškimas, kvalifikuota visuomeninė diskusija meno, socialinės rūpybos, teisės klausimais. Tai yra didžiausia konstitucijos ginama demokratinė vertybė“ (ten pat). Tačiau šiandien Lietuvoje vykdomas ne tik viešųjų erdvių naikinimas, bet ir interaktyvios, dialoginės viešosios nuomonės keitimas masių manipuliacija. Didžioji dalis žiniasklaidos retai pasiekia objektyvumą ir analitiškumą, yra persmelkta ir įtakojama stambių reklamos užsakovų ir privataus intereso, netarnaujanti visuomenės gerovei. Valdžios ir verslo biurokratiniais ir refeodalizaciniais metodais vykdoma politika ir veikla siekiama riboti nuomonių įvairovę, manant, kad valdžios administracijų ir verslo kapitalo vertybės yra svarbesnės.

2. KOMUNIKACIJA VIEŠOJOJE ERDVĖJE

Laisvai veikianti ir funkcionuojanti viešoji erdvė yra viešosios komunikacijos arena, vertybė, be kurios demokratinė santvarka yra neįsivaizduojama. Tik nevaržomai veikiančioje viešajoje erdvėje formuojasi perspektyvi pilietinė bendruomenė: „Vienas iš svarbiausių visuomenės, pilietinės bendrijos bruožų, skiriantis ją nuo minios, tai bendrųjų reikalų perspektyvos egzistavimas“ (Navickas, 2007). Šalia privačios sferos egzistuoja vieša laisvės, pilietinės kūrybos, prieinamo viešojo diskurso erdvė, tačiau šiuolaikiniame (ne išimtis ir Lietuvoje) pasaulyje svarbiausiais viešosios erdvės valdytojais, manipuliuotojais ir puoselėtojais tampa valdžios institucijos ir žiniasklaidos atstovai. Jie atlieka (ar turėtų atlikti) tokias, su viešąja erdve susijusias, funkcijas: „politikai, (...) ieško visai visuomenei geriausių sprendimų, ir šios paieškos vyksta skirtingų argumentų svarstymo būdu“ (ten pat), o šiuolaikinė žiniasklaida, teikianti žmonėms informaciją, turėtų skatinti diskusijas bei jose tarpininkauti. Žiniasklaida „šiandien atlieka kraujagyslių funkciją viešosios erdvės organizme, (...) kai kraujagyslės užanka, mirtina grėsmė iškyla visam organizmui“ (ten pat) bei visai komunikacijai šioje srityje. Žiniasklaida, kuri visuomenėje atlieka komunikacijos tarpininkės vaidmenį, dėl tapimo privataus kapitalo dalimi, labai susiaurina ir suvaržo viešosios srities funkcionavimą. Viešoji žiniasklaidos dimencijos erdvė tampa nebe viešojo diskurso, o sąskaitų suvedinėjimo ir refeodalizacijos dalimi. Pasak Andriaus Navicko, „skaitytojai, klausytojai, žiūrovai nėra vien tik žiniasklaidos priemonių klientai, bet taip pat piliečiai, turintys teisę informuotai dalyvauti viešajame gyvenime, politiniuose įvykiuose. Žiniasklaidos priemonių teisinis reguliavimas remiasi prielaida, kad žiniasklaidos priemonės yra daugiau nei komerciniai projektai, tai kartu ir pilietiniai projektai“ (ten pat). Tačiau komunikacijos korporacijoms labiausiai rūpi rinka, o tai reiškia, kad kurdami produktą ar teikdami paslaugas jie galvoja ne apie visuomenės interesą, o apie savo verslo stiprinimą ir maksimalų pelną iš reklamos. Todėl tokio produkto turinys, koks dažniausiai pateikiamas plačiai auditorijai per viešuosius žiniasklaidos kanalus, dažnai tėra tik žemo lygio pramogos: sensacijos, skandalai, paskalos, šiuolaikinių gyvenimo stilių propaganda ir kt. Visa tai, nors ir menkos, bevertės informacinės kokybės, triukšmingai ir tinkamai išreklamavus tampa patrauklia, perkama preke ir verčia auditoriją, anot J. Habermaso, „jausti lengvą potraukį nuolatos plėsti vartojimą“ (Castells, 2006). Dėl sustiprėjusios komercializacijos ir korporacijų ekspansijos, kultūros sritis, kurioje turėtų klestėti debatai ir argumentuota kritika, pamažu išsigimsta į „popso“ – kas įspūdinga ir populiaru, ir į pramogų sritis, kurių tikslas yra skatinti komercinį vartojimą, o ne stimuliuoti kritiškus debatus, puoselėti nekomercinę kultūrą plačiąja prasme. Leidybos, televizijos bei „spaudos verslo

pagrindinis tikslas yra „feodališkai“ aukštinti kapitalistinį gyvenimo būdą“ (...), pataikauti rodant „žvaigždes“, pasiduoti reklamuotojų diktatui turinio sąskaita, „šališkai ir tik iš dalies nušviečiant naujienas“ (ten pat). Aišku, kad žiniasklaida negali ir visai atsiriboti nuo valdžios spaudimo kai kuriuos įvykius nušviesti valdžiai palankiomis spalvomis.

Tokiu būdu itin nukenčia informacijos poreikų tenkinimas – informacijos tinklai, tokie, kaip valstybiniai ir visuomeniniai informacijos teikėjai, oficialūs šaltiniai. Nuo šalies įstatymų, bendrų demokratinų nuostatų priklauso “kiek ir kokios informacijos pateikia valstybinės institucijos <...>. Jei šiuo etapu pilietis gauna išsamią ir tikslią informaciją, jis jaučiasi saugesnis kontaktuodamas su institucijomis” (Gudonienė, 2006). Laiku nesuteikus informacijos yra pažeidžiama komunikacija tarp valstybinių institucijų ir visuomenės, o tai išaukia nepasitikėjimą, nesaugumą ir abejingumą visuomenės tarpe. Informacijos trūkumas gali sudaryti sąlygas ir viešosios erdvės sunaikinimui ir, žinant, kad viešojoje erdvėje formuojama visuomenės nuomonė, pateikti klaidinga reiškinių supratimą. Apie šias ir kitas kilusias grėsmes viešajai erdvei ir viešajam interesui skelbia mokslininkai, filosofai, visuomenės veikėjai, menininkai, neabejingi ir iniciatyvūs piliečiai. Jau minėtas A. Navickas, savo straipsnyje apie viešąją erdvę ir laisvės sampratą, prisimena ir cituoja mokslininką J. Habermasą: „be patikimos ir įvairiapusės informacijos tėkmės, be argumentų, kurie remiasi sąžininga ekspertize, stimuliavimo, viešojo komunikacija ir viešojo erdvė praranda savo diskursyvų gyvybingumą. Pliuralistinėje demokratijoje žiniasklaida privalo atlikti sąžiningo argumentų filtro ir kartu diskusijų katalizatoriaus funkciją. Priešingu atveju iškyla grėsmė demokratinės santvarkos pamatams. <...> Valstybė turi garantuoti ne tik elektros, dujų tiekimą, bet ir intelektualinės energijos apytaką viešojoje erdvėje, nes intelektualinės energijos išsekimas reiškia valstybės savidestrukciją“ (ten pat). Viešojo diskurso kokybiškam funkcionavimui yra būtinas kokybiškas socialinis gyvenimas, o ir valstybinės institucijos ir žiniasklaidos priemonės negali likti nuošalyje, kai socialinė gėrovė nyksta, kai iškyla pavojus viešajam interesui, nes būtent kokybiškame socialiniame gyvenime vystosi demokratiniai procesai, o esant priešingai situacijai – iškyla realios grėsmės demokratijai.

Viešojo erdvė apima įvairius visuomenės gyvenimo aspektus. Mokslinėje literatūroje siūloma skirti tokius viešosios sferos veiksnius:

1. žiniasklaidos institucijos;
2. žiniasklaidos turinys, kaip visuomenės reikalų atspindėjimas;
3. socialinė struktūra (vieniinga viešojo sfera arba keletas skirtingų);
4. socialinė ir kultūrinė sąveika;

Viešojo erdvė, apjungianti visus šiuos veiksnius, tampa vieta, „kur dėl viešojo diskurso, socialinės, politinės ir kultūrinės sąveikos pilietis gali susivokti visuomeniniuose reikaluose bei susiformuoti konkretesnius pilietinės informacijos poreikius” (Gudonienė, 2006). Tačiau darni visų šių veiksmių

sąveika yra daugiau utopinis viešosios sferos įsivaizdavimas, nes įvairūs, politiniai, kultūriniai ir socialiniai reiškiniai tiesiogiai įtakoja galimybes dalyvauti viešojoje sferoje ir „jas riboja įvairios socialinio išskyrimo formos: raštingumas (plačiąja prasme), pajamos, socialinis statusas, net ir gyvenamoji vieta“ (Gudonienė, 2006), taip pat ekonominis šalies išsivystymas, kultūrinė situacija. Čia ypač svarbus tampa kokybiško komunikacijos turinio pateikimo piliečiams reglamentavimas, nes jis turi atspindėti visuomenės gyvenimo realijas ir tas informacijos kiekis, komunikacija turi tenkinti visuomenės poreikius. Informacijos nepakankamumas yra viena iš esminių problemų, kalbant apie daugelį reiškinų Lietuvoje, kuomet dėl menko informacijos kiekio ar biurokratinio mechanizmo stabdoma ar skubotai remiama visuomeninė ar privati veikla. Tai tiesiogiai paliečia ir socialinį, ir kultūrinį valstybės gyvenimą, kalbant apie skaidrų viešųjų objektų privatizavimą, apie piliečių vieningumą, susitelkiant dėl visuomenės interesų. Socialinės ir kultūrinės viešosios erdvės darni sąveika gali funkcionuoti tik demokratinis procesas remiančioje, laisvą ir kokybišką informacijos srautą užtikrinančioje visuomenėje, kuri yra socialiai atsakinga už savo veiksmus, kuri numato ilgalaikes politinės, kultūrinės veiklos perspektyvas. Nepakankamas arba skurdaus, bulvarinio turinio informacijos srautas, pasyvi valdžios ir visuomenės pozicija sudaro sąlygas nykti viešajai socialinei ir kultūrinei erdvei, blokuoja komunikacijos eigą.

Žvelgiant į viešosios erdvės situaciją Europoje, pastebima, kad sparčiai plečiantis Europos Sąjungai (ES), „viešosios erdvės“ sąvoka įgyja naujų prasmų. ES institucijų veikla nevisada yra suprantama ES šalių gyventojams ir būdamos toli nuo jų socialinės tikrovės, negali tinkamai atstovauti savo piliečių interesams. Dėl šios priežasties, socialinės srities teoretikai kalba apie tai, jog reikalinga sukurti bendrą kolektyvinę komunikacinę areną arba viešąją erdvę, kurioje „lygiomis teisėmis galėtų pasisakyti ir būti išgirstas kiekvienas ES pilietis, kad ir kokioje šalyje narėje jis gyventų“ (Habermas, 2001). Būtina siekti, kad Europoje žiniasklaida – spauda, radijas, televizija ir internetinės visuomenės informavimo priemonės – objektyviai ir tiksliai praneštų apie politinius, socialinius, ekonominius, kultūrinius procesus ES, tokiu būdu skatindamos europietišką viešąjį diskursą. Tačiau yra ir kita nuomonė – „baiminamasi, kad sukūrus bendrą Europos viešąją erdvę, bus prarasta ES tautinė kultūrinė religinė ir etninė įvairovė ir užuot dalyvavę europiniame dialoge, ES šalių gyventojai gali susiskaidyti į daugybę uždarų „komunikacinių getų“ (Vinciūnienė, Balčytienė, 2006). Tačiau galėtų būti ir taip, kad dalijantis nacionalinėmis patirtimis bendros ES piliečių problemos būtų sėkmingai sprendžiamos.

2. 1. Komunikacijos viešojoje erdvėje formos. Televizija ir internetas

Viešųjų sferų laipsniškas mažėjimas ir tuo atžvilgiu nesama konkreti valstybės politika, kelia didelę ir realią grėsmę laisvų diskusijų formoms, nesuteikia alternatyvų, pasirinkimo laisvės, nesirūpina viešųjų erdvių ateities perspektyvomis. Situaciją mažai gerina ir nauji viešojo diskurso, nauji komunikacijos kanalai, tokie kaip televizija ir internetas, nes transliuojamosios ir internetinės žiniasklaidos rinka kuria dažniausiai menko turinio programas, yra koncentruota žiniasklaidos magnatų rankose, kurie skirsto auditoriją pagal pajamas, todėl gauti kokybišką informaciją gali tik tokia auditorija: turtingesni visuomenės sluoksniai, labiau išsilavinę asmenys, mokantys naudotis naujomis technologijų teikiamomis galimybėmis. Dėl to nukenčia menkesnes socialines galimybes turinti visuomenės dalis, jai nesuteikiama pasirinkimo galimybė, bei pateikiamas labai siauras, informacijos srautas. Negaudama įvairiapusiškos informacijos, nevykdant komunikacinio proceso tarp visuomenės ir plačiosios žiniasklaidos, visuomenėje neformuojamas kritinis mąstymas.

J. Habermasas, kalbėdamas apie viešosios erdvės apsaugojimą nuo kapitalo įtakos, pirmiausia turi galvoje radiją ir televiziją. Šie du žiniasklaidos kanalai yra itin svarbūs viešosios erdvės elementai, turintys dideles auditorijas. Televizija ir radijas, kaip viešosios erdvės, turi būti apsaugotos nuo kapitalo įsiveržimo, nes informacijos srautas šiose komunikacijose yra nenutrūkstamas, gausus vaizdinės ir žodinės informacijos šaltinis.

Televizijos žiūrėjimas yra aktyvus „socialinis veiklumas, net jei jį žiūrima vienuoje“ (Garnham, 1996). Kartais jis yra atliekamas ir „kolektyvinėje socialinėje erdvėje, tokioje kaip gyvenamasis kambarys“ (ten pat). Kultūros teoretikas R. Williamsas siūlo tokį apibūdinimą kalbėdamas apie informacijos tiekimą televizijoje – televizijos tėkmę (*television flow*) – „konceptiją, kaip žiūrovo patirtis jį patį įtraukia į nenutrūkstamą ritmą. <...> Televizija, tiek kiek joje yra nustatyta pasakojimo (siužeto) tėkmė per dienas, mėnesius ir netgi metus (pavyzdžiui, muilo operos), turi tam tikrą išliekamąją vertę, kuri susijungia su nusistovėjusiu mūsų kasdienio gyvenimo modeliu“ (ten pat).

Televizijos viešoji erdvė ryšių su visuomene specialistams tampa pagrindine viešumo arena rinkiminių kampanijų metu. Tuomet, prisitaikant prie televizijos diktuojamų sąlygų, vykdoma masinė viešoji komunikacija, kurios dėka nušviečiami politiniai įvykiai, formuojami politinių lyderių įvaizdžiai, pasiekiamos norimos auditorijos: „rinkimų kampanijų metu televizija atlieka visuomenės informavimo institucijos vaidmenį, tapdama svarbia demokratijos proceso dalimi (oficialios rinkimų agitacijos laidos, informacija apie rinkimų eigą). Tačiau rinkimų agitacijos metu ryškūs *demokratijos šou* elementai (mokama politinė reklama, užsakomosios laidos, diskusijos

dalyvių atranka pagal pokalbių šou žanro reikalavimus)” (Pečiulis, 2007). Šiuolaikinė televizija veikia demokratijos procesą, formuodama naujas diskusijos tradicijas, formas, nes „naujajai *spektaklio demokratijai* svarbu emocijos, asmenybės žavesys, eilinio piliečio nuomonė. Tokiame provokuojamo paviršutiniškumo ir triukšmingumo kontekste tampa neįdomus rimtas ir nuosaikus dialogas. Garsinės ir regimosios žiniasklaidos suformuotų diskusijos taisyklių privalo paisyti politikai, visuomenės veikėjai“ (ten pat). Šios naujos diskusijos taisyklės teigia, kad „svarbiausių šiandieninių politinių procesų dalyvio bruožų tampa komunikacinė kompetencija: įvaizdis, išvaizda, oratoriaus gebėjimai” (ten pat). Todėl rinkiminių kampanijų viešųjų ryšių strategijos, kuriamos paisant garsinės ir vizualiosios masinės komunikacijos formuojamų sąlygų, tradicijų ir kriterijų.

