

**VILNIAUS UNIVERSITETAS
KAUNO FAKULTETAS**

SOCIALINIŲ MOKSLŲ IR TAIKOMOSIOS INFORMATIKOS INSTITUTAS

MENO VADYBOS STUDIJŲ PROGRAMA
KODAS 6211LX020

JELENA PRUSAKOVA

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS
PROVOKUOJANČIŲ MENO KŪRINIŲ KOMUNIKACIJOS STRATEGIJA

KAUNAS

2026

**VILNIAUS UNIVERSITETAS
KAUNO FAKULTETAS**

SOCIALINIŲ MOKSLŲ IR TAIKOMOSIOS INFORMATIKOS INSTITUTAS

MENO VADYBOS STUDIJŲ PROGRAMA
KODAS 6211LX020

JELENA PRUSAKOVA

**MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS
PROVOKUOJANČIŲ MENO KŪRINIŲ KOMUNIKACIJOS STRATEGIJA**

Darbo vadovė _____
(parašas)

Doc. dr. Audronė Rimkutė
(mokslinis laipsnis, vardas pavardė)

Magistrantė _____
(parašas)

Darbo įkėlimo data

Registracijos Nr.

KAUNAS

2026

Turinys

SANTRUPŲ SĄRAŠAS	5
LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS.....	6
ĮVADAS	7
1. PROVOKUOJANČIO MENO KOMUNIKACIJOS STRATEGIJŲ TEORINIS PAGRINDAS	10
1.1 Provokuojančio meno samprata.....	10
1.1.1 Provokuojančio meno ištakos ir sampratos raida.....	10
1.1.2 Provokuojančio meno fenomenas tarptautiniu mastu	11
1.1.3 Meninės kontroversijos ir rizikos komunikacijos aspektai	13
1.1.3.1 Kontroversijos formavimosi logika	13
1.1.3.2 Rizikos komunikacijos principai mene	14
1.1.3.3 Kontroversijos kaip komunikacinis procesas.....	14
1.1.3.4 Provokacijos intencijos ir rezultato logika.....	15
1.2 Komunikacijos modelių teoriniai pagrindai.....	16
1.2.1 Nuo transmisijos iki prasmų kūrimo.....	16
1.2.2 Strateginės komunikacijos samprata.....	17
1.2.2.1 Strateginė komunikacija kaip planas	18
1.2.2.2 Strateginė komunikacija kaip procesas	19
1.2.3 Auditorijos įtraukimo ir reakcijų valdymo modeliai	23
1.3 Strateginės komunikacijos strategijos modelių analizė meno kontekste	25
1.3.1 Meno organizacijų taikomi komunikacijos modeliai ir jų pritaikymo galimybės menininkams	25
1.3.2 Nepriklausomų menininkų komunikacijos modeliai ir iššūkiai.....	27
1.3.3 Komunikacijos modelių stiprybių ir silpnybių palyginimas	28
1.3.3.1 Planinio modelio privalumai ir ribotumai meno kontekste.....	29
1.3.3.2 Procesinio modelio privalumai ir iššūkiai.....	30
1.3.3.3 Hibridinis modelis ir meninės komunikacijos specifika	30
1.4 Provokuojančių meno kūrinių komunikacijos strategijos modelis	31
1.4.1 Modelio kūrimo prielaidos ir teoriniai principai.....	31
1.4.2 Provokuojančio meno komunikacijos modelio struktūra ir vizualizacijos principai	33

1.4.3	Modelio funkcionavimo ir taikymo prielaidos	35
1.4.4	Kontroversijų valdymo sprendimų gairės (<i>jei-tada</i>).....	36
2.	PROVOKUOJANČIO MENO KŪRINIŲ KOMUNIKACIJOS STRATEGIJOS EMPIRINIS TYRIMAS.....	40
2.1	Tyrimo metodologija.....	40
2.2	Tyrimo eiga	46
2.3	Tyrimo rezultatai	47
2.3.1	Dano Aleksos „Danas Aleksa“ atvejis	47
2.3.2	Martyno Gaubo „Chuilo“ atvejis	53
2.3.3	Mykolo Saukos „Liudytoja“ atvejis.....	60
2.3.4	Provokuojančių meno kūrinių komunikacijos strategijų modelio patikslinimas	65
	IŠVADOS.....	68
	REKOMENDACIJOS	71
	SANTRAUKA.....	73
	LITERATŪRA.....	74
	PRIEDAI.....	77

SANTRUPŲ SĄRAŠAS

AMM – angl. American Alliance of Museums

AR – (angl. Augmented Reality) papildyta realybė

CCO - Communicative Constitution of Organization

NASAA - National Assembly of State Arts Agencies

FB – Facebook

LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

Lentelės:

1 lentelė	Meninės kontroversijos komunikacijos etapai.....	14
2 lentelė	Provokacijos intencija ir rezultatas: meninės kontroversijos matrica.....	15
3 lentelė	5P modelis - strategijos dimensijos.....	20
4 lentelė	Meno organizacijų ir menininkų strateginės komunikacijos požiūrių palyginimas	26
5 lentelė	Nepriklausomų menininkų komunikacijos proceso etapai ir iššūkiai	27
6 lentelė	Provokuojančių meno kūrinių dokumentų analizės kodavimo matrica.....	44
7 lentelė	Dano Aleksos atvejis: 2 reakcijų intensyvumo lygio strateginių gairių patikslinimas .	52
8 lentelė	M. Gaubo „Chuilo“ atvejis – 3 reakcijų intensyvumo lygis	58
9 lentelė	M. Gaubo „Chuilo“ atvejis – 4 lygio (krizės) aspektai.....	59
10 lentelė	M. Saukos „Liudytoja“ atvejis – 4 lygio (krizės) aspektai	64

Paveikslai:

1 pav.	Provokuojančio meno komunikacijos procesas	15
2 pav.	S. Hall komunikacijos modelis	20
3 pav.	Strateginės komunikacijos kaip proceso modelis meniniame kontekste	22
4 pav.	Meno komunikacijos kaip prasmų derybų modelis	24
5 pav.	Klasikinis strateginės komunikacijos procesas.....	25
6 pav.	Provokuojančio meno komunikacijos proceso modelis.....	34
7 pav.	Provokuojančio meno komunikacijos strategijų tipai pagal kontroversijos eskalacijos lygį	39
8 pav.	D. Aleksos asmeninė "Facebook" paskyra 2025-11-21	50
9 pav.	Skulptūros "Chuilo" pirmasis viešas pasirodymas Kaune 2025-02-17	53
10 pav.	Skulptūra "Chuilo" Lenkijos naujienų portale "Onet" - straipsnio apie menininkų reakciją į Rusijos ambasadoriaus veiksmus Varšuvoje antraštė ir iliustracija.....	54
11 pav.	Mykolo Saukos skulptūros „Liudytoja“ vizualizacija Zarasų buvusio KGB pastato kiemelyje (Zarasų rajono savivaldybės iliustracija, publikuota G. Kairytės straipsnyje LRT.lt, 2025-08-06)	61
12 pav.	Provokuojančio meno komunikacijos strategijų eskalacijos ir deeskalacijos modelis	66

IVADAS

Menas – tai ne tik estetinė, idėjinė menininko kūrybiškumo išraiška, tačiau neretai ir stipri komunikacinė jėga, galinti kelti sudėtingus bei jautrius socialinius, politinius klausimus, provokuoti diskusiją bei formuoti viešąją nuomonę. Viena iš ryškiausių šio reiškinio formų – menas, kuriuo sąmoningai siekiama išprovokuoti žiūrovo emocinę, moralinę ar intelektualinę reakciją. Nors sąvoka „provokuojantis menas“ nėra akademiškai nusistovėjusi ir plačiai naudojama, šiame darbe šis terminas vartojamas kaip konceptualus konstruktas, apibrėžiantis meninę praktiką, kurios esmė – sąmoningai kelti prieštaringas, jautrias ar socialiai angažuotas temas, siekiant iššaukti viešą reakciją, diskusiją ar net pasipiktinimą.

Provokacija šiame kontekste suvokiama ne kaip provokacija vardan provokacijos, bet kaip strateginis komunikacinis veiksmas, skirtas išryškinti opias visuomenės problemas, išbandyti viešo diskurso ribas ar įgalinti žiūrovą kritiškai mąstyti ir išprovokuoti diskusijas. Provokacija gali kilti iš įvairių aspektų. Tyrėjai pažymi, kad ji dažnai susijusi su turinio jautrumu – politinėmis, religinėmis, moralinėmis ar socialinėmis temomis, kurios meta iššūkį nusistovėjusioms normoms bei įsitikinimams (Jennstal, Oberg, 2019; Earley, 2023). Kitu atveju, provokuojantis veiksnys gali būti formos radikalumas, kai menininkas renkasi šokiruojančias, neįprastas ar normatyvų neatitinkančias estetiškes priemones (Highet, 2015). Taip pat svarbus kontekstas – kūrinys, vienoje kultūroje priimamas kaip įprastas meninis gestas, kitoje gali būti suvoktas kaip pavojingas iššūkis, iššaukiantis cenzūros ar savicenzūros grėsmę (ARC Safety Guide, 2021).