J. Habermasas ir kiti socialinio, kultūrinio gyvenimo teoretikai ir tyrinėtojai išskiria visuomeninio transliuotojo, kaip svarbiausios šalies informacinės institucijos, svarbą. J. Habermasas teigia, kad visuomeninio transliuotojo korporacijos buvo įkurtos tam, kad „priešingu atveju jų viešinimo funkcija nebūtų buvusi pakankamai apsaugota nuo kapitalistinių kėslių (Habermas, 1989). Siekiant apsaugoti viešąją sritį, iniciatyvus valstybės įsikišimas yra būtinas. Būtent visuomeninis transliuotojas šiuolaikinėse išsivysčiusiose šalyse užima svarbią vietą politikos, kultūros ir socialinių ryšių srityse ir per ją, per televiziją, pasiekiamas kiekvienas visuomenės narys. Visuomeninis transliuotojas, kaip institucija, galima manyti, „nepriklauso nuo išorinių politinių, verslo, ir netgi auditorijos reikalavimų, neprivalo siekti pelno, yra laisvai pasiekiamas ir sukurtas visuomenės labui o ne tiems, kurie, <...> yra patrauklūs reklamos tiekėjams ar rėmėjams“ (Castells, 2006). Visuomeninis transliuotojas, skirtingai nuo komercinio kanalo, įsipareigoja teikti kokybiškas ir kuo įvairesnes paslaugas plačiai visuomenei: naujienas, aktualijas, dramas, dokumentikos, kultūros programas. Šis apibūdinimas atrodo pernelyg idealus, tačiau pasaulio istorijoje, Didžiosios Britanijos visuomeninė transliuotoja BBC, įkurta XX a. pradžioje, nesiekiant pelno kaip valstybinė privataus kapitalo nevaržoma institucija, „daugelį metų tirdama viešųjų paslaugų esmę, prie to priartėjo“ (ten pat). Viešųjų paslaugų esmę sudaro visiškas nepriklausymas nuo valdžios ir rinkos, valstybės pareigūnų etosas, didžiausias dėmesys teikiamas neiškraipytai informacijai, galimybė visiems, nepaisant socialinės padėties, gauti paslaugas. Visuomeninio transliuotojo yra apibrėžiamos šios funkcijos: švietimo, informavimo ir pramoginė. Visos šios ypatybės sutampa su J. Habermaso viešosios erdvės apibūdinimu, tačiau to negalima taip laisvai interpretuoti kaip habermasišką viešąją erdvę, kurios paskirtis – „racionalūs debatai“. Tačiau tai neabejotinai „praplėtė visuomenės informuotumą ir supratimą apie daugumos žmonių tiesiogiai nepaliečiančius įvykius ir problemas <...>“, slaptus užsienio ir šalies įvykius, ir atliko svarbų darbą demokratijos klestėjimui (Castells, 2006). Visgi, net ir esant visuomeniniam transliuotojui, kuris dažnai suvokiamas kaip valdžios politikos įrankis, reikia atsiriboti nuo valstybės valdomos sistemos, nepasiduoti politiniam diktatui, laikytis profesinės etikos. Visuomeninis transliuotojas prisideda prie

viešosios nuomonės formavimo, tačiau to siekia per kokybišką komunikaciją: „svarbiausia užduotis – suteikti tikslią informaciją, kuri padėtų visuomenei susidaryti teisingą nuomonę apie socialinius, ekonominius ir politinius procesus“ (ten pat).

Dabartinė konkurencingai stipri rinka bei tobulėjančios technologijos, atsirandančios naujos viešosios komunikacijos formos paliečia transliuojamą žiniasklaidą ir keičia jo ypatybes, turinį. Tačiau pačių vartotojų požiūriai ir žinios yra skirtingi. Naujosios komunikacijos priemonės, tokios kaip kompiuterinės ir internetinės galimybės, vieniems gali būti tik miglotas įsivaizdavimas apie milžiniškus informacijos šaltinius. Kitiems – kasdieninio darbo įrankis, padedantis rasti reikiamą informaciją, pramogauti, profesiskai tobulėti, kurti įvaizdį ir pan.

Internetas ir įvairiausi kompiuteriniai kūriniai užtikrintai kovoja dėl deramos vietos šalia jau tradicinėmis pripažįstamų "mass media" - spaudos, radijo, televizijos ir kino. Maždaug nuo 2000 metų dėl technologinės medijų pažangos plinta naujos, virtualios viešosios erdvės, kurias virtualios bendruomenės, internetinės svetainės, skelbimų lentos, elektroniniai laiški, kompiuterinės, video konferencijos ir t.t. Naujoji žiniasklaida – tai moderni informacijos technologija, kuri yra priemonių ir būdų sistema informacijai kaupti ir perduoti vartotojui. Šiandieninis informacijos technologijos terminas vis labiau siejamas su skaitmeninės informacijos kūrniais. Geriausi tokių kūrinių pavyzdžiai – internetas ir pačios įvairiausios multimedijos programos. Jei dar prieš keletą dešimtmečių skaitmeninę informaciją buvo galima įsivaizduoti tik mokslinio tyrimo institutuose, tai šiandien kompiuteriniai kūriniai tampa neatsiejami nuo mūsų kasdienybės, nuo įvairiapusės komunikacijos šiuo kanalu. Net ir pačių humanitariškiausių specialybių atstovai rengia kompiuterinius tekstus, redakcijos maketuoja leidinius, architektai ir dizaineriai projektuoja namus, baldus, modeliuoja drabužius – t. y. vykdo platų veiklos spektrą, komunikuoja su įvairiausiomis auditorijomis. Palengva, tačiau akivaizdžiai formuojasi elektroninių leidinių pasiūla, poreikis ir, kartu, rinka. Komunikacijos mokslo teoretikai teigia, kad kiekviena iš žiniasklaidos rūšių turi savas informacijos pateikimo ir tvarkymo taisykles. Šios taisyklės buvo inspiruotos ne tik pačios informacijos technologijos, bet ir pateikiamos informacijos pobūdžio. Sakoma, kad tradicinėje žiniasklaidoje yra akivaizdus autoriaus (arba kūrėjo) požiūris, o naujoji žiniasklaida, priešingai tradicinei, išsiskiria savo unikalia savybe – interaktyvumu, kuris suprantamas kaip informacijos vartotojo inicijuotas informacijos tvarkymas (Šaltinis: <http://sk.mch.mii.lt>).

Spaudoje susilieja dvi informacijos sklaidos terpės – rašytinė ir statiško vaizdo (nuotraukų, piešinių). Televizijoje matome judančius vaizdus bei girdime garsą, matome tekstą. Tačiau tik atsiradus skaitmeniniam informacijos kodavimui atrandame galimybes gauti visiškai netikėtas įvairialypės – teksto, vaizdo, garso – kombinacijas. Manoma, kad tokiu būdu vartotojui daromas didelis psichologinis ir kultūrinis poveikis ir tokia interaktyvi, nuolat veikianti erdvė yra gausiai išnaudojama komunikacijos kampanijoms.

Naujosios internetinės žiniasklaidos panaudojimo įvairiems komunikacijos tikslams – informavimui, mokymui, pramogoms, bendravimui – svarba akivaizdi. Tačiau didžioji žiniasklaidos dalis yra privati, o privačių institucijų administracija daugiau ar mažiau kontroliuoja diskusijų erdvę, bet nepaisant to, „elektroninė, gana interaktyvi ir labai operatyvi žiniasklaida sugebėjo išjudinti sustingusių viešųjų erdvių ledus ir paskatinti diskutuoti vieną kitą alternatyvą, padėjo surengti aktyvioms piliečių grupėms opozicinius pareiškimus“ (Mažeikis, 2006²).

Jei viešasis diskursas gali egzistuoti kaip vaizdo taškeliai (pikseliai) ant ekrano, sukuriantys nuotolines vietas asmenims, kurie galbūt niekada nesusitiks, kadangi tai vyksta internetinėje erdvėje, tai „viešosios erdvės amžius, kaip bendravimas „akis į akį“ – aiškiai baigėsi. Demokratijos klausimas nuo šiol turi apimti nuo naujų formų iki elektroninių diskursų“ (Poster, 1995). Internetas yra įteisintas kaip vieša sritis. Skirtingai nuo kitų žiniasklaidos priemonių, internetas yra vieta, kur vartotojai, laikydami rankas ant pelės ir klaviatūros, gali skaityti, žiūrėti, klausyti, rašyti, komentuoti, diskutuoti, siųsti, susitikti, pirkti ir atlikti daugybę kitų veiksmų. Šios kunkuliuojančios informacijos ir veiksmo jūroje kompanijos reklamuojasi ir vykdo ryšių su visuomene ar komunikacijos kampanijas. Internetas pasižymi ne tik unikalėmis interaktyvumo savybėmis. Jis apjungia ir neribotas audiovizualines, ir kūrybines galimybes, taip pat pasižymi gana žemais auditorijos pasiekimo kaštais, leidžia be tarpininkų pigiai ir efektyviai komunikuoti su auditorijomis, suteikti jiems reikiamą informaciją, ar tarnauti kaip propagandos, įtikinėjimo ar kontrolės arena: “Internetas, ir kitos naujos elektroninės technologijos taip pat yra galingi įrankiai propagandos skleidimui ar masės įtikinėjimui, ypatingai naudojant politinei priespaudai ir kontrolei” (Garnham, 1996).

Tobulėjant technologijoms, interneto vartotojų skaičius laipsniškai didėja ir tai leidžia pasiekti vis gausnes auditorijas visame pasaulyje, o informacijos sklaida šioje virtualioje viešojoje erdvėje yra labai sparti. Internetas tampa pagrindiniu informacijos šaltiniu, milžiniška viešąja erdve. Tačiau kartu su plintančia virtualia komunikacija, atsiranda ir įvairių socialinių, kultūrinių ir kitokių problemų, tokių, kaip pavyzdžiui, neverbalinio bendravimo trūkumas, socialinė asmens izoliacija, išskirtinių kultūrinių bruožų nykimas, neteisingas informacijos interpretavimas ir pan.

Plintančios internetinės „viešosios erdvės negali visai pakeisti kūniškųjų viešųjų erdvių <...>. Kūniškas bendravimas: žvilgsniai, intonacijos, prisilietimai, mimika, informaciniu požiūriu visados yra pertekliniai ir yra giliai įaugę į aplinką, į kalbos žaidimus ir bihevioristinę epistemologiją. Todėl kūniškas bendravimas yra panardintas į aiškiai apibrėžtą prasmų lauką, o internetinis bendravimas neturi šio apibrėžtumo ir labai priklauso nuo vienatvės fantazijų“ (Mažeikis, 2006²). Todėl internetinio bendravimo socialinės prasmės yra mažiau veiksmingos ir efektyvios nei bendravime „akis į akį“ ir internetinės viešosios erdvės negali atstoti kūniškųjų, fizinių viešųjų erdvių, kuriuose rinktūsi bendruomenės ir spęstų visuomenei naudingus klausimus.

Virtualios viešosios erdvės išnaudojimo galimybių ribos šiandien yra sunkiai įsivaizduojamos, ji tarnauja įvairiausiems tikslams, tiek etiškiems, tiek neetiškiems. Šiame darbe nagrinėjama internetinė komunikacija, susijusi su „Lietuvos“ k/t atveju, parodo, kad būtent su internetinių technologijų pagalba pasiekiami didesni rezultatai visuomenės švietimo, agitavimo, skatinimo ar „refeodalizacijos“, manipuliavimo procesuose. Įgaunanti naujas formas viešoji erdvė nuolat kinta ir yra pritaikoma šiuolaikiniams poreikiams, tik ne visada tie poreikiai atstovauja visuomenės interesą, ne visada tarnauja kaip tolerancijos ir demokratinių procesų užuovėja.

3. KOMUNIKACIJOS KAMPANIJŲ VIEŠOJOJE ERDVĖJE ANALIZĖ, NAGRINĖJANT „LIETUVOS“ K/T ATVEJĮ

Siekiant išsiaiškinti, kaip atsiskleidžia viešosios erdvės suvokimas per komunikacijos kampanijas, tyrimui yra pasirinktas atvejo tyrimo metodas, kuomet gilinamasi į tiriamą situaciją bei atliekama žiniasklaidos turinio, apie konkretų „Lietuvos“ k/t atvejį, analizė. Šiam tyrimui naudojama internetinės *žiniasklaidos turinio analizė* (angl. *content analysis*). Šis tyrimo metodas pasirinktas dėl to, kad jis yra lankstus ir leidžia nustatyti: žiniasklaidos priemonės duomenis: publikacijos ar transliacijos datą, žiniasklaidos priemonės periodiškumą, tipas, platinimo regioną; pranešimo duomenis: šaltinį (pranešimas spaudai, spaudos konferencija, įvykis, renginys, žiniasklaidos iniciatyva), pranešimo formą ar pobūdį (naujiena, apybraiža, redakcinis straipsnis, skaitytojo laiškas ir pan.), apimtį (plotas centimetais ar laikas minutėmis), autorių; auditoriją: laikraščio ar žurnalo skaitytojų, klausytojų ar žiūrovų, interneto svetainė lankančiųjų skaičių; duomenis apie temą, turinį: pranešimo turinį ir kontekstą, reikšmingumą (ar pavadinimas yra antraštėje ar tekste, ar ir vienur, ir kitur), cituotus asmenis, paliestus dalykus, individų ar grupės pateikimą (lyderiai, sekėjai ar pan.); subjektyvius duomenis – pranešimo tono (teigiamas, neigiamas, palankus, nepalankus, išbalansuotas) nustatymą pagal pasirinktus kriterijus. Jei visi turinio analizės elementai aiškiai apibrėžti, skirtingi tyrinėtojai turėtų gauti vienodą rezultatą (Šaltinis: http://www.dotoni.com/rsv_teorija.php.php)

Tyrimo tikslas yra nustatyti „Lietuvos“ k/t situaciją viešosios miesto kultūrinės erdvės kontekste bei išanalizuoti su šiuo objektu susijusį vykdytų komunikacijos kampanijų internetinės žiniasklaidos turinį.

Tyrimo uždaviniai yra, nustatyti: 1. duomenų apie temą turinio – konteksto, reikšmingumą paliestiems dalykams; 2. informatyvumo lygį – kiek buvo pateikiama informacijos apie šį atvejį skirtinguose pasirinktuose šaltiniuose; išanalizuoti subjektyvius duomenis – pranešimo toną, remiantis šiais kriterijais: kokio emocinio tono buvo vartojami išsireiškimai, nusakantys šio atvejo problemas ir kokiame kontekste kalbama apie tyrinėjamą atvejį.

Tyrimo laikas: 2006 – 2007 metai.

Tyrimui naudojamos internetinės žiniasklaidos priemonių atranka vyko atsižvelgiant į problemos pobūdį, todėl pasirinkta: nepriklausomas, laisvus debatus savo svetainėje organizuojantis, įvairius kritinius straipsnius publikuojantis naujienų portalas www.straipsniai.lt; verslo kompanijos “M2Invest”, kuriai šiuo metu priklauso “Lietuvos” k/t, naujienos internetinėje svetainėje; Lietuvos Respublikos Kultūros Ministerijos (LRKM) ir Vilnius miesto savivaldybės (VMS) internetinių puslapių archyvai.

Naudojantis pasirinktais aspektais, siekiama patvirtinti arba paneigti iškeltą hipotezę, kad nevaržomos viešosios erdvės, kaip vieno iš būtinų demokratijos elementų egzistavimo, svarba Lietuvoje dar tik pradedama įsisąmoninti; kad valdžia, netobulinanti įstatymų ir ne visada užtikrinanti atvirumo, informacijos prieinamumo, viešumos egzistavimą, sprendžiant viešuosius klausimus labiau palaiko verslo atstovų, o ne pilietinių organizacijų vykdomas komunikacijos kampanijas viešojoje erdvėje.

Atvejo situacijos analizė atliekama per iškeltų problemų analizę, nagrinėjant „Lietuvos“ k/t likvidavimo atvejį.

Internetinės žiniasklaidos komunikacijos kampanijų turinio analizė atliekama per: 1. „Lietuvos“ k/t, kaip viešosios kultūrinės erdvės, reikšmingumo; 2. Viešojo intereso gynimo masto; 3. Verslo pozicijos; 4. Valdžios pozicijos, aspektus.

Tyrimo rezultatai pateikiami nuosekliai analizuojant situacijos ir turinio kontekstą. Esminiai duomenys patalpinti lentelėje.

3.1. Problemų analizė nagrinėjant „Lietuvos“ k/t likvidavimo atvejį

Kalbant apie viešosios erdvės pagrindines problemas, kurios tiesiogiai siejasi ir su „Lietuvos“ k/t atveju, situaciją būtų galima išanalizuoti išskėlus šias problemas: 1. Viešojo intereso gynimas. Pilietiškumas. 2. Abejingumo ir cinizmo įsigalėjimas. 3. Baimės faktorius.

3.1.1. Viešojo intereso gynimas. Pilietiškumas.

Dabartiniame lietuvių kalbos žodyne pateiktas toks žodžio „*viešas*“ aiškinimas: „visiems skirtas, visuomenės naudojamas, atviras, neslaptas“; žodis „*interesas*“ aiškinamas kaip „svarbus, rūpimas dalykas, reikalas, nauda“. Taigi, *viešojo intereso* sąvoką, semantine prasme, galima būtų aiškinti kaip visiems skirtą, rūpinimą dalyką, reikalą, kurio buvimu suinteresuota visuomenė, kitaip tariant tai yra svarbus, visuomenei naudingas dalykas. „Viešasis interesas turėtų būti suvokiamas kaip tai, kas objektyviai yra reikšminga, reikalinga, vertinga visuomenei ar jos daliai, o teisė ginti viešąjį interesą turėtų būti apibrėžiama kaip įstatymo numatytų asmenų teisė įstatymo numatytais atvejais kreiptis į teismą ginant tai, kas objektyviai yra reikšminga, reikalinga, vertinga visuomenei ar jos daliai“ (Šaltinis: Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo 2007 m. sausio 19 d. nutartis, administracinėje bylos Nr. A(3)-64-07). Yra svarbu, kad „viešuoju interesu laikytinas ne bet koks teisėtas asmens ar grupės asmenų interesas, o tik toks, kuris atspindi ir išreiškia pamatines visuomenės vertybes, kurias įtvirtina, saugo ir gina Konstitucija, tai – visuomenės atvirumas ir darna, teisingumas, asmens teisės ir laisvės, teisės viešpatavimas ir kt.“ (Šaltinis: Lietuvos Respublikos Konstitucinio teismo 2006 m. rugsėjo 21 d. nutarimas) Šiame darbe nagrinėjamo atvejo, pasipriešinusios visuomenės grupės, kovojančios už viešosios erdvės – „Lietuvos“ k/t – išsaugojimą, tikslai apginti viešąjį interesą buvo pagrįsti, nes siekė apsaugoti visuomenės teises į teisingumą, skaidrų sprendimų priėmimą, į visiems prieinamą viešąją erdvę, parodantys, kad viešosios erdvės ir vertybės Lietuvoje yra per mažai saugomos ir ginamos. „Kova dėl viešųjų erdvių yra puiki galimybė formuoti pilietiškumą. Pilietiškumas nereiškia automatiško paklusimo Vyriausybei, administracijoms, savivaldybėms“ (Mažeikis, 2006). Pilietiška visuomenė yra savarankiška laisvų asmenų visuomenė, jungiama bendrų pilietinių vertybių. Pilietinės visuomenės idėja susieja asmens autonomijos ir pilietinio solidarumo principus. „Tai idealus vaizdinys, Vakarų kultūroje turėjęs ir iki šiol turintis normatyvinę, socialinę bei politinę tikrovę kuriančią galią. Kitas klausimas - ar jis dar pajėgia žadinti mūsų, dabarties lietuvių, vaizduotę, ar gali būti mūsų kuriamos tvarkos modeliu?“ (Kuolys, 2005).