Menininkai, kuriantys tokio pobūdžio kūrinius, neišvengiamai susiduria su iššūkiais: kaip efektyviai komunikuoti, kontroliuoti kūrinio interpretavimą ir reaguoti, kai iš provokacijos kyla kontroversijos. Pasak Sigman (2003), tokios situacijos dažnai kyla ne dėl kūrinio turinio, o dėl interpretacijos skirtumų tarp kūrėjo ir auditorijos.

Darbo aktualumas. Teoriniu požiūriu, tema apie menininkų komunikacijos strategiją provokuojančių meno kūrinių atvejais yra artima krizių komunikacijos temai – individualūs menininkai, kaip ir organizacijos, turi gebėti apibrėžti jiems iškylančią riziką ir pasiruošti komunikacijos planą (Gulbrandsen, 2020). Menininkų asociacijos įvairiose šalyse yra parengę jų šalių kontekstui pritaikytus rizikų valdymo planus kontroversijų dėl meno kūrinių atvejams. Komunikacija yra tokių planų dalis. Tarptautiniame lygmenyje tyrimai rodo, kad menininkai dažnai susiduria su grėsmėmis dėl politinių, religinių ar socialinių temų, o netinkamai valdoma

komunikacija gali kelti pavojų ne tik reputacijai, bet ir asmeniniam saugumui (ARC Safety Guide, 2021, Freemuse 2021, Hodge 2021, Brodsky 2022). Šiose publikacijose pateikiamos rekomendacijos dėl rizikų prevencijos ir atsako į konfliktines situacijas, pabrėžiančios, kad menininkams būtina iš anksto planuoti komunikacijos veiksmus, vertinti galimus auditorijos atsakus bei užtikrinti kūrybinės laisvės apsaugą. Praktiniu požiūriu, menininkai – ypač individualūs kūrėjai, neturintys institucinio užnugario – dažnai paliekami vieni reaguoti į viešą kritiką, todėl efektyvi komunikacija tampa jų kūrybinės laisvės apsaugos priemone (Kaiser 2019).

Darbo problemos ištirtumo lygis ir naujumas. Provokuojančio meno fenomenas tarptautiniu mastu nagrinėjamas įvairiais aspektais – kaip socialinis aktyvizmas, politinio protesto priemonė ar auditorijos reakcijas iššaukiantis komunikacijos instrumentas (pvz., Jennstal, Oberg, 2019; Earley, 2023; Highet, 2015; Vesna, 2006). Naujesni tyrimai rodo, kad menas vis dažniau suvokiamas kaip socialinio dialogo ir įtraukimo priemonė, galinti skatinti bendruomeniškumą bei kultūrinį jautrumą (Penketh, 2023). Kartu pastebima, kad menininkai ir kultūros organizacijos susiduria su strateginės komunikacijos iššūkiais, derindami kūrybinės laisvės ir planuotų veiksmų balansą, siekdami užtikrinti ilgalaikį matomumą bei auditorijos įsitraukimą (Kaiser, 2019). Tuo pat metu skaitmeninės technologijos ir interaktyvios meno formos – tokios kaip papildyta realybė (angl. *Augmented Reality*, AR) – suteikia naujų galimybių menininkams kurti socialiai angažuotus pranešimus ir inicijuoti diskusijas apie lygybę, ekologiją bei žmogaus teises (Brodsky, 2022). Tačiau šie darbai dažniausiai nagrinėja atskirus komunikacijos aspektus (riziką, auditorijos įtraukimą, reputacijos valdymą), o sistemingos analizės, kaip individualūs menininkai kuria ir taiko komunikacijos strategijas provokuojančių meno akcijų kontekste, vis dar trūksta. Lietuvos mokslo lauke ši problema iš esmės nenagrinėta – provokuojantis menas dažniau aptariamas viešojoje erdvėje nei akademinuose tyrimuose, nors pastaraisiais dešimtmečiais viešos skulptūros ir meniniai objektai yra sulaukę intensyvaus viešo dėmesio ir diskusijų. Todėl šio darbo naujumas slypi ne tik sąvokos “provokuojantis menas” įvedime kaip tyrimo kategorijos, bet ir empirinėje perspektyvoje - Lietuvos menininkų atvejų analizėje komunikacijos vadybos požiūriu. Be to, darbas siekia sukurti empiriškai pagrįstą komunikacijos strategijos modelį, kuris individualiam menininkui taptų praktine priemone veikti kontraversijų kontekste Lietuvoje.

Darbo objektas – komunikacijos strategijos, taikomos pristatant ar ginant provokuojančio pobūdžio kūrinius.

Darbo tikslas - Sukurti empiriškai pagrįstą provokuojančių meno kūrinių komunikacijos strategijos modelį.

Darbo uždaviniai

1. Apibrėžti „provokuojančio meno“, atskleidžiant jos teorinį kontekstą.
2. Išanalizuoti meno lauke taikomas komunikacijos strategijų teorijas ir modelius.
3. Sukurti provokuojančio meno komunikacijos strategijos teorinį modelį.
4. Ištirti sukurto modelio taikymo tinkamumą Lietuvos kontekste.

Darbo metodai - teorinėje darbo dalyje taikomas sisteminės mokslinės literatūros analizės metodas. Empirinėje dalyje atliekama instrumentinė atvejų analizė, kurioje duomenims rinkti naudojami interviu ir dokumentų analizės metodai, o surinktiems duomenims analizuoti – kokybinės turinio analizės metodas.

1. PROVOKUOJANČIO MENO KOMUNIKACIJOS STRATEGIJŲ TEORINIS PAGRINDAS

1.1 Provokuojančio meno samprata

1.1.1 Provokuojančio meno ištakos ir sampratos raida

Provokuojančio meno samprata neatsirado staiga – ji kildintina iš pačios meno istorijos, kurioje sukrėtimas, baimė ar ekstazė nuo seno buvo meninio poveikio strategijos. Menotyrininkas Virginijus Kinčinaitis savo tekstuose pabrėžia, kad provokacijos galia mene pasireiškė dar krikščioniškajame mene – nuo viduramžių altorių iki baroko freskų, kur kūniškas dramatismas, kančios ir stebuklo vaizdavimas veikė kaip dvasinio sukrėtimo priemonė (Kinčinaitis, 2007; 2013). Tokie kūriniai – nuo Mikelandželo „Paskutinio teismo“, Rubenso dramatiinių kompozicijų ar Jeronimo Boscho pragaro vizijų – buvo kurti tam, kad sukrėstų žiūrovą ir per emocinį siaubą bei ekstazę priartintų prie religinių tiesų.

Vėlesnėse epochose provokacija įgavo naujų formų. Romantizme ir realizme ji virto žmogiškos tragedijos ar moralinio skandalo išraiška: Théodore'o Géricault „Medūzos plaustas“ (1818–1819) ar Gustave'o Courbet „Pasaulio kilmė“ (1866) tapo socialinės ir moralinės ribos peržengimo pavyzdžiais, kuriuose provokacija jau siejosi su viešo pasipiktinimo rizika. Kaip pažymi Charles Baudelaire (1863), modernus menas iš prigimties turi teisę šokiruoti, nes tik per sukrėtimą galima išlaisvinti žiūrovą iš moralinės apatijos. Linda Nochlin (1971) Courbet kūrybą įvardija kaip vieną pirmųjų atvejų, kai skandalas tapo ne šalutiniu, o esminiu meninės raiškos elementu. Vėliau Susan Sontag (1966) pabrėžė, kad menas neturėtų būti aiškinamas moraliniais kriterijais, nes jo esmė – sukelti juslinį ir emocinį sukrėtimą. Ši tradicija tęsiasi iki šių dienų, kai provokacija suvokiama kaip sąmoninga meninio komunikavimo forma, skatinanti viešą reakciją ir diskusiją. Tokie atvejai rodo, kad provokacija nėra vien modernizmo bruožas – tai nuoseklus meninio komunikavimo principas, nuolat keitęs savo turinį pagal epochą ir visuomenės jautrumą.

Šiuolaikinėje teorijoje šis principas pirmą kartą aiškiai įvardytas avangardo ir dadaizmo kontekste. Kaip pažymi Peteris Burgeris (1984), istorinį avangardą galima laikyti pirmąja menine kryptimi, kurioje provokacija tapo sąmoninga strategija, nukreipta prieš meno autonomiją ir jo institucionalizaciją. Dadaizmas, atsiradęs 1916 m. Ciuriche, per ironiją, absurda ir atsitiktinumą ardė pačią reikšmės sistemą, palaikančią Vakarų racionalumo logiką (Jones, 2014: 95). Nuo to

laiko provokacija tapo neatsiejiama meninės raiškos dalimi – priemone kvestionuoti normas, išjudinti interpretacijas ir įtraukti žiūrovą į prasmų kūrimo procesą.

Apibendrinant, provokuojančio meno genezė apima platų istorinį spektrą – nuo religinių dvasinio sukrėtimo vaizdinių iki modernių avangardinių manifestų. Šiuolaikinėje kultūroje ji įgyja naujas formas – nuo politinio aktyvizmo iki medijų performatyvumo, todėl tampa aktuali kaip strateginė komunikacijos priemonė, skatinanti viešą reakciją ir diskusiją.