Visuomenėje kuriamas tvarkos modelis ne visuomet atitinka pilietiškos visuomenės apibūdinimą. Apie tai, kad viešosios erdvės ir vertybės yra nepuoselėjamos ir likviduojamos, kad visuomenei itin trūksta sąmojingumo ir vieningumo, pradėdama vis dažniau ir garsiau kalbėti. Yra susidariusi

nuomonė, kad visuomenėje labai sunkiai formuojasi ir pasireiškia pilietiškumas ir „labai tikėtina, kad tai susiję su elementarių įgūdžių nebuvimu. Iš kolektyvizmo strimgalviais metėmės į radikalų individualizmą. Išmokome sakyti „mano“ ir dažnai nebematome, kad egzistuoja taip pat ir bendros atsakomybės erdvė“ (Gudonienė, 2006). Ne visai suvokiame, kad ją reikia vertinti, puoselėti ir, esant būtinybei, ginti. Bendra atsakomybės erdvė tai yra ir viešoji politinė, socialinė ir kultūrinė erdvė, kurioje klesti (ar turėtų klestėti) demokratiniai procesai. Lietuvoje žinomas ne vienas bandymas apginti viešąją socialinę erdvę, pavyzdžiui, Elektrėnų savivaldybės gyventojų kova prieš Kazokiškių sąvartyno statybą ir kt. Vienas žinomiausių, ryškiausių atvejų, išaugęs į pilietinį judėjimą „Už Lietuvą be kabučių“ – aktyvių, pilietišku žmonių kova prieš „Lietuvos“ k/t likvidavimą ir su tuo susijusios piliečių, verslo ir politikos atstovų komunikacijos kampanijos. Kova dėl „Lietuvos“ k/t išsaugojimo tęsėsi nuo to laiko, kai tik buvo pradėtas šio kino teatro privatizavimas, nuo 2002 m. iki šių metų balandžio mėnesio, kuomet tapo aišku, kad piliečiams visuomenės intereso apginti nepavyko. Tačiau ši kova iškėlė svarbius ir opius klausimus apie viešąją erdvę ir jos funkcionavimą, apie neaiškia kultūros politikos padėtį, apie viešojo intereso gynimo įstatymo ruošimą bei skatina rimtai susirūpinti dėl tolesnio visuomenės intereso klausimo ir dėl kitų viešųjų erdvių likimo Lietuvoje. Pademonstravo, kad visuomenė jau yra pajėgi kovoti prieš nepalankius visuomenei valdžios ir verslo sprendimus, kad pamažu formuojasi pilietinė visuomenė, kuri savo aktyvia veikla gali pasiekti ne menkų rezultatų. Tačiau yra pastebimas ir toks reiškinys, kad pagrindines pastangas dėl viešosios erdvės ir viešo intereso išsaugojimo deda tik tiesiogiai nukenčiantys, ar tokios, jau minėtos negausios, bet atkaklios piliečių opozicinės grupės, į kurių veiksmus valstybinių institucijų atstovai vangiai reaguoja, o konkrečių veiksmų pradeda imtis tik kraštutiniu atveju, ar kai tokiu būdu galima sukirsti politinį konkurentą.

Suvokiant nuolatinę grėsmę visuomenės interesui dėl iki galo nereguliuotos teisinės šios srities dalies, 2007 m. gruodžio 21 d. Vilniuje vykusios projekto „Pilotinė konsensuso konferencija: aktyvus piliečių dalyvavimas viešojoje politikoje ir sprendimų priėmimo procese vietos savivaldoje“. Šioje konferencijoje nagrinėti klausimai ir pateikti raginimai valdžiai bei visuomenei mums yra svarbūs, nes tai yra „Lietuvos“ k/t gynėjų iškeltų problemų tęsinys. Baigiamojoje konferencijoje „Viešojo intereso gynimas“ dalyviai, atstovaujantys įvairias visuomenės grupes, išanalizavę viešojo intereso atstovavimo ir gynimo patirtį Lietuvoje, išreiškė susirūpinimą jog Lietuvos Respublikos Seimo specialios darbo grupės parengtas Lietuvos Respublikos viešojo intereso gynimo civiliniame ir administraciniame procese įstatymas dar nėra priimtas. Buvo konstatuota daugelis susirūpinimą keliančių problemų, tokių kaip tam tikrų interesų grupių priešiškas nusistatymas dėl viešojo intereso gynimo įstatymo reglamentavimo, daugelio Lietuvos savivaldybių ne laiku pateikiama informacija apie numatomus priimti sprendimus, susijusius su viešuoju interesu, dėl visiško diskusijų nebuvimo ir t.t. Konferencijoje priimtame pareiškime

teigiama, kad savivaldos institucijos neskatina piliečių dalyvauti vietos savivaldos politikoje, taip neugdama bendruomenių kompetencija ir motyvacija remti pilietines iniciatyvas ginant viešąjį interesą. Visos šios problemos jau buvo keliamos ir „Lietuvos“ k/t gynėjų iniciatyva. Be iškeltų klausimų ir kritikos valdžiai taip pat yra pateikiami ir problemų sprendimų būdai, tokie, kaip, „aktyviai bendradarbiauti ir nuolat dalintis gerąja patirtimi su panašią patirtį turinčiomis bendruomenėmis ir valdžios institucijomis, sudaryti sąlygas vienyti viešojo intereso gynėjų pajėgas, intelektualinį ir finansinį potencialą, organizuoti bendras visuomenės informavimo ir viešosios nuomonės formavimo kampanijas, kaupti teisinę informaciją ir ją aiškinti; Steigti asociacijas ir asocijuotas struktūras; Skleisti informaciją apie savo veiklą, įvairiais būdais propaguoti viešojo intereso gynimą; Reikalauti iš įvairių lygių valdžios institucijų atsižvelgti į bendruomenių interesus priimant joms svarbius sprendimus; Aktyviau naudotis teise dalyvauti LR Seimo, LR Vyriausybės, savivaldybių tarybų posėdžiuose, rengiant sprendimų projektus, organizuojant apklausas, susirinkimus, viešus peticijų nagrinėjimus ir skatinant kitas pilietinio dalyvavimo formas; Aktyviau naudotis peticijos teise; Pasitelkus atsakingas valdžios institucijas sukurti veiksmingą teisinę sistemą, sudarančią galimybę piliečių bendruomenėms ir nevyriausybinėms organizacijoms atstovauti ir ginti viešąjį interesą“ ir kt. (Šaltinis: bernardinai.lt). Visi šie klausimai buvo formuluojami ir kino teatrą ginančių visuomenės veikėjų kreipimuose bei peticijoje dėl šio objekto išsaugojimo. Kaip matome, visuomenės intereso klausimas yra labai glaudžiai susijęs su viešosios erdvės problemomis, nes labai dažnai jie yra tame pačiame diskusijų lauke. Pažeidžiant viešosios erdvės funkcionavimą, iš karto pažeidžiamas ir visuomenės interesus.

3. 1. 2. Abejingumo ir cinizmo įsigalėjimas.

Kaip rodo šių dienų aktualijos, smurtas, neteisybė, viešųjų interesų pažeidimai nebesulaukia tokio stipraus visuomenės dėmesio, nes dažnai ciniškai, nekritiškai ar subjektyviai pateikiama informacija nebegali iššaukti arba sulaukti kritiškos reakcijos. Formuojama nuostata, kad tarp politikos ir žiniasklaidos vyksta jėgos žaidimai ir juose neįmanoma teisingumo paieška, kad tiesa yra to pusėje, kuris įtakingesnis, galingesnis, kuris valdo informaciją, todėl eilinis žmogus, ar privačių interesų neturinti grupė tokioje erdvėje negali tikėtis teisingumo, sąžiningų sprendimų. Visa tai yra dėl to, kad dažniausiai paisant tik privačių poreikių, iškraipomos politikos ir žiniasklaidos funkcijos, nepaisoma etikos ir viešojo intereso.

Abejingumas daugiau pasireiškia visuomenėje, kuri nustoja domėtis politiniame, socialiniame, kultūriniame gyvenime vykstančiais procesais. Abejinga visuomenė yra lengviau pasiduodanti manipuliacijai, iš jos nesitikima sulaukti pasipriešinimo veiksnių dėl jai nepalankių sprendimų priėmimo, joje yra mažiau galimybių atsirasti kritiniam požiūriui, formuoti pilietiniams judėjimams. Cinizmas ar abejingumas visuomenės poreikiams daugiau pastebimas verslo atstovų

poelgiuose, kuomet jų verslo ambicijos labai dažnai pažeidžia viešąjį interesą. Pasak politiko Andrius Kubiliaus, „ciniški verslininkų veiksmai trukdo formuotis ir taip sunkiai atsirandančiai pilietinei visuomenei“ (lrytas.lt). Kaip matyti, pilietinė visuomenė nesusiformuoja lengvai, tam reikalingos tam tikros tiek ekonominės, tiek kultūrinės sąlygos ir valdžios skatinimas bei palaikymas. Abejingumo ir cinizmo įsigalėjimas visuomenėje, valdžios bei verslo sluoksniuose yra viena pagrindinių viešosios erdvės nykimo priežasčių.

Esant tokiai abejingumo ir cinizmo atmosferai mūsų visuomenės, valdžios ir verslo sluoksniuose, susikūręs pilietinis judėjimas, stojantis ginti visuomenės interesų, iššaukia susidomėjimą ir norą giliau panagrinėti tokį atvejį.

3. 1. 3. Baimės faktorius.

Kaip pastebi tyrinėtojai, Lietuvoje šiandien „baimės yra kur kas daugiau nei laisvės, (...) baimė (...) net bandoma pateikti kaip laisvė. (Navickas, 2007). Baimė – sovietinės santvarkos palikimas, kuomet buvo uždraustos viešos ir laisvos diskusijos, žodžio laisvė ir kiti demokratijos reiškiniai. Baimė dėl asmeninės gerovės gali sutrukdyti kovojant ir ginant visuomenės interesą. Ja, kaip įbauginimo ir nuginklavimo įrankiu, gali naudotis visos įtakos sferos, tiek politinės, tiek žiniasklaidos, tiek verslo. Ir čia, kaip jau yra pastebėjęs J. Habermasas, dažnai pasireiškia „refeodalizacijos“ reiškinys, kuomet siekiama įbauginimo priemonėmis paveikti, sunaikinti atsiradusią opoziciją. Todėl atsilaikyti spaudimui, kovojant ne už privačią gerovę, o dėl visuomenės intereso prieš galingas korporacijas reikia nemenkos drąsos ir pasiryžimo: „Sakyti, kad politika yra nešvari sritis, nereikia drąsos. Jos reikia bandant keisti situaciją ir įrodant, kad gali būti ir kitaip. Jokios drąsos nereikia, kai žurnalistas ar leidinio savininkas kartoja gerai išmoktą maldelę, esą žiniasklaida tokia, kokie žmonės. Drąsos reikia kovojant už tiesą, su visomis aštriomis briaunomis ir dažnai labai nepatogią“ (ten pat). Lietuvoje vykstantį refeodalizacijos reiškinį puikiai atspindi „Lietuvos“ k/t ginantiems žymiams ir nusipelnusiems visuomenės veikėjams pateiktas ieškinys dėl turtinės 600 000 Lt. ir neturtinės 30 000 Lt. žalos atlyginimo. Turtinės žalos siekiama prisiteisti už tai, kad piliečiai, po Vilniaus apskrities administracijos išduoto teisės akto apskundimo, teismas laikinai sustabdė jo galiojimą. Neturtinė žala esą padaryta per žiniasklaidoje – tiesioginėje radijo kultūros laidoje – išsakytą požiūrį, dėl kurio tariamai nukentėjo bendrovės „M2Invest“ dalykinė reputacija. Siekiant išieškoti pusmilijonines sumas „sunku vertinti kitaip, nei bauginimą, gąsdinimą, varymą į baimę visus biudžetines algas gaunančius piliečius, todėl tik geležinės valios žmonės gali nepabūgti aukoti ne tik savo, bet ir vaikų likimų po tokių viešų ir nepadorių savo jėgos demonstravimų“ (Stancikas, 2008).

Baimė – galimas ginklas prieš piliečių iniciatyvas, aktyvumą ir ryžtą imtis protesto akcijų prieš valdžios ir verslo interesus. Ne viename straipsnyje ar interviu yra minimas baimės, visuomenės

įbauginimo momentas. Baimė kyla dėl grėsmės asmeninei laisvei, finansinei gerovei, yra gąsdinama, patraukimu teisinei atsakomybėn. Apie tai savo daugelyje žiniasklaidos priemonių išplatintame pranešime pasisako opozicinės Tėvynės Sąjungos pirmininkas A. Kubilius: „siekama įbauginti aktyvesnius visuomenės narius, kad ateityje panašių veiksmų jie nebesiimtų. Duodamas nedviprasmiškas signalas – tie, kas ryšis stoti skersai kelio nekilnojamojo turto bendrovėms, patys turės gintis nuo teismo persekiojimo ir rizikuoti savo turtu, laiko bei pastangų sąnaudomis. Be to, siekiama sukurti pavojingą precedentą. Mūsų valstybėje ir taip pernelyg daug sandėrių įvyksta už uždarytų durų, visuomenei nematant ir nedalyvaujant, o sprendimus diktuojant stambiems finansiniams interesams. Atėmus piliečiams teisę ginti viešąjį interesą teismų keliu, valstybė dar labiau pasislinktų oligarchinės santvarkos link“ (vilma.cc). Pranešime aiškiai nusakoma esama situacija ir sistema, prieš kurią reikia itin didelės drąsos kovoti, siekiant apginti viešąjį interesą, reikštis pilietiškumui. “Dabar pilietinės visuomenės kūrimuisi iškeltas nemažas iššūkis. Nors ir nemanome, kad „Rojaus apartamentai“ bauginimo veiksmai gali aktyviuosius piliečius atgrasyti nuo jų veiklos, vis dėlto pabrėžiame, kad teisinėje valstybėje niekas neturi teisės imtis (...) piliečių bauginimo veiksmų“, – teigia A.Kubilius. (ten pat).

Todėl itin aktyvus žmonių grupės judėjimas ir kova prieš „Lietuvos“ k/t privatizavimą ir jo viešosios funkcijos pakeitimo į komercinę, negali likti be dėmesio ir gilesnės analizės, kaip vienas iš tų atvejų, kuomet susiformavo aktyvi ir iniciatyvi, pilietinė visuomenės grupė, kuriai, tam tikram laikui pavyko sustabdyti viešosios erdvės sunaikinimo procesą, kuris atkreipė žiniasklaidos, valdžios, ekspertų, verslininkų ir visuomenės dėmesį į šią ir kitas opias kultūros politikos ir viešojo intereso gynimo problemas Lietuvoje.

4. KOMUNIKACIJOS KAMPANIJŲ INTERNETINĖJE ŽINIASKLAIDOJE TURINIO ANALIZĖ

4.1. „Lietuvos“ k/t, kaip viešosios kultūrinės erdvės reikšmingumas

Reikia atkreipti dėmesį, kad šis viešosios erdvės objektas yra Vilnius miesto senamiestyje, Pylimo g. 17 – pačioje miesto senamiesčio širdyje, Vingrių šaltinių teritorijoje, iki galo neištyrinėtoje archeologinėje vietoje, kuri yra svarbi savo architektūriniu, kultūriniu paveldu, nes miestą sudaro kultūros vienijama bendruomenė. Bet kokia neatsakinga plėtra į šią vietą, gali pridaryti nepataisomos žalos: „Rojaus apartamentų“ statyba būtų šiurkšti invazija į Senamiestį – Pasaulio paveldo objektą. Agresyvumu jis prilygsta „sovietiniam monstrui“ – kaip yra vadinama „Lietuva“ – ir nėra už jį geresnis architektūriniu požiūriu. Tai tipiškas atvejis, kai agresyvi plėtra dangstoma „atkūrimo“ terminu, <...> o kuo gali baigtis šis projektas, parodė griūtis Šiaulių gatvėje“ (straipsniai.lt, „Lietuva“ kviečia: ne griauti, o kurti Europos kultūros sostinę“ 2007-05-02).