1.1.2 Provokuojančio meno fenomenas tarptautiniu mastu

Šiuolaikinėje meno praktikoje provokacija vis dažniau pasitelkiama ne kaip atviro pasipriešinimo ar šoko priemonė, o kaip strateginės komunikacijos forma, siekianti inicijuoti refleksiją, diskusiją ir socialinį dialogą. Menininkai išnaudoja provokaciją ne tiek tam, kad sukeltų pasipiktinimą, kiek tam, kad išryškintų kultūrinės įtampas ir priverstų auditoriją permąstyti nusistovėjusias reikšmes. Jennstal ir Öberg (2019) pabrėžia, kad provokuojantis menas gali turėti diskusiją skatinančių savybių – menininkai ne tik reaguoja į socialinius reiškinius, bet ir patys tampa dialogo katalizatoriais, kviečiančiais visuomenę reflektuoti vertybes ir moralinius klausimus.

Ši tendencija ypač ryški Vakarų meno kontekste nuo XX a. pabaigos, kai meno laukas tapo vis labiau globalus, veikiamas medijų ir įtraukiantis žiūrovą. Pasak Susie Hodge (2021), 1990-aisiais prasidėjęs posūkis į provokuojančias meninės raiškos formas išryškėjo Londono Karališkosios akademijos parodoje *Sensation: Young British Artists from the Saatchi Collection* (1997), kurioje eksponuoti kūriniai kvestionavo moralines, religines ir socialines ribas. Šis įvykis tapo lūžio tašku, kai menas virto viešosios reakcijos reiškiniu, o provokacija – priemone sukurti komunikacinę įtampą tarp menininko, institucijos ir auditorijos.

Vienas ryškiausių tokio modelio pavyzdžių – Banksy, kurio kūryba jungia vizualinę ironiją, socialinę kritiką ir populiariosios kultūros kodus. Jo meninė strategija remiasi paprastumu ir prieinamumu – aiškiais simboliais, kuriuos lengva atpažinti, tačiau kurių reikšmės atveria sudėtingas politines ir socialines temas. Hodge (2021) akcentuoja, kad Banksy provokacija dažnai veikia kaip komunikacinis eksperimentas, nukreiptas į meno institucijų mechanizmų kritiką. To pavyzdys – 2018 m. performatyvus kūrinys *Love Is in the Bin*, kai aukciono metu kūrinys *Girl with Balloon* buvo iš dalies susmulkintas įrengtu smulkintuvu. Šis įvykis parodė, kad net komercinėje meno rinkoje provokacija gali funkcionuoti kaip kritiška, diskursyvi meno forma.

Kitokią provokacijos dimensiją atskleidžia Ai Weiwei, kuris ją naudoja kaip globalų politinės ir humanistinės strateginės komunikacijos instrumentą. Jo kūryba remiasi sąmoningu ribų peržengimu – tarp meno ir aktyvizmo, estetikos ir liudijimo. Filmas *Human Flow* (2017) tapo ne tik pabėgėlių krizės dokumentika, bet ir provokuojančiu socialiniu veiksmu, viešai iškėlusiu klausimą apie Vakarų pasaulio abejingumą. Pasak Burgoyne (2022), tokia strategija išplečia meno funkciją į moralinės komunikacijos lauką – žiūrovas raginamas ne tik jausti empatiją, bet ir permąstyti savo politinę bei etinę poziciją.

Kaip pabrėžia Kinčinitis (2025), šiuolaikinėje provokacijoje svarbi ne tik turinio, bet ir formos dimensija. Provokacija gali slypėti ne tiek kūrinio temoje, kiek jo kontekste, parodymo vietoje ar pasirinktoje raiškoje. Ironija, humoras, tylą ar net minimalizmas gali tapti provokuojančiais elementais, kai jie iškreipia įprastą meno suvokimo logiką. Šią kryptį papildė institucinės provokacijos pavyzdžiai, tokie kaip Tania Bruguera ar Maurizio Cattelan, kai provokuojama pati muziejaus ar galerijos kaip „saugios“ erdvės logika. Pavyzdžiui, Kubos menininkės Tania Bruguera performansas *Tatlin's Whisper #5* (2008), „Tate Modern“ lankytojai patys atsiduria minios valdymo eksperimentėje situacijoje, kurioje menas tampa socialinio elgesio ir galios mechanizmų tyrimu.

Dar viena ryški šiuolaikinės provokacijos kryptis – meno ir politinio aktyvizmo persipynimas. Tokie atvejai kaip „Pussy Riot“, Piotras Pavlenskis ar grupė „Voina“ rodo, kad meninė provokacija tampa pilietinio pasipriešinimo forma. Šių menininkų veiksmai balansuoja tarp kūrybos, performanso ir teisinės atsakomybės - valdžios reakcija čia tampa kūrinio dalimi, o institucinis spaudimas – prasminiu tęsinio sluoksniu. Tokiais atvejais provokacija funkcionuoja kaip performatyvus socialinis įvykis, kuriame menininko rizika, auditorijos emocijos ir politinis atsakas sudaro vieną kūrinio struktūrą.

Tuo pat metu meninės laisvės klausimai išlieka aktualūs. Tarptautinės organizacijos, tokios kaip Freemuse, Artists at Risk ir International Cities of Refuge Network (ICORN), nuolat dokumentuoja atvejus, kai menininkų veikla susiduria su cenzūra ar politiniu spaudimu. Ataskaitoje *The State of Artistic Freedom 2025*, fiksuota daugiau nei tūkstantis atvejų per 2024 metus, kai kūrėjai patyrė ribojimus dėl savo kūrinių turinio, dažniausiai susijusių su valdžios kritika, religija, lyties tapatybe ar karinėmis temomis. Šių organizacijų veikla liudija, kad provokuojantis menas funkcionuoja dviguboje erdvėje: kaip laisvės išraiška ir kaip socialinės kontrolės bei cenzūros taikiny.

Apibendrinant, tarptautinis kontekstas parodo provokuojantį meną kaip daugialypį fenomeną, apimantį rinkos, institucijų ir politinio aktyvizmo laukus. Provokacija čia veikia ne tik kaip estetiinė strategija, bet ir kaip komunikacinė technologija, kuri medijų terpėje dauginasi, kuria kolektyvines emocines reakcijas ir neišvengiamai susiduria su laisvės bei kontrolės įtampomis. Šios įtampos tampa prielaida analizuoti meninės kontroversijos procesus ir rizikas, kurios bus detaliau aptariamoms kitame poskyryje.

1.1.3 Meninės kontroversijos ir rizikos komunikacijos aspektai

Kaip rodo tarptautinė praktika, provokacija šiuolaikiniame mene neretai peržengia estetines ribas ir virsta socialiniu reiškiniu – kontroversija. Skirtingai nei provokacija, kuri dažniausiai kyla iš menininko intencijos, kontroversija – tai visuomenės reakcija, kai meninis veiksmas sukelia viešą konfliktą, pasipiktinimą ar diskusiją. Tokia reakcija išplečia meno komunikacijos lauką: menas ne tik perteikia žinią, bet ir tampa diskusijų erdve, kurioje susiduria vertybės, moralė ir politinės nuostatos. NASAA (2017) teigimu, meninė kontroversija atsiranda tada, kai kūrinys ar meninis veiksmas išprovokuoja intensyvų, kolektyvinį viešą atsaką, kuris peržengia estetinio vertinimo ribas ir sukuria platesnį kultūrinį ar politinį rezonansą.

1.1.3.1 Kontroversijos formavimosi logika

Kontroversija nėra automatinis provokacijos rezultatas – ji susiformuoja tada, kai menininko žinutė įgauna viešą matomumą ir rezonuoja su auditorijos jautrumo taškais. Kaip nurodoma Museum Best Practices for Managing Controversy (2017) gairėse, kontroversijos mastą galima vertinti pagal viešos reakcijos apimtį, ištraukusių suinteresuotų grupių įvairovę ir diskusijos trukmę. Šie aspektai leidžia identifikuoti, ar meninis veiksmas iš tiesų peržengė kultūrinės srities ribas ir tapo socialiniu reiškiniu. Papildomai, remiantis komunikacijos ir viešosios nuomonės tyrimais, galima įtraukti ir emocinio intensyvumo kriterijų, rodantį, kiek stipriai kontroversija poliarizuoja auditoriją – sukuria aiškias palaikymo ir pasmerkimo pozicijas. Būtent šių veiksnių sankirtoje provokacija tampa kontroversija – kai meninis veiksmas sukelia socialinį rezonansą, o diskusija apie jį įgauna kultūrinės ir politinės ribas peržengiantį pobūdį.

Kaip pažymi Hoare (2010) tyrime *Print and Institution in the Making of Art Controversy*, meno ginčai nuo XIX a. formuojasi ne vien dėl kūrinių turinio, bet dėl institucinių ir medijų sąveikos mechanizmų, kurie lemia, kaip auditorija suvokia kūrinį. Kitaip tariant, kontroversija dažniausiai ne „įvyksta savaime“, o yra socialiai sukonstruojama, kai meninis įvykis įtraukiamas

į viešosios komunikacijos grandinę. Panašią mintį tęsia Elizabeth Otto veikale *Against the Wall: Murals, Modern Art, and Controversy* (2018), kur aptariama Bernhardo Heisigo freskų byla Vokietijoje parodo, kad meno kontroversijos yra galios santykių išraiška – jose susiduria menininko intencija, institucijų autoritetas ir politinė kontrolė. Tokiu būdu meninė kontroversija tampa indikatoriumi, atskleidžiančiu, kokios temos ar formos visuomenėje laikomos nepriimtiniomis.