Straipsnio „Lietuvos“ kino teatras“ autorius S. Butkus, publikuoto 2006-02-06 straipsniai.lt portale, pažymi, jog tai yra dalis unikalaus komplekso, jungiančio buvusį „Pergalės“ kino teatrą, Reformatų bažnyčią ir buvusį „Geležinį kablį“ – „visi šie objektai, suformuoti taškinio užstatymo principu, išsiskiria savo architektūra, bei tuo, kad egzistuoja neatsiejami nuo juos supančių viešųjų erdvių, kurias jungia žemutinės Taurakalnio terasos žaliosios erdvės, pajvairintos Frenko Zappos ir kitų kultūros veikėjų mažosios architektūros monumentais“ (Butkus, 2006). „Lietuvos“ kino teatro problema iškelia opų ir „pamirštą kultūros politikos ir kultūros planavimo klausimą“ (ten pat), tai, kad iki šiol nėra užtikrinta tokių viešųjų kultūrinių vietų ateities perspektyva. Šie objektai, kaip buvęs „Geležinis kablys“, Reformatų bažnyčia – palikti likimo valiai, nykstantys ir nepuoselėjami, o buvęs „Pergalės“ kino teatras paverstas spalvingu kazino, rodo, kad valdžios atstovams tarsi geriau yra nuskurdinti likusias viešąsias erdves, o paskui, kai jau ir patys piliečiai tampa nepatenkinti miesto vaizdą gadinančiais vaizdais, perleisti tokį buvusį viešą objektą privačiam kapitalui, džiaugiantis, kad verslininkai sutvarkė apleistą vietą.

Straipsnyje „Lietuva“ kviečia: ne griauti, o kurti Europos kultūros sostinę“ akcentuojama šio kino teatro, kaip svarbios miesto viešosios erdvės vietos reikšmė: „Tai ir tradicinė žmonių santaikos vieta – būtent tokiose vietose kuriasi miesto bendruomenės, siejamos kultūros vertybių. Teiginys, kad „Rojaus apartamentai“ projekte šią erdvę numato išlaikyti – klaidinantis. Didžioji dalis būtų užstatyta (...), tai tokia pat viešoji erdvė, kaip gražiai sutvarkytas vidinis privataus kvartalo kiemas arba palmėmis apodintas pasažas tarp prekystalių „Akropolyje“. Čia taip pat išreikštas nuogaštavimas, kad kartu su mieste naikinamomis viešosiomis erdvėmis yra naikinamos ir miesto bendruomenių kultūrinės vertybės. Nykstančias kultūrinės žmonių susibūrimo vietas pakeičia

prekybos ir pramogų centrai, kuriuose jau susiformavusi vartotojiška, komerciška kultūra, tokia, kokiai priešinasi analitikai, filosofai, meno srities atstovai.

„Lietuvos“ k/t atvejis unikalus tuo, kad sulaukė didelio visuomenės grupių pasipriešinimo komercijos išgalėjimo ir tuo, kad apnuogino privataus kapitalo ketinimus: įgyvendinti komercinį projektą, nepaisant žemės nuomos sutarties, kuri buvo „sudaryta 1994 m., <...>, joje nurodyta tikslinė žemės naudojimo paskirtis – „naudoti ūkinei komercinei veiklai, susijusiai su kino teatro paskirtimi“ (straipsniai.lt, „Lietuva“ kviečia: ne griauti, o kurti Europos kultūros sostinę“ 2007-05-02) ir neteisėtai vykdyti detaliojo planavimo procesą, nes yra „akivaizdu, kad gyvenamųjų namų statyba, kurią planuoja UAB „Rojaus apartamentai“, nėra veikla, susijusi su kino paskirtimi“ (ten pat). Naujame būsimame komercinės paskirties pastate yra numatytos dvi mažos kino salės, bet ar jos galės patenkinti visuomenės poreikius, kai yra prarandama tokia didelė ir nuo miesto kultūros neatsiejama nekomercinė viešoji erdvė? Visuomenės poreikiai gali smarkiai nukentėti dėl nuolatinio viešųjų erdvių naikinimo ir kultūrinių projektų neskaidraus organizavimo. Šios problemos ypač paaštrėjo ir yra viešinamos dėl to, kad 2009 metais Vilnius taps Europos kultūros sostine ir yra baiminamasi, kad „gali būti katastrofiška situacija“ (straipsniai.lt, „Lietuva“ kviečia: ne griauti, o kurti Europos kultūros sostinę“, 2007-05-02), nes yra „nekokie reikalai su infrastruktūra“ (ten pat). Apie tai jautriai atsiliepia straipsnių autoriai (R. Gečaitė, L. Armonaitė, G. Mažeikis, J. Drėmaitė). Pateikiama tokia nuomonė: „Sunaikinus pastatą, kurio erdvę galima pritaikyti 2009-ųjų renginiams, Vilnius jo vietoje gautų brangią statybų aikštelę, o <...> kultūros vertybių naikinimas nedera Europos kultūros sostinei, nes yra laikomas barbarų privilegija“. Kaip matome, artėjant tam metui, kuomet Vilnius taps Europos kultūros sostine, šis „Lietuvos“ atvejis dar labiau aštrina kultūrinių erdvių padėtį Vilniuje ir neskaidrią kultūros politiką apskritai.

Komunikacinėje pasipriešinimo kovoje, siekiama atkreipti dėmesį ir į tai, „kad „Lietuvos“ k/t, kaip viešoji kultūros erdvė, gyvavo jau pusę amžiaus ir per tą laiką subrendo kaip savitą tradiciją turintis kultūrinės traukos centras, su kuriuo sietinas kelių sostinės inteligentijos kartų kultūros akiračio formavimasis. Sunaikinus šį paveldą, „būtų sunaikintas ir emocinis santykis su vieta, kuri brangi daugeliui Vilniaus gyventojų. <...> Žmonės turi teisę mylėti savo miestą ir jį ginti kai jis yra griauamas. Kitaip liktų tik prisirišimas prie investicijų“ (straipsniai.lt, „Lietuva“ kviečia ne griauti, o kurti Europos kultūros sostinę“, 2007-05-02). Viešosios erdvė gynėjai atkreipia dėmesį ir į dar vieną aspektą, emocinę šios vertę: „1960-ieji, kai pastatytas šis kino teatras, buvo politinių bei intelektualinių represijų metai, ir tada jau vien jo pavadinimas – „Lietuva“ – atliepė rezistencines nuotaikas. Simbolinė vietos reikšmė yra sunaikinta, o iš Vilniaus kino mėgėjų atimta galimybė rinktis: „Lietuvos“ kino teatro negali pakeisti „Coca-Cola Plaza“ ir „Akropolis Forum Cinema“, kurių repertuarą sudaro beveik vien Holivudo produkcija“ (Atviras laiškas investuotojams dėl „Lietuvos“ kino teatro 2006-08-29 www.bernardinai.lt, www.vilma.cc).

Kas atsitiktų nugriovus „Lietuvą“? „Būtų sunaikinta erdvė, būtina ne tik 2009-iesiems. Miesto centras – puiki vieta ambicingesniai projektui, negu 2 kino salės komercinių apartamentų užkaboriuose. Čia galima sukurti universalų, nekomercinės kultūros centrą, kurio šerdimi taptų Nacionalinio kino centras ir apie jį susitelkusios kultūros industrijos. Didžiąją „Lietuvos“ salę nesunku lanksčiai pritaikyti ne tik kinui, bet ir koncertams, teatro repeticijoms, spektakliams, viešiesiems renginiams. Teiginiai, kad „Lietuvos“ gynėjai kovoja už sovietinį kino teatrą ir prastą vadybą – reklaminis triukas. 7000 šalies piliečių, pasirašiusių peticiją už „Lietuvos“ išsaugojimą, tiki kitokia jos ateitimi“ (ten pat). Čia yra išreiškiamas platus požiūris, kaip būtų galima racionaliai išnaudoti šią kultūrinę viešąją erdvę, kad ji maksimaliai išnaudotų ir atitiktų savo kultūrinę paskirtį. Tačiau yra paradoksalu, kad „programos „Europos kultūros sostinė 2009“ rengėjai, režisierius A. Matelis ir kiti, vienokių ar kitokių privačių interesų šioje situacijoje turintys, pritarė idėjai nugriauti „Lietuvą“, motyvuojama tuo, kad 2009-aisiais Vilniui katastrofiškai trūks nekomercinių erdvių kino projektams. „Šią paradoksišką logiką padiktavo viešųjų ryšių akcijoms būdingas mąstymas. Kaip ir visi reklaminiai produktai, ji yra menkai susijusi su tikrove ir į ją perkelta, turės neigiamų pasekmių“ (ten pat). Šioje išsakytoje nuomonėje galime atpažinti verslininkų pasitelktus nuomonės lyderius, tokius kaip žymus režisierius A. Matelis, programos „Europos kultūros sostinė 2009“ rengėjai, „Scanoramos“ vadovė, kino kritikė ir daugelio tarptautinių kino festivalių komisijos narė G. Arlickaitė ir kt., kurie viešai išsako savo verslo interesus atitinkančią nuomonę, motyvuodami tuo, kad kino tradicija tęsis ir gyvenamajame, komerciniame pastate įkurtose kino salėse, siekia įgyvendinti ir savo asmeninius projektus: „Vilniuje pristatyta naujojo kino centro koncepcija. Jos vienas iniciatorių yra režisierius Arūnas Matelis. <...> Šiuo metu bendrovė „M2 Invest“ Lietuvos žiūrovams padeda pristatyti pasaulinės šlovės nusipelnusį A. Matelio dokumentinį filmą "Prieš parsikrendant į Žemę". („Aktualu. Naujajame kino centre jau suplanuoti kino renginiai“, „M2 Invest“, 2007-04-23). Naujame pastate jau planuojami kino renginiai 2009-iesiems metams, tačiau kokia kultūrinė šios vietos tradicija bus po 2009-ųjų, neaišku. Ar nepasikeis šios vietos savininkų nuomonė, kai jau bus pasiekti jų tikslai, nes jų pasisakyme nuskamba tik su kinu susijusios ateities tikėjimasis, o ne užtikrinimas: „Tikimės, kad gero kino tradicija būsime kino centre bus tęsiama ir po 2009 metų

„Lietuvos“ k/t yra labai glaudžiai susijęs su visos kultūros politika sostinėje, tad nuogastavimai dėl šio objekto yra susiję su kultūros funkcionavimo ir perspektyvos problemomis Lietuvoje ir yra pagrįsti. Šiuo atveju verslininkų vykdoma (vykdyta) ryšių su visuomene kampanija nėra paremta ilgalaikiu atsiskaitomumu ir kultūros puoselėjimo naujame pastate užtikrinimu visuomenei. Verslininkų komunikacijai su auditorijomis yra pasitelkiami nuomonės lyderiai, išnaudojama skurdi meno pasaulio techninė bazė, todėl vietoj plačių buvusio kino teatro su tūkstančių vietų galimybių išnaudojimas pristatomas tik kaip siaura veiklos erdvė.

Komunikacijos turinys, kalbantis apie šią vietą, kaip apie kultūrinę miesto viešąją erdvę yra tik iš laisvų autorių pusės. Verslo atstovai nutyli viešosios erdvės egzistavimo perspektyvas, jų prioritetai yra tik komercinei šio objekto vertei, dėmesį kreipiant į tai, kad sulaukia kino pasaulio žmonių pritarimo savo projektui. Apie su kultūra susijusias problemas, perspektyvas ir pasvarstymus, kaip būtų galima išnaudoti šią unikalią kultūrinę viešąją erdvę, nėra nei viename LRKM ar VMS internetiniame pranešime. Apie buvusių kultūrinių objektų puoselėjimą ir pritaikymą prie šiuolaikinių poreikių valdžios atstovai neužsimena, nes jų iniciatyva aktyvumas pasireiškė tik „Lietuvos“ k/t privatizavimo eigoje.

4. 2. Viešojo intereso gynimo mastas

Tyrimė analizuojamas internetinės žiniasklaidos turinys apie „Lietuvos“ k/t privatizavimą ir piliečių protesto akcijas prieš šį reiškinį. Didelis visuomenės grupės aktyvumas ginat vieną iš paskutinių nekomercinių kino teatrų „Lietuva“, buvo netikėtas tiek politikos, tiek verslo atstovams, tiek pačiai visuomenei ir reikalauja gilesnio patyrinėjimo – dėl šio objekto vykdytų komunikacijos kampanijų internetinėje žiniasklaidoje, kaip vienoje iš viešosios erdvės dimensijų, turinio analizės. Gindami „Lietuvą“, protesto dalyviai ėmėsi kūrybingų, originalių priemonių, akcijų, tokių, kaip pavyzdžiui, „Monopolio“ žaidimas prie kino teatro, siūlant nusipirkti Gedimino pilį, Katedrą – viešas vietas ir erdves, kurių privatizavimas būtų neįtikėtinas, bet, esant dabartinei komerciškai ir vartotojiškai visuomenei bei valdžiai vykdant viešųjų erdvių privatizavimo politiką, pilnai įsivaizduojamas. Kitos akcijos, tokios kaip „Šuns balsas į dangų neina“ su protestuotojų augintiniais, kuomet norėta parodyti, kad visuomenės intereso gynimas – valdžios dėmesio nesulaukiantis dalykas. Protestuotojų grupės, išaugusi į judėjimą „Už Lietuvą be kabučių“ akijos, komunikacijos kampanijos atkreipė ekspertų, visuomenės ir žiniasklaidos dėmesį bei privertė savivaldybę persvarstyti šį, viešosios kultūrinės erdvės, klausimą. Protestuotojų tikslai, žiniasklaidai padedanti, tarsi buvo pasiekti – Vilniaus miesto savivaldybė turėjo persvarstyti šį klausimą, buvo sustabdytas visuomenės interesui prieštaraujantis detaliojo plano įgyvendinimas, iškelti svarbūs kultūros politikos ir viešųjų erdvių išsaugojimo klausimai. Tačiau, kaip jau yra žinoma, galutinė protestuotojų kova, kuri iki šiol tęsiasi teismuose, yra kaip ir pralaimėta ir tik laiko klausimas, kada šis objektas bus nugriautas ir kada praktiškai bus pakeista šios teritorinės ir kultūrinės vietos paskirtis.

Kova dėl „Lietuvos“ k/t yra kova dėl viešojo, visuomenės intereso gynimo. Asmenys, subūrę pilietinį judėjimą „Už Lietuvą be kabučių“ – neturi jokių asmeninių intencijų į šį objektą, visi jie yra laisvi visuomenės atstovai, nusipelnę Lietuvai savo pasiekimais (vienas lyderių Gediminas Urbonas – Nacionalinės premijos laureatas), inteligentai, išsilavinę piliečiai, manantys, kad likviduojant šį kino teatrą yra pažeidžiamas visuomenės interesas. Visuomenės intereso pažeidimai yra apibrėžiami kaip valdžios institucijų sprendimai, pažeidžiantys viešąjį interesą, gali būti teismine tvarka panaikinti ir iš valstybės ar savivaldybės biudžeto priteisiant patirtą žalą, dėl ko negalima patenkinti tam tikrų visuomenės poreikių. Todėl neretai viešasis interesas – atsisakyti ginti viešą interesą (Šaltinis: www.lntpa.lt/get.php?f.58).

Tokia neapibrėžta ir teisiškai nereguluota viešojo intereso gynimo padėtimi naudojasi verslininkai, teigdami, jog viešojo intereso gynimas – ne piliečių kompetencija ir taip išryškėja „mūsų teisingumo sistemos silpnybės. Lietuvos Respublikos įstatymai aiškiai neapibrėžia, kas ir

kaip gali viešąjį interesą ginti. Šiomis įstatymo landomis ir naudojasi UAB „Rojaus apartamentai“ (Kubilius, 2007).

Kilęs ir augantis pasipriešinimas „Rojaus apartamentų“ ir Cinema Scotland vizijai nugriauti „Lietuvos“ k/t ir jo vietoje pastatyti „daugiafunkcinį komercinį pastatą su dvejomis kino salytėmis“, pasiekė dar neregėtus Lietuvoje mastus ir reiškiasi kaip aktyvus pilietiškumas, kuris yra suvokiamas „kaip individo ir valstybės teisių ir pareigų kompleksas: politinės teisės balsuoti, teisės dalyvauti demokratinuose procesuose, socialinės teisės į paslaugas ir draudimą bei rėmimą, žodžio laisvės, lygybės prieš įstatymus ir pareigų – mokėti mokesčius, laikytis įstatymo, o valstybei – atsiskaityti piliečiams (Gudonienė, 2006).