1.1.3.2 Rizikos komunikacijos principai mene

Meninė kontroversija iš esmės veikia pagal rizikos komunikacijos logiką. Pasak Coombs (2012), kiekviena vieša organizacija ar asmuo, inicijuojantis jautrią temą, turi būti pasiruošęs trijų fazių ciklui: prevencijai, reakcijai ir refleksijai. Šį modelį galima taikyti ir meno lauke – ypač kai menininko veiksmai sulaukia didelio viešo dėmesio ar pasmerkimo.

1 lentelė

Meninės kontroversijos komunikacijos etapai

Etapas	Turinys / reikšmė meno kontekste	Pagrindinis šaltinis
Prevencija	Menininkas ar institucija iš anksto įvertina kūrinio rizikingumą, auditorijos jautrumą, galimus interpretacijos scenarijus. Strateginis pasiruošimas viešai reakcijai.	Coombs (2012); AAM (2017)
Reakcija	Viešo atsako valdymas: komunikacija, paaiškinimai, dialogo skatinimas. Tikslas – transformuoti konfliktą į diskusiją.	NASAA (2017)
Refleksija	Vertinamas kontroversijos poveikis reputacijai, pasitikėjimui, meno lauko diskursui. Sukaupta patirtis tampa komunikacijos strategijos dalimi.	Coombs (2012)

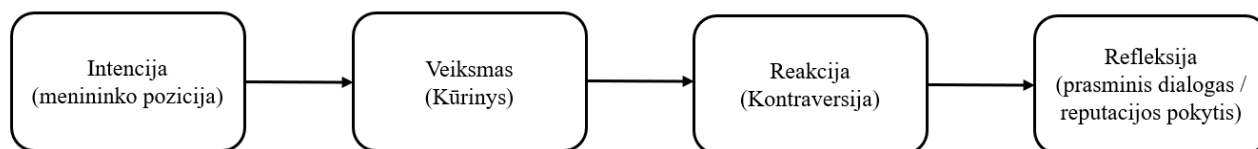
Sudaryta pagal Coombs (2012) *Ongoing Crisis communication: Planning, managing and responding*, NASAA (2017) *Communicating arts controversy: A guide for state arts agencies* ir AMM (2017) *Museum best practices for managing controversy*.

Šie principai atskleidžia, kad meninės kontroversijos komunikacija nėra gynybinė reakcija – tai strateginės komunikacijos forma, leidžianti menininkui išlaikyti kūrybinę autonomiją, bet kartu prisiimti socialinę atsakomybę.

1.1.3.3. Kontroversijos kaip komunikacinis procesas

Šiame darbe meninės kontroversijos suvokiamos kaip procesas, turintis aiškius komunikacinius etapus – nuo menininko pozicijos iki auditorijos atsako ir refleksijos. Remiantis Coombs (2012) rizikos komunikacijos modeliu bei kultūrinių organizacijų rekomendacijomis

(NASAA, 2017; AAM, 2017), šis procesas apibendrinamas 1 paveiksle.



1 pav. Provokuojančio meno komunikacijos procesas

Sudaryta pagal Coombs (2012) *Ongoing Crisis communication: Planning, managing and responding*, NASAA (2017) *Communicating arts controversy: A guide for state arts agencies* ir American Alliance of Museums (2017) *Museum best practices for managing controversy*.

Tokiu būdu meninė provokacija tampa ne tik estetiniu, bet ir komunikaciniu ciklu, kuriame kūrybinis veiksmas generuoja naujas prasmes per viešą atsaką. Kontraversija šiame kontekste tampa ne pavojumi, o dialogo įrankiu, leidžiančiu menui atlikti savo pagrindinę funkciją – atspindėti, kritikuoti ir transformuoti socialinį jautrumą.

1.1.3.4 Provokacijos intencijos ir rezultato logika

Kadangi meninė kontraversija gali kilti tiek iš sąmoningo provokacijos siekio, tiek iš netikėtos visuomenės reakcijos, tikslinga šį reiškinį struktūruoti pagal meninės intencijos ir pasiektos reakcijos santykį. Toks požiūris leidžia apibrėžti, kada provokacija tampa realiu komunikacijos įvykiu, o kada ji išlieka tik kūrybine intencija. Šią logiką galima vizualizuoti pateikiant provokacijos intencijos ir rezultato matricą