Kokia gi tai yra viešoji kultūrinė erdvė, kurią reikia ginti? Apie 1960 metais statytą kino teatrą pateikiama tokia su jo privatizavimu susieta informacija: Valstybinis kino teatras „Lietuva“ 1990-1991 m. buvo reorganizuotas į UAB „Lietuvos kino teatras“, kurio apie 93% akcijų valdė Vilniaus miesto Savivaldybė, o likusius 7% akcijų įsigijo 14 kino teatro darbuotojų. 1997 m. UAB „Kino teatras Lietuva“, su Savivaldybės žinia paėmė 1 mln. 900 tūkst. litų kreditą iš Žemės Ūkio Banko kapitalinei renovacijai ir įrangai įsigyti. Maždaug per keletą metų kreditas buvo gražintas iš kino teatro uždirbtų lėšų. Vyriausybės parama skiriama nebuvo. 1998 m. buvo paimtas antras – 2 mln. 500 tūkst. litų kreditas tolesnei renovacijai ir įrangai, kurio gražinimas buvo išdėstytas iki 2005 m. 2002 m., prieš pat kino teatro privatizavimą, Vilniaus m. savivaldybės ekonomikos skyrius padarė UAB „Kino teatras Lietuva“ turto vertinimo perkainavimą. Įmonės turto balanse buvo įvertintas didelis nusidėvėjimas už 2001 m. finansinį laikotarpį. 2002 m. gegužę įvyko pirmasis aukcionas. Aukcioną laimėjusi „Vilniaus prekybos“ dukterinė įmonė UAB „Regiono investicija“ kino teatrą pirkti atsisakė paaukodama 100 tūkst. litų užstatą. Po pusmečio surengtame antrajame aukcione „Regiono investicija“ kino teatrą įsigijo už dvigubai ar net trigubai mažesnę nei pavasarį sumą – maždaug už 2 mln. litų. Po trijų metų nuo antrojo aukciono, „Regiono investicija“ pardavė kino teatrą „Lietuva“ už gerokai didesnę sumą bendrovei „M2Invest“, kuri yra plėtros bendrovės „Rojaus apartamentai“ akcininkė. 2005 m. kino teatro direktorė Vida Ramaškienė paskelbė apie rugsėjo 25 d. įvyksiantį uždarymą. Nepatenkintieji savo nuomonę dėl, jų teigimu, prieštaringo kultūros paveldo objektų privatizavimo ir naikinimo, ir su jais susijusių kultūros organizacijų išskaidymo, reiškė protesto ir meno akcijomis, peticijomis, straipsniais žiniasklaidoje. 2006 m. liepos 11 d. paskelbtoje peticijoje buvo pareikšta, jog Vilniaus savivaldybė per menkai atstovauja viešiesiems interesams ir leidžia privačiam investuotojui galutinai sunaikinti vieną iš svarbiausių sostinės viešųjų kultūros erdvių, kurią subrandino buvęs „Lietuvos“ k/t. Peticija buvo paskelbta pilietinio judėjimo „Už Lietuvą be kabučių“, įsteigto menininkų Gedimino ir Nomedos Urbonų iniciatyva ir pasirašyta miestiečių, tarp kurių – žinomi ir nusipelnę šaliai asmenys, taip pat surinkta apie 7000 festivalio „Kino pavasaris“ metu apsilankiusių žiūrovų parašų. Šiuo metu bendrovė

„Rojaus apartamentai“ siekia iš protesto organizatorių prisiteisti iki 600 tūkst. litų už patirtus nuostolius. Kaip žinia, UAB „Rojaus apartamentai“, nusipirkusi „Lietuvos“ k/t pastatą ir parengusi detalų planą, kurį įgyvendinant numatyta „Lietuvą“ nugriauti, pateikė keturiems judėjimo „Už Lietuvą be kabučių“ nariams ieškinį dėl žalos atlyginimo. Ieškinys keliamas todėl, kad kino teatro gynėjai apskundė teismui detaliojo plano tvirtinimo procedūros teisėtumą, tokiu būdu laikinai buvo sustabdytos šio ginčytino detaliojo plano įgyvendinimas. (Šaltiniai: Wikipedija, www.vilma.cc).

Tokia yra bendra informacija apie šį viešosios kultūros erdvės likvidavimo atvejį. Šios vietos reikšmingumas ir galimybės pritraukti kultūrinius renginius ar privataus kapitalo dėmesį būnant kultūriniu visuomenės traukos ar komerciniu objektu bei didelis ginančių, besirūpinančių šį kino teatrą žmonių pasiryžimas, drąsa kovoti prieš valdžios propagandines idėjas, didelius, ambicingus privataus kapitalo interesus pasireiškė visuose „Lietuvos“ gyvavimo etapuose. Iki 2002 metų šio objekto teritorinis ir emocinis egzistavimas buvo susijęs tik su menine, kultūrine šios vietos paskirtimi. Nuo 2002 metų iki šių dienų, dėka opozicinės pilietinės iniciatyvos aktyvaus dalyvavimo šio kino teatro likvidavimo procese, šis objektas balansavo tarp kultūrinės ir komercinės paskirties, kol 2008 metų balandžio mėnesį pasirodė pranešimai apie pralaimėtą kovą dėl „Lietuvos“ – kaip kultūrinės viešosios erdvės išsaugojimo. Dabar konfliktas tęsiasi teisme dėl pateiktų milžiniškų ieškinių aktyviausiems pilietinio judėjimo dalyviams, o su tuo susiję įvykiai nuolat nušviečiami žiniasklaidoje.

Kovojanti visuomenė dalis, kuri sulaukė 7000 piliečių palaikymo parašų, ėmėsi vykdyti įvairias komunikacijos kampanijas siekdami išsaugoti kino teatrą ir priversti valdžią bei verslo atstovus atsakyti už savo veiksmus bei paisyti visuomenės intereso. Iniciatyvių piliečių aktyviu įvykių sekimu ir nepavėluota reakcija buvo pritrauktas ar išprovokuotas dėmesys į šios erdvės ir besivystančios demokratijos šalies problemas. Kovoti demokratinėmis priemonėmis, tokiomis, kaip spaudos konferencijos, žiniasklaidoje platinami kreipimaisi, atviri laišakai į valdžią ir visuomenę, ragina valdžią paisyti visuomenės nuomonės, užtikrinti informacijos sklaidą, sprendimų skaidrumą, teisinį problemų sureguliuojimą, o visus aktyvius piliečius prisidėti prie demokratinių procesų vystymo šalyje. 2006 metais liepos 11 d. Pateikiama ir daugelyje žiniasklaidos priemonių išplatinama pasipriešinusiųjų peticija „PASIRAŠYK DĖL „LIETUVOS“ IR FORMUOK KULTŪROS POLITIKĄ“. Joje valstybinėms institucijoms ir verslo atstovams, po Vilniaus savivaldybės tinklapyje pasirodžiusios informacijos, kad – „<...> Vadovaujantis Teritorijų planavimo įstatymu <...> ir Visuomenės dalyvavimo teritorijų planavimo procese nuostatais <...>, planavimo organizatorius UAB „Rojaus apartamentai“ informuoja, kad bendraja tvarka rengiamas sklypo, Pylimo g. 17 <...> detalusis planas. Planavimo tikslas – nekeičiant žemės tikslinės paskirties, planuojamoje teritorijoje nustatyti naudojimo ir tvarkymo režimą pagal bendrojo plano sprendinius“ (www.vilnius.lt/newvilniusweb/) – iškeliami ir pateikiami esminiai klausimai, susiję

su viešuoju interesu: „Lietuvos“ kino teatro likimas liudija visoje Lietuvoje įsigalėjusią tendenciją naikinti nekomercines viešosios kultūros erdves ir kelia esminius klausimus apie mūsų miestų kultūros politiką. Kokiais prioritetais remiantis ji formuojama – komerciniais investuotojų poreikiais ar platesniu viešuoju interesu? Kodėl nėra garantuojamas demokratinis piliečių dalyvavimas sprendžiant svarbiausius jos klausimus? Kodėl valstybė neužtikrina galimybės išlaikyti svarbiausias nekomercinės kultūros erdves? Manome, kad daugeliu požiūrių išskirtinio „Lietuvos“ kino teatro sugražinimas visuomenei taptų vienu iš simbolinių ženklų, kad valstybė turi valios ir yra pajėgi šią tendenciją reguliuoti” (www.culture.lt/peticija). Tokių aktyvių veiksmų imtis paskatino rengiamas detalusis planas Pylimo gatvėje 17, kuris po didelės protesto bangos, yra apskundžiamas teismui, nes jį kuriant neatsižvelgta į miestiečių pasiūlymus.

Kaip matyti iš judėjimo iniciatorių vykdytų komunikacijos kampanijų, galime teigti, kad viešosios erdvės ir viešojo intereso gynimo mastas buvo (ir išlieka?) labai stiprus. Komunikacijai su savo auditorijomis (valdžia, visuomenė, verslininkai, ekspertai, bendruomenės, užsienio institucijos), pilietinio judėjimo dalyviai, išnaudodami tiek tradicinius, tiek netradicinius komunikacijos būdus – tokius, kaip įvairios, visuomenės ir žiniasklaidos dėmesį pritraukiančios akcijos prie ginamo objekto, žiniasklaidoje skelbiami atviri laišakai visuomenei, valdžiai ir verslo atstovams, peticija (kurią pasirašyti buvo galima interaktyviai internetu), dalyvavimas su šia situacija susijusiose atvirose diskusijose bei visuose pranešimuose išsakomas susirūpinimas dėl visos šalies kultūrinio gyvenimo perspektyvų, kuomet valdžia savavališkai valstybinius objektus perleidžia privataus kapitalo nuosavybėn – rodo, kad šis pasipriešinimas buvo didelio masto apgalvota ir aktyviai į atsakomuosius valdžios ar verslo veiksmus reaguojanti komunikacijos kampanija. Tokio masto opozicinė jėga susiformuoja iš išsilavinusios, savo teises žinančios, pilietiškai neabejingos ir aktyvios, tobulėjančios visuomenės dalies.

4. 3. Verslo pozicija

Kita, suinteresuota viešosios erdvės pavertimu komerciniu objektu pusė, tarptautinio kapitalo bendrovė „M2Invest“, savo internetiniame tinklapyje pateikia tiek informacijos apie savo ryšius su kino pasauliu (remia „Skalvijos“ kino centrą, kinematografininkų sąjungą – aut. past.), jog susidaro pirmas įspūdis, kad tai yra kokia nors su kultūra, su menu susijusi kompanija, kuri remia kiną, organizuoja kultūrius renginius, rengia debatus, yra palaikoma iškilių kultūros veikėjų, tokių, kaip režisierius A. Matelis, architektas A. Kaušpėdas ir kt.. Ši kompanija save prisistato, kaip: „Lietuvoje įkurta tarptautinio kapitalo nekilnojamojo turto plėtros kompanija, <...> įkurta įvertinus dideles nekilnojamojo turto plėtros galimybes naujosiose Europos Sąjungos šalyse, kuriose laikomasi investicijų saugumo ir skaidrumo principų. Įmonės veiklos koncepcija yra paremta stipria vietos profesionalų komanda, kurios galimybes sustiprina užsienyje aktyviai veikiantys mūsų partneriai“, kuri siekia „būti pirmaujančia kompanija Lietuvos nekilnojamojo turto plėtros rinkoje, įgyvendinant projektus, padedančius kurti naują gyvenimo kokybę“ (šaltinis: www.m2invest.lt). Matome, kad tai yra kompanija, kuri naujose Europos Sąjungos šalyse, kuriose dar nėra susiformavusi savo teises žinanti ir aktyvi visuomenė, išvelgia plačias galimybes savo komercinei veiklai. Ši veikla pristatoma kaip “didelės plėtros” nekilnojamo turto projektai. Mūsų šalis šiai kompanijai yra patraukli dėl to, kad čia “laikomasi investicijų saugumo ir skaidrumo principų”. Ar tikrai skaidrumo principų laikosi pati kompanija ir mūsų valdžia? Ar tarptautinio kapitalo kompanija, kuri siekia „būti pirmaujančia kompanija Lietuvos nekilnojamojo turto plėtros rinkoje”, įgyvendinanti savo „naują gyvenimo kokybę” atspindinčius projektus, jaučia socialinę atsakomybę kitos šalies istorijos paveldui, visuomenės interesui? Ar išlikusios Vilniaus viešosios teritorinės ir kultūrinės viešosios erdvės netampa “naujosios gyvenimo kokybės” įkaitėmis? Tai suvokdami, pilietinio judėjimo “Už Lietuvą be kabučiu” dalyviai ir ėmėsi aktyvių komunikacijos kampanijų dėl kino teatro likvidavimo prieš taip pat aktyvią ir galingą privataus kapitalo politiką šiuo klausimu. Visi „M2Invest“ pranešimai, susiję su „Lietuvos“ k/t, yra pateikiami kaip „naujos gyvenimo kokybės” prognozė. Pranešimų pavadinimai, tokie kaip, „*Lietuvos kino teatras tapo senamiėsčio žvaigžde*“, „*Lietuvos kino teatras tapo senamiėsčio žvaigžde*“, „*Investuotojai pasiryžę Vilniaus senamiestyje išsaugoti gero kino tradiciją*“, „*Architektai ėmėsi taisyti sovietmečiu padarytas klaidas*“, „*Aktualu. Naujajame kino centre jau suplanuoti kino renginiai*“ ir kiti, kalba apie esamą problemą, tačiau nėra pateikiama kitos šios problemos pusės. Visuose pranešimuose dominuoja informacija apie tai, kad „M2Invest“ yra socialiai atsakinga bendrovė, kuri rūpinasi visuomenės gerove, kviečia suinteresuotas grupes prisidėti prie naujo projekto vietoj „Lietuvos“ k/t, įgyvendinimo: „Stengiamės atsižvelgti i bendruomenės poreikius ir siekiame, kad buvusio kino teatro vietoje atsirastų naujos kokybės kino centras, todėl kviečiame įvairių interesų grupes ir

atsakingas institucijas sutelktai bei konstruktyviai spręsti šį klausimą vilniečių naudai“, – sako „M2Invest“ generalinis direktorius Dalius Kaveckas“. Tačiau, labiausiai akcentuojant bendruomės poreikius dėl būsimo “naujos kokybės kino centro”, nemimimas būsimas gyvenamasis pastatas, kurio statybos gali pakenkti į Unesco saugomų teritorijų sąrašą įtrauktam senamiesčiui, neatsižvelgiama į visuomenės interesą turėti savo viešąją, daugiafunkcinę kultūrinę erdvę, kuri yra unikalioje miesto vietoje ir kurią būtų galima renovuoti jos negriaunant ir nepakeičiant jos paskirties į komercinę. Vieša erdvė, kokią ją mato investuotojai naujame plane, tėra tik vieta prie būsimo pastato įėjimo: „Prie įėjimo į centrą projekto autoriai suplanavo viešąją erdvę, tinkančią įgyvendinti įvairius kino projektus“. Kaip būtų galima įgyvendinti kino projektus ar kitas, viešosios erdvės funkcijas atitinkančias akcijas gatvėje, tik prie įėjimo liksiančiame šaligatvyje, atsakyt galėtų tik tokio projekto sumanytojai. Tai rodo, kad šios tarptautinio kapitalo kompanijos socialinė atsakomybė yra ribota ir jų platinami pranešimai yra propagandinio pobūdžio, siekiant palenkti į savo pusę kiek įmanoma daugiau nuomonių (pasitelkiant ir nuomonės lyderius, tokius kaip A. Matelis ir A. Kaušpėdas – aut. past.) o tai padaryti nėra lengva: „Mes atsižvelgėme į keletą aukščio ir dydžio nuorodų, tačiau sunkiausia užduotis yra įtikinti žmones, kad išliks šios vietos tradicija, stipriai susijusi su kinu“. Tokie argumentai nėra visiškai patikimi, nes „Lietuvos“ k/t vietos tradicija, kokia ji yra dabar, ją sunaikinus ir pakeitus į „stipriai susijusią su kinu“ praras savo savitumą ir savo, kaip viešosios erdvės, funkcijas. Gerai yra tik tai, kad verslininkai, po visuomenės reakcijos bent jau atsižvelgė į “keletą aukščio ir dydžio nuorodų”.

Kaip nurodo „M2Invest“, vietoj „Lietuvos“ būtų „gero, nekomercinio kino“ centras senamiestyje, bet jų pačių vizija apie šios miesto dalies planą, beveik neapima meno ir kultūros sričių, būtent, daugiausia akcentuojama komercinė plano vizija: „dabar matome senamiestį kaip gyvenamųjų ir komercinių pastatų centrą, todėl šie aspektai bus integruoti kartu su kino teatru viename komplekse, kuris daug labiau derės prie aplinkos ir vietos stiliaus. Mes esame tikri, kad užkariausime daugelio skeptikų pasitikėjimą“ (2006-08-31). Pranešime nėra užsimenama apie senamiesčio kultūrinį, istorinį paveldą, viešųjų erdvių egzistavimą. Šios bendrovės miesto senamiesčio „gyvenamųjų ir komercinių pastatų centro“ vizija kalba tik apie „naujo stiliaus derėjimą“ prie „naujos aplinkos“, kuris turėtų užkariauti skeptikų pasitikėjimą.

Verslininkų vykdytos įvairios komunikacijos ir viešųjų ryšių kampanijos, siekiant visuomenės ir valdžios palankumo, tokios kaip straipsnių inicijavimas žiniasklaidoje, susitikimai su valdžios atstovais:

„Sostinės meras susipažino su Nepriklausomo kino centro koncepcija“ (2007-07-21); renginių, susijusių su kinu, rėmimas: „didžiausia padėka "Skalvijos" vardu buvo išreikšta nekilnojamojo turto plėtros kompanijai „M2Invest“, kuri kino centrui padovanojo komfortabilias, naujoviškas kėdes iš buvusio „Lietuvos“ kino teatro ir brangią kino įrangą. Šiai bendrovei vakarėlio metu buvo

padovanota viena iš vardinių kėdžių” (2006-06-29); „Baigiantis 2006 metams išsipildė sena Lietuvos kinematografininkų sąjungos svajonė <...> tradicinį Sąjungos prizą ir piniginę premiją skirti ne vienam, kaip anksčiau, o net trimis Lietuvos kino kūrėjams. <...> Šią galimybę Sąjungai padovanojo solidi nekilnojamojo turto plėtros kompanija „M2Invest“, Lietuvos kino pasaulyje jau spėjusi išgarsėti tuo, kad tapo naująja buvusio „Lietuvos“ kino teatro savininke”, (2006-12-14). Kamunikacijos kampanijos vykdymas, siekiant palenkti skeptikus į savo pusę, kurių dauguma yra meno pasaulio atstovai, daugiausia buvo koncentruotas į kino meno rėmimą, nes tai tiesiogiai siejasi su verlininkų įsigytu kultūriniu objektu – Lietuvos“ k/t. Išnaudojamos ir šiuoklaikiškos technologijos, internete sukuriama „gero kino tradicijos“ svetainė www.geraskinas.lt, kurioje pateikiamos tik neobjektyvios, verslininkų planus atitinkančios nuomonės, komentarai. Išnaudojama ir televizija, platinant abejotina „gero kino tradicija“ „naujos kokybės“ pastate. (Įdomus faktas yra tas, kad siužetas apie tai, kad buvusį „Lietuvos“ k/t reikia likviduoti, pasirodo LTV laidoje „25 kadras“, kurios prodiuseris yra režisierius A. Matelis. Tačiau tai įvyko ne tyrimo imties periodu).

Didelės nekilnojamojo turto plėtros galimybės naujose ES šalyse, kuriose dar nėra sureguliuotas viešųjų erdvių išsaugojimo įstatymas, kuriose piliečiai ne iki galo suvokia savo teises į viešąją erdvę, vykdyti aršią viešųjų objektų privatizavimo politiką nėra sunku. Tačiau, kaip pažymi Vaidas Jauniškis savo publikacijoje „Šalia kino teatro. Vargas dėl „Lietuvos“ straipsniai.lt portale (2006-06-29), „<...> auditorija, kuriai šneki, nėra buka. Pasitaiko, kad ji net pradeda mąstyti. Ji buka buvo 1995, 2000, bet nebe 2006 metais“. Išsakyta nuomonė, kad visuomenės požiūris ir jos poreikiai plečiasi, kad ji ima suvokti savo teises į viešąją erdvę, kad atsirado būtinybė ją apginti nuo privataus kapitalo ir pasitelkus visas įmanomas priemones, o ypač žiniasklaidą, naudojantis demokratiškais metodais, didinant pasipriešinimo mastą, galima pasiekti realių rezultatų.

4. 4. Valdžios pozicija

Ilgalaikę valdžios poziciją viešojo intereso ir pilietinės iniciatyvos atžvilgiu itin giliai analizuoja dr. Gintautas Mažeikis, savo straipsnyje „*Alternatyvus pilietinis ugdymas – moralinei revoliucijai*“, kuris pateiktas straipsniai.lt, 2006-06-30 portale. Jis kalba apie tai, kad viešojo sektoriaus skaidrumo ir atsakingumo naikinimas vyksta dėl propagandos ir viešųjų ryšių akcijų suformuotų subjektų bei demotyvuotų asmenų. „Manipuliacijų ir baimės sukurti viešosios sferos dalyviai mielai palaiko demoralizuotus politinius režimus. Daugeliui jų korupcijos santykiai, nuolatinis šališkumas, feodalinė ištikimybė, yra svarbiausios politinio gyvenimo nuostatos“. Autorius iškelia pagrindinę problemą – „neskaidrios stambaus kapitalo, savivaldos administracijų ir politinių institucijų sąsajos, kurios griaua viešosios demokratijos savivaldos galimybę, o ciniškas žiniasklaidos, teismų papirkinėjimas, nesiskaitymas su pilietinių iniciatyvų grupėmis rodo, vidinę politinės viešumos destrukciją“. Tokioje politinėje erdvėje „orus, autonomiškas, kūrybingas, reikalaujantis asmeninės iniciatyvos individas bei jo palaikomi viešųjų reikalų sprendimai, tampa beveik neįmanomi. Tai reiškia, kad ir pati demokratija Lietuvoje tampa vis labiau butaforinė, ydinga“. Būtent tokia ignoruojanti viešąją iniciatyvą ir pilietiškumą, esanti privataus kapitalo pusėje, pateikiama valdžios pozicija. Ši nuomonė išlieka mažai pakitusi ir kitų autorių straipsniuose. Dideliu dėmesiu į opias miesto kultūros problemas valdžia nepasižymi. Sveikintinas yra tik šalies Prezidento atsakas visuomenei po peticijos išplatavimo žiniasklaidoje. Jame išsakytas požiūris atitinka piliečių lūkesčius dėl kritinės situacijos viešojoje erdvėje, tačiau tai yra daugiau situacijos peržvelgimas, o ne įgaliojimas spręsti šias problemas: „itin aktualios ne tik Vilniaus, bet ir Lietuvos kultūros problemos. Visuomenės dalyvavimas būtinas priimant sprendimus dėl viešųjų miesto erdvių ir kultūros objektų ateities. Taip pat būtina nuosekli ir išsami diskusija su įvairiomis visuomenės grupėmis visais darnios miestų plėtros klausimais. Visuomenę būtina išsamiai ir laiku informuoti apie planus, susijusius su miesto viešųjų erdvių pertvarkymu. Deja, šių principų nebuvo laikomasi priimant sprendimus dėl „Lietuvos“ kino teatro“ (2006-07-26, bernardinai.lt).

Tuo tarpu VMS internetiniuose puslapiuose 2006 – 2007 metais (LRKM – nei vieno per tuos metus!) yra vos keli pranešimai apie „Lietuvos“ k/t ar su tuo susijusias viešosios erdvės problemas. Vilniaus miesto savivaldybė tik pateikia informaciją apie tai, kad „*Rengiamas sklypo, Pylimo g. 17 <...> detalusis planas*“ (2006-06), spalio 2 d. pateiktas toks pranešimas apie būsimą mero ir miestiečių diskusiją – „*Sostinės viešųjų erdvių ir nekomercinio kino perspektyvos – mero ir miestiečių diskusijoje*“. Po įvykusios diskusijos, spalio 4 d. VMS tinklapyje pasirodo pranešimas „*Už buvusio „Lietuvos“ kino teatro išsaugojimą kovojantiems aktyvistams – sostinės mero idėja*“, kalba apie tai, kad „sostinės meras kaip unikalų reiškinį sveikino <...> neformalų pilietinį judėjimą „Už Lietuvą be kabučių“, surinkusį per 7 tūkst. parašų už buvusio „Lietuvos“ kino teatro išsaugojimą. <...> Meras priminė, kad Vilniaus miestas <...> į planus nėra įtraukęs buvusio

„Lietuvos“ kino teatro išsaugojimo“. Šis valdžios bandymas eiti į diskusijas su gyventojais, viešų debatų organizavimas ir pilietinės iniciatyvos palaikymas yra vienas iš nedaugelio atvejų, kuomet visuomenės atstovai sulaukia atsako į savo veiksmus.

Kitas pranešimas „*Sostinės meras susipažino su Nepriklausomo kino centro koncepcija*“ pasirodo 2007-07-11, jau esant naujam miesto merui Juozui Imbrasui. Tačiau pranešime nėra jokios mero pasisakymo šia tema citatos ir tik paskutinė pastraipa skiriama mero nuomonei išreikšti: „Vilniaus miesto mero nuomone, projektas įdomus ir naudingas miesto kultūriniam gyvenimui – projekto stabdymas būtų didelis žingsnis atgal. Miesto vadovas Juozas Imbrasas pasiūlė šį klausimą apsvarstyti su Savivaldybės kultūros specialistais, pateikti svarstymui miesto Tarybos Kultūros, švietimo, sporto ir jaunimo komitetui, vėliau teikti Vilniaus miesto savivaldybės tarybai“ (vilnius.lt/newvilniusweb/). Informacija šiame pranešime pateikta taip, lyg tai būtų nauja tema, iki tol nesvarstytas klausimas ir kad tai yra neabejotinai patraukliausia miestui koncepcija. Nėra išsakomi jokie argumentai, kodėl projekto stabdymas “būtų didelis žingsnis atgal”, nėra užsimenama apie viešosios erdvės išsaugojimą, nėra jokio buvusių miesto vadovų pradėto politinės kultūros tęsimo (ar bandymų tai daryti) ar jokio kritiško požiūrio. Vėlgi, nepateikiama mero citatų ir yra nujaučiama šio projekto baigtis privataus kapitalo naudai.

Iš informacijos skurdumo ir menko kiekio matyti, jog valstybinės institucijos, tokios kaip VMS, nesuinteresuotos pateikti išsamios operatyvios informacijos apie visuomeninius reikalus, kurie yra susiję su verslo interesais, biurokратиškai vilkinama skubiai atsakyti į pateiktus klausimus. Apie tai atsiliepia ir straipsniai.lt (2007-01-28) publikuoto „Lietuvos“ kino teatro informacijos tarnybos“ publikacijoje „*Lietuva“: teisė griauti ir teisė gintis*“: „žinios apie Vyriausybės Peticijų komisijos sprendimą, <...> judėjimas „Už Lietuvą be kabučių“ neturi jokios informacijos – ją žadėjo pateikti po savaitės. <...> Be to, nežinome ir komisijos atsakymų į kitus ne mažiau svarbius „Lietuvos“ bylos klausimus“.

Iš to galime daryti išvadą, kad pasikeitusi miesto valdžia gali keisti ankstesnės valdžios iškeltų klausimų priėmimo sprendimus, gali pradėti kitokią kultūros ir viešųjų erdvių išsaugojimo politiką arba iš viso ignoruoti su tuo susijusius klausimus, kol neatsiranda iniciatyvios ir pilietiškos visuomenės grupės, kurios imasi priešintis valdžios savivalei.

Reikia tikėtis, kad kita, opozicinė politikų pusė, savo pareiškimus apie šį atvejį platina su didesne atsakomybe ir ilgalaikiu požiūriu. Politiko Andriaus Kubiliaus pranešime išsakomoje opozicinėje nuomonėje jaučiamas susirūpinimas dėl „Lietuvos“ k/t, viešųjų erdvių Lietuvoje ir nežabotų verslininkų veiksmų: „aiškėja statybomis suinteresuoto verslo neskrupulingumas ar netgi cinizmas. Užuot mėginę atsižvelgti į piliečių pagrindai ir teisėtais būdais keliamą susirūpinimą viešuoju interesu bei siekti visoms pusėms išties priimtino sprendimo, UAB “Rojaus apartamentai” visuomenės interesą ginančius piliečius traukia į teismą“ (vilma.cc). Teigiama, kad opozicija

apsiims daryti viską, kad artimiausiu metu būtų priimtas toks Viešojo intereso gynimo įstatymas, kuris nedviprasmiškai ir aiškiai įtvirtins piliečių teisę ginti viešąjį interesą.

Kitas svarbus aspektas, kalbant apie pilietiškumą į kurią atkreipia dėmesį reaguojanti valdžios pusė yra tas, kad „pilietinė visuomenė Lietuvoje formuojasi lėtai ir sunkiai. Drašių, sąžinės reikalavimus ir bendrąjį gėrį aukščiau asmeninio intereso keliančių piliečių protestai – tai ryškiausi ir veiksmingiausi žingsniai pilietinės visuomenės kūrimosi kelyje. Dabar pilietinės visuomenės kūrimuisi iškeltas nemažas iššūkis. <...> Politinės partijos pernelyg ilgai ignoravo pilietinės visuomenės kūrimosi poreikį, tačiau dabar atėjo laikas pripažinti, kad toliau šitaip tęstis nebegali“ (Kubilius, 2007). Čia atkreipiamas dėmesys, kad partijos, valdžios atsovai turėtų atsakingai vertinti savo veiksmus, galvoti apie teisinį visuomenės intereso sureguliuavimą, skatinti, o ne ignoruoti pilietinės visuomenės kūrimąsi, būtų ne investuotojų vizijos įkaitais, o visuomenės intereso puoselėtojais.

Apibendrinant, kovoje prieš valdžios abejingumą ir verslo interesų protegavimą buvo pasiekta šių rezultatų:

1. Teisinis viešojo intereso gynimo sureguliuavimas: „Seime rengiamas Viešojo intereso įstatymas numato, kad gindami viešąjį interesą į teismą galės kreiptis visi piliečiai. (...) Dėl viešojo intereso gynimo dabar gali kreiptis tik juridiniai asmenys, pavyzdžiui, bendrovės, valstybinės institucijos, prokurorai ir dalis institucijų jų darbo srityse“; „Įstatymą iniciavo Vilniaus bendruomenės“.
2. Kai kurių peticijos reikalavimų patenkinimas: „Po ilgų svarstymų peticija iš dalies patenkinta – tam tikri punktai pripažinti reikšmingais ir keliose ministerijose pavesta sudaryti darbo grupes, kurios įgyvendintų peticijoje iškeltus reikalavimus“.
3. Pritrauktas žiniasklaidos, valstybinių institucijų, ekspertų ir visuomenės dėmesys: „Praėjus metams peticijos tarpiniai tikslai pasiekti, į ją atsiliepė ne tik Lietuvos, bet ir užsienio valstybių piliečiai, svarbios valstybinės institucijos ir žiniasklaidos leidiniai: „Juos sudomino, kaip kuriami pilietinės visuomenės pagrindai šitoje jaunoje valstybėje, kuri turi nedidelę demokratijos patirtį ir vaduojasi iš postkomunizmo“ – teigė G. Urbonas.“

„Kitas judėjimo dalyvis Karolis Klimka paneigė, kad judėjimai už viešąjį interesą baigėsi, pralaimėjo teismuose – anot jo, judėjimai nesibaigė, judėjimas neskilo ir kova nežada baigtis“.

Rezultatai, kuriuos pasiekė maža visuomenės grupė savo pilietiniu iniciatyvumu, parodė, kad visuomenė jau nėra abejinga vykstantiems procesams Lietuvoje, kurie yra susiję ne tik su privačiu interesu, parodė, koks yra reikalingas teisinis viešojo intereso gynimo įstatymo sureguliuavimas, taip pat privertė valdžios atstovus paisyti visuomenės nuomonės. Visa tai buvo padaryta per aktyvias komunikacijos kampanijas žiniasklaidos priemonėse ir viešojoje erdvėje prie „Lietuvos“ k/t. (Šaltinis: Mindaugas Jackevičius, „K.Čilinskas: šaliai būtinas viešojo intereso įstatymas“, Delfi.lt 2007 m.).

Tyrimo rezultatai

Pilietinė kova, išaugusi į pilietinį judėjimą „Už Lietuvą be kabučių“ inicijuota aktyvių visuomenės veikėjų, už viešosios erdvės – „Lietuvos“ k/t – išsaugojimą bei viešojo intereso puoselėjimą, pasiekė didelių rezultatų. Iš situacijos analizės paaiškėjo, kad ši erdvė yra reikšminga miestui, jo istoriniam, kultūriniam paveldui vieta, kurios gynimas yra pagrįstas, nes jis atspindi visos šalies kultūros politikos ir viešojo intereso klausimus. Iš ginančių kino teatrą pusės, daugiausia yra akcentuojama šio objekto viešosios erdvė paskirtis ir jos daugiavertė galimybė. Tuo tarpu valdžios ir verslo atstovai apie tai neužsimena. Veslininkai išreiškia „naujos kokybės“ idėja, pasitelkdami nuomonės lyderius siekia pritraukti kuo daugiau šio objekto likvidavimui pritariančių nuomonių. Todėl sau palankią visuomenės nuomonę stengiasi formuoti pasitelkdami nuomonės formuotojus, žiniasklaidos kanalus. Bendra situacijos analizė atskleidė, kad šis atvejis susijęs ne tik su teritorinės vietos išsaugojimu, bet akcentuota ir emocinė, architektūrinė šio pastato vertė. Matyti, kad ši komunikacinių kampanijų tarp pilietinio judėjimo ir verslo, išjudino ir inicijavo teisinės pusės sureguliuojimo klausimą, kuris iki tol nebuvo sureguliuotas, nes neturėjo panašaus masto precedento. Opozicinė pusė aktyviai gindama visuomenės interesą, taip pat naudojo ir žiniasklaidos kanalais, ekspertų nuomone, ir kitais demokratiškais metodais. Buvo pritrauktas, visuomenės, valdžios, verslo atstovų, ekspertų dėmesys į „Lietuvos“ k/t likvidavimo problemas, kurios iškėlė aibę kitų, su viešosios erdvėmis, su kultūros politikos perspektyvomis, su viešojo intereso susijusius klausimų. To pasekoje, iššaukti konkretūs valdžios atstovų veiksmai – numatyti įstatymo pakeitimai bei pateikti pasiūlymai kaip „teisiškai įtvirtinti viešosios erdvės sąvoką ir sukurti viešųjų erdvių registrą bei apsaugos sistemą“ (straipsniai.lt, 2007-01-28). Iniciatyvaus pilietinio judėjimo veikla ir pasiryžimas ginti viešąjį interesą yra pateikiamas kaip naujas reiškinys Lietuvos socialiniame ir kultūriniame gyvenime.

Apžvelgtos internetinės žiniasklaidos priemonės, skirtingai nuo valdžios institucijų, šio „Lietuvos“ k/t gynimo atvejo neignoravo, su tuo susiję įvykiai buvo išplatinami įvairiais žiniasklaidos kanalais. Iš pilietinio judėjimo pasiektų rezultatų matyti, kad per žiniasklaidos priemones informacija, įvairūs protestuotojų kreipimaisi, suinteresuotų politikų spaudos pranešimai, valdžios ir verslo sprendimai apie šį atvejį pasiekdavo visuomenę.

Internetinės žiniasklaidos turinys, kurį pateikia nepriklausomas internetinis portalas daugiausia yra nukreiptas prieš verslo ir valdžios poziciją, yra atvirai išsakoma kritika dėl neracionaliai priimamų sprendimų grėsmės visuomenės interesui. Daugiausia apie „Lietuvos“ k/t atvejį informacijos pateikia laisvi ir nepriklausomi internetiniai portalai, tie, kurie nuolat publikuoja informaciją apie aktualiausias šalies ir pasaulio politikos ir kultūros įvykius, kurie pateikia autorinius kritinius straipsnius įvairiomis temomis.

Portalas straipsniai.lt, kuris veikia nuo 2002 metų ir nurodo 16762132 apsilankymų ir 36246 puslapių statistiką, apie „Lietuvos“ k/t, pateikia daugiausia valdžią ir verslo veiksmus kritikuojantį turinį, taip atsitinka galbūt todėl, kad tokio turinio autoriai – laisvi ir neatstovaujantys kokio nors verslo intereso piliečiai, internetinę erdvę išnaudojantys kritiniui požiūriui išreikšti ir tas požiūris sutampa su portalo redaktoriaus požiūriu. Judėjimo „Už Lietuvą be kabučių“, kuris gimė „Protesto“ laboratorijoje, turi su įvykiais dėl „Lietuvos“ susijusią informaciją talpinančią internetinę svetainę vilma.cc, kurioje gausu informacijos apie visas šio judėjimo vykdytas komunikacijos kampanijas dėl kino teatro ir kitų objektų.

Straipsnių, pranešimų pavadinimai savyje yra užkodavę pagrindines problemas dėl šios viešosios kultūrinės erdvės situacijos, nes iš karto akcentuojama jos kritinė padėtis ir dažnas šio klausimo kėlimas: „Lietuvos“ kino teatro vietoje iškils daugiabutis“, „Dar kartą apie „Lietuvos“ kino teatrą“, „Vargas dėl „Lietuvos“. „Lietuva“: teisė griauti ir teisė ginti“, ir kt. Matyti, kad autoriai jau pavadinime išreiškia neigiamas asociacijas, susijusias su „Lietuvos“ likimu, nagrinėja jos padėtį ir teises apsiginti.

Turinio kontekstas, kalbantis apie viešųjų erdvių problemas, nešališkų autorių, pilietinio judėjimo dalyvių, visuomet yra susiejamas su „Lietuvos“ k/t atveju, kalba apie valdžios neveiklumą bei pasyvią politiką viešųjų erdvių ir viešojo intereso gynime.. Šiuo klausimu išsakoma inteligentijos nuomonė (tos, kuri nepritaria „Lietuvos“ likvidavimui) dėl viešosios sferos situacijos Lietuvoje yra neigiamo atspalvio, nukreipta prieš verslininkų ir valdžios veiksmus, prieš subjektus, kurie naikina viešojo sektoriaus skaidrumą, vartojant tokius išsireiškimus, kurie nusako gana griežtą ir kritinį toną valdžios atžvilgiu: „demoralizuotas politinis režimas“, „feodalinė ištikimybė“, „manipuliacijų ir ir baimės sukurti viešosios sferos dalyviai“, „butaforinė demokratija“ (G. Mažeikis); „vyriausybė ryžosi ieškoti atsakymo į klausimą, kuo privatizacija skiriasi nuo įteisintos vagystės?“ („Lietuvos“ kino teatro informacijos tarnyba, straipsniai.lt.), „kultūros vertybių naikinimas <...> yra laikomas barbarų privilegija“, „gėda naikinti kultūros vertybes, pretenduojant į Europos kultūros sostinės vardą“, „raginti politikus suvokti atsakomybę už tarptautinę Lietuvos reputaciją“ (judėjimas „Už Lietuvą be kabučių“). Matome, kad valdžios pozicija nusakoma kaip barbariška, feodalinė, kaip butaforinės demokratijos vagystes įteisinanti struktūra. Turinio tonas yra švietėjiško pobūdžio tiek visuomenės, tiek valdžios atžvilgiu, jame jaučiamas susirūpinimas dėl esamos situacijos (žr. 1 lentelę).

Verslo atstovų vykdytos komunikacijos kampanijų turinio kontekste sutinkamas toks turinio kontekstas: „dideles nekilnojamojo turto plėtros galimybes naujosiose Europos Sąjungos šalyse“, „nauja gyvenimo kokybė“, „nustebino pastato („Lietuvos“ k/t – aut. past.) nugriovimo problema, ypač turint omeny, kad jis yra 1960-ųjų metų sovietinės eros palikimas. Panašūs pastatai paprastai nugriaunami Lietuvoje be didesnio pasipriešinimo“, „stengiamės atsižvelgti į bendruomenės

poreikius“, „mes atsižvelgėme į keletą aukščio ir dydžio nuorodų, tačiau sunkiausia užduotis yra įtikinti žmones, kad išliks šios vietos tradicija, stipriai susijusi su kinu“, „esame tikri, kad užkariausime daugelio skeptikų pasitikėjimą“, „prie įėjimo į centrą projekto autoriai suplanavo viešąją erdvę“, „dabar matome senamiestį kaip gyvenamųjų ir komercinių pastatų centrą“ – leidžia suprasti, kad verslo atstovai siekia užglaistyti ir nutildyti išplėskiusius konfliktus su visuomene, turėdami tikslus, buvusią didelę, kultūrinę viešąją erdvę paversti komercinės paskirties objektu, prie kurio numatyta suprojektuoti parodomoji ir fiktyvi viešoji erdvė prie šaligatvio. Turinio tonas asocijuojasi su optimizmu dėl būsimo projekto, aktyvumu komunikacijos kampanijoje, kuri yra skirta gynybai ir atsakomajam puolimui (žr. 1 lentelę).

Valdžios požiūris pasireiškia per jos informacijos pateikimą savo internetinėse svetainėse. Nagrinėtuose šaltiniuose informacija iš valdžios institucijų nepasižymi gausa, pateikiami trumpi pranešimai nagrinėjama tema. Komunikacijos su visuomene vykdymas atsiskleidžia tik šalies Prezidento atsakas į viešą judėjimo dalyvių laišką, bei buvusio miesto mero A. Zuoko organizuotoje viešojeje diskusijoje „Sostinės viešųjų erdvių ir nekomercinio kino perspektyvos“, kurioje meras išsakė nepalankią pilietiniam judėjimui savivaldybės poziciją kino teatro atžvilgiu: „Vilniaus miestas <...> į planus nėra įtraukęs buvusio „Lietuvos“ kino teatro išsaugojimo“, tačiau, tuo pačiu metu „sostinės meras kaip unikalų reiškinį sveikino <...> neformalų pilietinį judėjimą „Už Lietuvą be kabučiu“. Tai parodo, kad valdžia nors ir nesiruošdama atgauti privatizuoto kino teatro, tačiau sveikina, palaiko pilietines iniciatyvas. Tuo tarpu naujojo sostinės mero J. Imbraso išsakyta nuomonė, kad „projektas įdomus ir naudingas miesto kultūriniam gyvenimui – projekto stabdymas būtų didelis žingsnis atgal“ pateikia kontekstą, jog nauja valdžia, neįsigilindama į situacijos problemas, pritaria šiam projektui ir jau mato jo įgyvendinimo perspektyvas. Pranešimų tonas išreiškia kartu ir domėjimąsi pilietinio judėjimo veikla ir katu abejingumą jos iniciatyvai. Nekritiška valdžios pozicija gali būti verslo bendrovės gerai apgalvotos komunikacijos ir viešųjų ryšių kampanijos bei lengvesnio „priėjimo“ prie valdžios atstovų rezultatas (žr. 1 lentelę). LRKM per tiriamąjį laikotarpį iš viso nepateikdama jokios konkrečios informacijos apie „Lietuvos“ k/t, parodo, kad ji neskiria deramo dėmesio privatizuotų buvusių kultūrinių objektų tolimesniam likimui. Ji neveda apibrėžtos kultūros politikos, neturi ilgalaikės veiklos programos. Tai rodo, kad ministerijos atstovai prastai supranta, kas yra viešosios kultūrinės miesto erdvė bei kultūros politika apskritai.

Remiantis gautais duomenimis, iškelta hipotezė, kad: 1. nevaržomos viešosios erdvės, kaip vieno iš būtinų demokratijos elementų egzistavimo, svarba Lietuvoje dar tik pradedama įsisąmoninti – pagal gautus tyrimo rezultatus galime laikyti pasitvirtinusia, nes iki šiol viešoji erdvė buvo suvokiama tik „kaip dar nespėta privatizuoti teritorija“ (Mažeikis, 2006) ir tik visuomenei tampant labiau išsilavinusiai, pilietiškai neabejingai ji ima įsisąmoninti viešųjų erdvių, kurios glaudžiai susijusios su viešojo intereso egzistavimu, plačią koncepciją, jos svarbą ir reikalingumą kapitalistiniame

pasaulyje. Viešųjų erdvių svarbos įsisąmoninimas demokratiškos visuomenės egzistavime pasireiškė tik maždaug nuo 2002 metų, kuomet buvo pradėtas kino teatro „Lietuva“ privatizavimas ir susiformavus pilietiniam judėjimui, kuris ėmėsi aktyviai kovoti siekiant išsaugoti privatizuotą objektą, kaip miesto kultūrai reikšmingą viešąją erdvę ir architektūrinį palikimą.

2. valdžia, netobulinanti įstatymų ir ne visada užtikrinanti atvirumo, informacijos prieinamumo, viešumos egzistavimą, sprendžiant viešuosius klausimus labiau palaiko verslo atstovų, o ne pilietinių organizacijų vykdomas komunikacijos kampanijas – taip pat galime laikyti pasitvirtinusia, nes tai atsiskleidžia per valdžios poziciją, kuomet ji neskuba judėjimo dalyviams atsakyti į pateiktus klausimus, ignoruoja pilietines iniciatyvas, neužtikrina pakankamo informacijos srauto, nušviečiančio tiriamą objektą, kuomet yra vilkinama sureguliuoti teisinį šios srities aparatą.

Galimos dvejopos šios situacijos perspektyvos. Viena yra optimistiška, nusakanti, kad nuo šiol visuomenė, suvokianti, kas yra viešosios erdvės ir kokia yra jų paskirtis, neleis valdžiai pradėti tolimesnių viešų objektų privatizavimo procesų ir vieningai stos ginti visuomenės intereso, kad žiniasklaidos priemonės objektyviai nušvies su tuo susijusius įvykius. Kita perspektyva yra pesimistiška dėl to, kad valdžiai ir verslo atstovams ir toliau naudojant J. Habermaso pateiktą „refeodalizacijos“ – įbauginimo efektą, naudojant ciniškus veiksmus, pilietines visuomenės grupes paliekant be politinio ir teisinio palaikymo, neužtikrinant informacijos kokybės – gali labai sumažėti iniciatyvių ir drąsių visuomenės veikėjų, kurie imtųsi kovoti, kuomet yra pažeidžiamas visuomenės interesas.

1 lentelė. Tyrimų apibendrinimas.

	Turinio kontekstas	Turinio tonas	Pranešimų kiekis	Internetinės žiniasklaidos išnaudojimas komunikacijos kampanijoms
Opozicija Straipsniai.lt	Kritinis mąstymas; viešojo intereso gynimas; pilietiškumas; kokybiška komunikacija; kultūros politikos perspektyva	Reiklus su valdžia; švietėjiškas su visuomene; nekompromisinis su verslu; ryžtingas	8	Aktyvus
Verslas „M2Invest“	Komercija; nauja gyvenimo kokybė; pasipriešinimo nesitikėjimas; viešosios erdvės ignoravimas; socialinės atsakomybės demonstravimas; kino rėmimas; nuomonės lyderių pasitelkimas; gerai apgalvota komunikacijos ir viešųjų ryšių kampanija;	Aktyvumas; optimizmas; naujos kokybės perspektyvumas; gynyba; puolimas.	8	Aktyvus
Valdžia VMS	Detalusis planas; diskusija; nenumatyti veiksmai „Lietuvos“ atžvilgiu komercinio projekto sėkmė.	Numatantis išankstinę baigtį; bandantis eiti į diskusiją; vangus	4	Mažai aktyvus
LRKM	-	-	0	Visai pasyvus

IŠVADOS

Šiame darbe yra atskleista bendra viešosios erdvės koncepcija ir jos suvokimas Lietuvoje, remiantis žymiausio šios srities mokslininko J. Habermaso teorija ir kitų šios sferos tyrinėtojų požiūriu. Koncepcija nusako viešosios srities, kaip viešojo diskurso pasireiškimo galimybę socialinėje, kultūrinėje ir politinėje erdvėje, jos autonomiškumą nuo valdžios ir privataus intereso, kurioje rezultatai pasiekiami argumentuotos kritikos pagalba ir kuri yra glaudžiai susijusi su viešojo intereso puoselėjimu. Analizuojama komunikacijos reikšmė, jos pasireiškimo ir komunikacijos kampanijų vystymo galimybės viešojoje erdvėje. Aptariami šiuolaikiniai komunikacijos kanalai – naujos viešosios erdvės formos, tokios, kaip televizija, internetas, suteikiančios naujų perspektyvų komunikacijos vyksmui. Atliktas atvejo situacijos ir internetinės žiniasklaidos turinio tyrimas atskleidžia, kokios buvo vykdomos komunikacijos kampanijos, susijusios su „Lietuvos“ kino teatro likvidavimo atveju.

Šiuo metu, apie iškilusias grėsmes viešėjai sričiai imama vis garsiau ir griežčiau kalbėti. Tos grėsmės, kaip parodo pasaulio ir Lietuvos patirtis, yra komercijos įsigalėjimas ir jos protegavimas valdžios bei verslo sluoksniuose, valstybinių objektų privatizavimas, iškreiptos, menko, bulvarinio turinio informacijos pateikimas ir vartojiškosios kultūros vešėjimas žiniasklaidos kanaluose, kurie visuomenėje atlieka tarpininkavimo funkcijas. Visuomenė ne visada yra argumentuota kovoje už dar kapitalo nepaliestų teritorijų išsaugojimą, nes ne visi jos nariai suvokia ir įsisąmonina viešosios erdvės koncepciją. Taip atsitinka ir dėl menko informacijos srauto ar dėl propagandinio turinio pateikimo šia tema, dėl habermasiško refeodalizacijos termino – kaip visuomenės įbauginimo reiškinių panaudojimo bei dėl biurokratiniu mechanizmu. Tačiau ir visuomenės protestai, būdai eiti į dialogą su valdžia ne visada pasiekia norimų rezultatų, o to pasekmė – nykstanti, privatizuojama viešoji erdvė. Jos netekimas tapatinamas su laisvių, raiškos galimybių sumažinimu, viešųjų debatų praradimu, kitų demokratinių procesų suvaržymu. Šios srities teoretikai teigia, jog yra būtinas valstybės suinteresuotumas išsaugojant viešąsias erdves ir ginant visuomenės interesą. Kaip rodo „Lietuvos“ k/t privatizavimo istorija, valdžios organai labai dažnai nenoriai ir tik priversti visuomenės imasi nešališkai svarstyti su tuo susijusias problemas. Todėl žinomi visuomenės veikėjai, intelektualai (filosofas Leonidas Donskis, profesorius Žygintas Pečiulis, daktaras, filosofas Gintautas Mažeikis ir kt.) pabrėžia viešosios erdvės, kaip demokratijos vystimuisi turintį didžiulę įtaką, reiškinį. Be laisvo viešosios erdvės funkcionavimo nesuvokiama darni šalies raida, jos kultūrinis progresas.

Viešoji erdvė, kaip socialinė, kultūrinė ir politinė arena, sudaro sąlygas reikštis įvairiems nuomonės formuotojams, tokiems, kaip ryšių su visuomene, komunikacijos specialistai, įtakingi visuomenės, valdžios atstovai. J. Habermasas ryšių su visuomene specialisto veiklą vertina itin atsargiai, kadangi

jo veikla daugiausia reiškiasi išorinėje komunikacijoje, kurioje naudojamos ir propagandos, manipuliavimo technologijos – didžiausios viešosios nuomonės valdytojos. Ryšių su visuomene veikla yra neatsiejama nuo komunikacijos su žiniasklaida, o susiformavus rinkai, žiniasklaida labai dažnai yra privataus kapitalo rankose, kuris, kaip ir kiekvienas verslas, yra suinteresuotas pelno didinimu, o ne viešojo intereso giniu. Todėl spaudinės ir vizualinės žiniasklaidos produktas, į ją skverbiantis ryšiams su visuomene, reklamai, yra lėkšto, neobjektyvus, neanalitinio turinio. Nuo to, reikia pripažinti, kenčia pateikiamų naujienų, informacijos turinio kokybė – objektyvumas, analitiškumas ir rūpinimasis viešuoju interesu.

Vykdamas komunikacijos kampanijas, kurios stoja ginti viešojo intereso, kaip rodo bendruomenių patirtis, yra daugiau kūrybinės, pasižyminčios originalumu ir išmone, nes tik netradicinės priemonės dar pajėgios atkreipti plačios visuomenės, žiniasklaidos dėmesį ir padėti pasiekti tikslus. Tokių priemonių ėmėsi ir tirta atvejo dalyviai, siekdami sustabdyti „Lietuvos“ k/t likvidavimą. Surengtos įvairios akcijos prieš ginamo pastato: monopolio žaidimas, siūlant pirkti Gedimino pilį ir Katedrą, akcija „Šuns balsas į dangų neina“ – su keturkojais augintiniais ir kt. Tokios akcijos, komunikacijos kampanijos pradžioje sulaukusios žiniasklaidos dėmesio, įvykiams išsibėgėjant, kuomet akcijos dalyviai susidūrė į pilietinį judėjimą „Už Lietuvą be kabučių“ ir ėmėsi itin aktyvios komunikacijos kampanijos prieš valdžios ir verslo atstovų sprendimus, ir toliau buvo žiniasklaidos nušviečiamos, nes protestuotojų keliami klausimai apėmė ne tik buvusio kino teatro, bet apskritai visų viešųjų erdvių registro ir teisinio viešojo intereso gynimo sureguliuavimo būtinybę.

Viešųjų erdvių registro ir apsaugos sistemos, viešojo intereso teisinio sureguliuavimo būtinumas suformavo unikalų atvejį Lietuvoje – aktyvų pilietinį judėjimą, kurio pastangos atkreipti dėmesį į šias ir kitas susijusias problemas davė realių rezultatų, tačiau nesulaukus pakankamo ir būtino valdžios palaikymo šiuo klausimu, dėl tam tikrų komercinių ir teisminių reiškinių kova dėl „Lietuvos“ šiuo metu yra pralaimėta. Tačiau bręstanti demokratinė visuomenė jau ima suvokti ir įsisąmoninti viešosios erdvės koncepciją ir jos reikšmę demokratijos procesams, ir laisvos komunikacijos svarbą joje. Viešoji erdvė jau imama suvokti ne tik kaip dar nespėta privatizuoti teritorija, bet ir kaip demokratinė reiškinė arena, todėl lieka tikėtis, kad kitos likusios negausios, dar neprivatizuotos viešosios erdvės išliks. Prie visuomenės švietimo šiuo klausimu tiesiogiai prisidėjo ir minimas pilietinis judėjimas, nes jo komunikacijų kampanijų dėka, žiniasklaidos priemonės nušvietė su „Lietuva“ susijusias įvykius, taip buvo pasiekta plati auditorija, buvo kuriami laisvi debatai interneto viešojoje erdvėje, pasiekti aukščiausi valdžios sluoksniai bei pademonstruota vienybė prieš privačius verslo interesus ir tokiu būdu akcentuota viešosios erdvės samprata ir svarba.

Verslo atstovai turėjo taip pat imtis aktyvios komunikacijos kampanijos prieš jų projektą vietoj kino teatro pastatyti daugiaaukštį pastatą nusistačiusius skeptikus. Jų internetiniame puslapyje itin gausu

su tuo susijusios informacijos: yra pateikiami būsimo projekto kompiuteriniai maketai, pristatytos įvairių meno atstovo nuomonės, pateikta spaudos pranešimų. Apstu informacijos apie šios bendrovės santykius su kino pasauliu („Skalvijos“ kino centro, kinematografininkų sąjungos, rež. A. Matelio, „Vilniaus – Europos kultūros sostinės2009“ projektų rėmimas), tačiau beveik visai neminima miesto viešoji erdvė ir jos išlikimo galimybė, išskyrus vieną atvejį, numatantį, kad viešoji erdvė išliks prie įėjimo į būsimą naują pastatą. Be tos dalinės socialinės atsakomybės, kurią nuolat pateikia „M2Invest“, visai nekalbama ir apie tai, koks, griaunant „Lietuvą“ ir įkuriant požemines automobilių stovėjimo aikštes, gali kilti pavojus senamiesčio architektūros saugumui, juk statybos vyks į Unesco saugomų vertybių sąrašą įtrauktoje Vilniaus miesto dalyje. Visuose pranešimuose akcentuojama tik teigiama šio projekto pusė – „nauja gyvenimo kokybė“. Aiškus yra kompanijos troškimas gražiomis savo komunikacijos ir ryšių su visuomene akcijomis kino srityje, kurių jie ėmėsi tik po kilusio pasipriešinimo jų planams, pritrauti į savo pusę kuo daugiau palankių nuomonių, tačiau, kai kurie jų veiksmai, vadovų pasisakymai verčia abejoti jų puoselėjamų planų skaidrumu ir atsižvelgimu į visuomenės interesą. Šios bendrovės tikslas – investicijos prestižinėse miesto vietose, o jeigu tose vietose yra viešųjų erdvių, unikalių objektų, jų likvidavimas galbūt tampa neišvengiamas ir kilusios protesto akcijos nėra suprantamos, apie ką ir kalba kompanijos plėtros vadovas D. Kauneckas „Mane truputį nustebino pastato („Lietuvos“ k/t – aut. past.) nugriovimo problema, ypač turint omeny, kad jis yra 1960-ųjų metų sovietinės eros palikimas. Panašūs pastatai paprastai nugriaunami Lietuvoje be didesnio pasipriešinimo“. Matyti, kad anksčiau verslininkų vykdyti panašūs viešųjų erdvių naikinimo atvejai vyko „sklandžiai“, greitai, nesulaukiant didelio visuomenės ir žiniasklaidos dėmesio, be didesnio visuomenės pasipriešinimo, nepaisant visuomenės intereso. Todėl piliečių iniciatyva išsaugoti vieną iš nedaugelio likusių, buvusių kultūrinių viešųjų erdvių yra išskirtinis atvejis Lietuvoje. Galbūt jo įkvepti žmonės ims aktyviau kovoti ir priešintis kitų viešųjų erdvių privatizavimui ir kitiems viešajį interesą pažeidžiantiems reiškiniams. Pagrindinis kovos ginklas – informacija ir viešumas. Informacijos pateikimas, kaip rodo analizuoti internetinių portalų pranešimai, apie tą patį atvejį nėra visai vienoda, nes yra skirtingos kovojančios pusės. Tačiau tos informacijos (ne iš valstybinių portalų) yra pateikta pakankamai, ji yra analitinio, kritinio, informatyvaus pobūdžio ir leidžia susidaryti nuomonę apie iškeltas problemas. Galima teigti, kad šiuo atveju žiniasklaida atliko savo tarpininkavimo funkciją tarp valdžios ir visuomenės, tarnavo kaip laisvo diskurso vieta, kurią savo komunikacijos kampanijoms ypač aktyviai išnaudojo pilietinio judėjimo ir jiems pritariančios visuomenės atstovai ir savo interesus ginanti verslo kompanija. Tuo tarpu valdžios vaidmuo šioje situacijoje yra pasyvus, nekonkretus, vengiantis viešumo ir žiniasklaidos dėmesio, todėl yra itin menkai pristatomas komunikacijos kanaluose. Tai rodo, kad valdžia iki galo dar nėra priėmusi atsisikaitomumo visuomenei principo.

Demokratijos procesai ir asmeninė laisvė, kurie yra apibrėžiami įstatymais, užtikrinančiais atvirumo, informacijos prieinamumo, viešumos egzistavimą, savo nuomonės pareiškimo tvarką – ne retai painiai tvarkomi biurokратиškai sureguliuotais techniniais šios sferos aparatais, netobulinant įstatymų ir neužtikrinant, kad viešasis interesas būtų ginamas ar jo būtų paisoma. Valstybinės institucijos, tik visuomenei pradėjus rengti protesto akcijas, imasi šiokių tokių veiksmų realiai ginti viešąją erdvę ir viešąjį interesą, ir apie tai skelbia savo informacijos šaltiniuose. Kaip rodo pranešimai, nesant viešąjį interesą ginančio įstatymo, valdžios ir verslo sluoksniuose yra labai mažai socialinės atsakomybės, ir ji yra tarsi išreikalaujama pilietinių iniciatyvų. Nėra pilnai užtikrinamas ir laisvas informacijos prieinamumas, taip sumažinama galimybė ir siekis laisvai reikšti nuomonę ir ginti viešąjį interesą. Demokratinius reiškinius, tokius, kaip pilietiškumas ir jo skatinimas, viešojo intereso, socialinės ir kultūrinės sferos gynimas yra atsidūręs biurokratinio mechanizmo, netobulų įstatymų, valdininkų abejingumo ir pasyvumo sąlytose.

neatrodo tokia niūri, nes visuomenė ima galvoti ne tik apie privataus gyvenimo kokybę ir kuomet atsiradusios pilietinės grupės, tokios kaip „Lietuvos“ gynėjai, savo pavyzdžiu parodo, kad pasiekia aukštų rezultatų kovodami su verslo ir valdžios malūnais dėl visuomenės intereso, dėl viešosios sferos išsaugojimo ateities kartoms.

“Communication Campaigns in Public Sphere. A case study – saving actions against of the cinema theatre “Lietuva” liquidation”

(Summary)

Key words: public sphere, public discourse, civic society, public interest, J. Habermas, movie theatre “Lietuva”.

A student of the Frankfurt School of Social Research – which advanced a Marxist critique of western capitalism and its discontents – Habermas wrote *The Structural Transformation of the Public Sphere* (1962). Sensing a collapse of the public sphere and therefore a crisis of democratic politics, Jørgen Habermas published *The Structural Transformation of the Public Sphere* in 1962. In this highly influential work he traced the development of a democratic public sphere in the seventeenth and eighteenth centuries and charted its course to its decline in the twentieth century. In that work and arguably since then as well, Habermas' political intent was to further "the project of Enlightenment" by the reconstruction of a public sphere in which reason might prevail, not the instrumental reason of much modern practice but the critical reason that represents the best of the democratic tradition. Habermas defined the public sphere as a domain of uncoerced conversation oriented toward a pragmatic accord. Conception of public space is related to alternation of state organization and communication forms. Radio, television and internet invoked public discussions in the last century. What is “the public sphere” in Lithuania? Public sphere is often realized as not privatize territory in Lithuania. But this opinion is changing now and the question is what is the perception about public sphere now in Lithuania? How it represent in communication campaigns? What kinds of power it have in a representative democracy? These questions are of central concern in this research work. Problems of public sphere and effective of communication campaigns in it is showing through the one study case, about cinema theatre “Lietuva” liquidation.

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

BALČYTIENĖ, A. *Žiniasklaidos kultūra. Lyginamieji svarstymai: Europa ir Lietuva*. 2004 Darbai ir dienos, t. 38, p. 75–110.

BUTKUS, Saulius. „Lietuvos” kino teatras [interaktyvus]. Straipsniai apie “Lietuvos” kino teatrą, 2006 [žiūrėta 2007 m. gruodžio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.straipsniai.lt/print.php?id=12009>>.

CASTELLS, Manuel. *Tapatumo galia* / Manuel Castells; 2005 m. [iš anglų kalbos vertė Patricija Droblytė]. Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2006479 p. : diagr.

DONSKIS, Leonidas. *Lietuvos politinė viešoji erdvė. Iš XXI amžius* [interaktyvus]. 2004 [nr. 16] 85 [žiūrėta 2007 m. gegužės 31 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.xxiamzius.lt/archyvas/priedai/horizontai/20040825/1-1.htm>>.

GARNHAM, N. *The mass media and the Public Sphere//habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MA: Mit Press, 1996. P. 3

GDONIENĖ, Vilija. *Pilietinė visuomenė ir informacija* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2007 m. lapkričio 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.leidykla.vu.lt/inetleid/inf-m-9/index.html>>.

HABERMAS, Jurgen. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* (reprint). Cambridge: Polity Press, 1989 [1962].

HABERMAS, Jurgen. *Why Europe Needs a Constitution ?* [interaktyvus]. 2001 [žiūrėta 2007 m. balandžio 8 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.newleftreview.net/PDFarticles/NLR24501.pdf>>.

JACKEVIČIUS, Mindaugas. *K. Čilinskas: šaliai būtinas viešojo intereso įstatymas* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2007 m. lapkričio 12 d.]. Prieiga per internetą: <www.DELFI.lthttp://www.delfi.lt/archive/article.php?id=13885474&categoryID=7&ndate=1185310800>.

JAUNIŠKIS, Vaidas. *Šalia kino teatro. Vargas dėl “Lietuvos”* [interaktyvus]. Straipsniai apie “Lietuvos” kino teatrą, 2006 [žiūrėta 2007 m. gruodžio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.straipsniai.lt/print.php?id=12010>>.

KUBILIUS, Andrius. *Piliečių teisė ginti viešą interesą privalo būti apginta* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2007 m. lapkričio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.balsas.lt/nuomones/straipsnis144884>>.

KUOLYS, D., *Valdžios atotrūkis nuo visuomenės – kaip 1940-aisiais* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2008 m. kovo 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.politika.lt/index.php?cid=9299&new_id=7561>.

MAŽEIKIS, Gintautas. *Alternatyvus pilietinis ugdymas – moralinei revoliucijai* [interaktyvus]. Straipsniai apie „Lietuvos” kino teatrą, 2006 [žiūrėta 2007 m. gruodžio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.straipsniai.lt/print.php?id=12011>>.

- MAŽEIKIS, Gintautas. *Alternatyvus pilietinis ugdymas ir socialinė propaganda* [interaktyvus]. Šiaulių universiteto Filosofijos katedra, 2006¹ [žiūrėta 2007 m. birželio 2 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.leidykla.eu/fileadmin/Problemos/2006_priedas/Gintautas_Mazeikis.pdf>.
- MAŽEIKIS, Gintautas. *Viešosios erdvės ir demokratijos erozija* [interaktyvus]. Šiaulių universiteto Filosofijos katedra, 2006² [žiūrėta 2007 m. gegužės 13 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.leidykla.eu/fileadmin/Problemos/2006_priedas/Gintautas_Mazeikis.pdf>.
- MONROE, E. Price. *Television, the Public Sphere, and national identity*. Clarendon Press. Oxford 1995. ISBN 0-19-818338-0.
- NAVICKAS, Andrius. *Viešosios erdvės pasisavinimas Lietuvoje* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2007 m. gruodžio 1 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.bernardinai.lt/index.php?url=articles/66026>>.
- PEČIULIS, Žygintas. *Televizijos vaidmenys visuomenėje: formalusis ir neformalusis instituciškumas* [interaktyvus]. Vilniaus universiteto Komunikacijos fakultetas, 2005, [nr. 4] [žiūrėta 2007 m. gegužės 13 d.]. Prieiga per internetą: <http://images.katalogas.lt/maleidykla/Fil54/Fil_029_034.pdf>.
- PEČIULIS, Žygintas. *Viešoj ierdvė masinės komunikacijosroje: audiovizualinės visuomenės Tarnybos idėjos raida* [interaktyvus]. Vilnius, 2005. [žiūrėta 2007 m. balandžio 25 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.cceol.com/aspx/getdocument.aspx?logid=5&id=F8272728-7668-401F-ABD5-6BBEA3547795>>.
- POSTER, Mark. *CyberDemocracy: Internet and the Public Sphere* [interaktyvus]. University of California, Irvine. 1995 [žiūrėta 2007 m. birželio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.humanities.uci.edu/mposter/writings/democ.html>>.
- STANCIKAS, Dalius. *Kiek kainuoja gyvenimas ne sau?* [interaktyvus]. 2008 [žiūrėta 2008 m. kovo 18 d.]. prieiga per internetą: <<http://www.tsajunga.lt/LT/Articles/View/37.html>>.
- VASILIAUSKAITĖ, Nida. *Propagandos samprata Lietuvoje ir ne tik* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2007 m. gegužės 13 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.delfi.lt/news/ringas/lit/article.php?id=10508264>>.
- E-žurnalas „*Apie reklamą*“ [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2007 m. birželio 2 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.apiereklama.lt/apreptis.html>>.
- Straipsniai apie “Lietuvos” kino teatrą* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2007 m. gruodžio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.straipsniai.lt/print.php?id=120098>>.
- M2Invest [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2007 m. gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.m2invest.lt/lt.php/apie>>.
- Pasirašyk dėl “Lietuvos” ir formuok kultūros politiką* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2007 m. gruodžio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.culture.lt/peticija/>>.
- Atviras laiškas investuotojams dėl „Lietuvos“ kino teatro* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2007 m. gruodžio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.bernardinai.lt/index.php?url=articles/52420>>.

Rengiamas sklypo, Pylimo g. 17 (kadastro Nr.0101/0057:4)-0,4052 ha, Vilniuje detalusis planas [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2007 m. gruodžio 12 d.]. Prieiga per internetą:
<<http://www.vilnius.lt/newvilniusweb/index.php/101/?itemID=83576>>.

„Pro-testas“ [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2007 m. lapkričio 12 d.]. Prieiga per internetą:
<www.vilma.cc>.

Wikipedija [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 m. lapkričio 12 d.]. Prieiga per internetą:
<www.wikipedia.lt>.

„Lietuvos“ kino teatro gynėjų nuo pastatą įsigijusių verslininkų stojo ginti politikai [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2007 m. lapkričio 12 d.]. Prieiga per internetą:
<<http://www.lrytas.lt/?id=11864887181184964528&view=4>>.

Žvilgsnis į nūdienos naująją žiniasklaidą ir jos užuomazgas [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2008 m. kovo 15 d.]. prieiga per internetą:< <http://sk.mch.mii.lt/izanga1>>.

Metodinių rekomendacijų viešajam interesui ginti patvirtinimas [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2008 m. kovo 18 d.]. Prieiga per internetą:
<<http://www.prokuraturos.lt/nbspnbspVie%C5%A1ojointeresogynimas/tabid/163/Default.aspx>>.

Konsenso konferencija: Viešojo intereso gynimo įstatymas turi būti priimtas kuo greičiau [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2008 m. balandžio 8 d.]. Prieiga per internetą:
<<http://www.bernardinai.lt/index.php?url=articles/71770>>.

Dabartinis lietuvių kalbos žodynas, elektroninė versija, Lietuvių kalbos institutas, 2003 m.