2 lentelė

Provokacijos intencija ir rezultatas: meninės kontraversijos matrica

	Provokacija įvyksta (sukelia kontraversiją)	Provokacija neįvyksta (nesukelia reakcijos)
Sąmoningas provokacijos tikslas	1. Kūriniai, sukurti su tikslu provokuoti ir sukelti kontraversiją – klasikinė provokuojančio meno atvejis	2. Kūriniai, sukurti su tikslu provokuoti, bet nesukeliantys reikšmingos reakcijos – nepavykusi provokacija arba neutralizuota konteksto.
Nesąmoningas provokacijos tikslas	3. Kūriniai, neturėję provokacijos tikslo, bet sukėlę visuomenės pasipiktinimą ar diskusiją – netyčinė provokacija. Pvz. religinės temos, identiteto ar atminties	4. Kūriniai, neturėję provokacijos tikslo ir nesukėlę reakcijos – neutralus arba neprovokuojantis menas.

	menas, netikėtai sukeliantis moralinį rezonansą.	
--	--	--

Remiantis šia matrica, „provokuojančiu menu“ galima laikyti pirmąją ir trečiąją kategorijas – t. y. tiek tuos kūrinius, kuriuose provokacija yra sąmoningas menininko siekis, tiek tuos, kurie netikėtai tampa socialinės įtampos katalizatoriais. Tokiu būdu provokuojantis menas apibrėžiamas ne tik pagal intenciją, bet ir pagal poveikį – tai menas, kuris sukelia reakciją, įtampą ar diskusiją viešojoje erdvėje, nepaisant autoriaus pirminio tikslo.

Šiame darbe provokuojantis menas suprantamas taip: tai kūrybos forma, kurios esmė slypi tikslingame ar spontaniškame socialinių, moralinių, kultūrinių ar politinių ribų peržengime, siekiant išprovokuoti žiūrovo reakciją ir paskatinti viešą refleksiją. Toks menas veikia kaip komunikacinis veiksmas, kuriame provokacija tampa ne tik estetinė, bet ir prasminė įtampą kuriančia strategija. Esminis šio meno bruožas – gebėjimas sukelti kontroversiją, t. y. išjudinti viešą diskusiją ir atskleisti visuomenės vertybinius jautrumus. Todėl provokuojantis menas apima tiek tikslingai provokuojančius kūrinius, tiek tuos, kurie netikėtai tampa ginčo tašku – šiuo atveju svarbiausia ne autoriaus intencija, o įvykusi reakcija, leidžianti analizuoti kontroversijos formavimosi procesą. Siekiant detaliau paaiškinti, kaip toks menas veikia kaip komunikacinis procesas, kitame skyriuje nagrinėjami komunikacijos modelių teoriniai pagrindai

1.2 Komunikacijos modelių teoriniai pagrindai

Ankstesniame skyriuje buvo parodyta, kad provokacija mene veikia kaip komunikacinis procesas. Šiame skyriuje dėmesys sutelkiamas į komunikacijos modelius, padedančius suprasti, kaip kuriamos ir cirkuliuoja meninės žinutės. Pirmiausia aptariami transmisiniai (perdavimo) modeliai, vėliau – interpretaciniai (prasmių derybų), o galiausiai – strateginės komunikacijos samprata, apimanti tiek planavimo, tiek proceso dimensijas.

1.2.1 Nuo transmisijos iki prasmių kūrimo

Komunikacijos samprata XX a. pradžioje ir viduryje vystėsi nuo techninio informacijos perdavimo modelių iki kultūrinės ir semantinės reikšmės teorijų. Vienas pirmųjų, Claude E. Shannon ir Warren Weaverio (1949) sukurtas modelis pavaizdavo komunikaciją kaip linijinį procesą, kuriame žinutė perduodama nuo siuntėjo iki gavėjo per kanalą, o procesą gali trikdyti

triukšmas. Šis modelis tapo klasikinės komunikacijos teorijos pagrindu, pabrėžusiu informacijos aiškumą, struktūrą ir efektyvumą. Tačiau meninės komunikacijos kontekste toks požiūris pasirodė pernelyg ribotas – menas ne visada siekia aiškumo ar vienareikšmio supratimo, o triukšmas dažnai tampa kūrybine strategija, skatinančia auditorijos interpretaciją.

Vėlesnės teorijos praplėtė šį supratimą, pabrėždamos komunikacijos daugialypiškumą ir prasmų derybas. Romanas Jakobsonas (1960) pasiūlė šešių funkcijų modelį, kuriame atsirado emocinė, referentinė (nurodomoji), poetinė, fatinė, metalingvistinė ir konotacinė funkcijos – jos ypač reikšmingos, nes atskleidžia kūrybos santykį su kalba, forma ir žiūrovo reakcija. Johnas Fiske (1990) dar labiau humanizavo komunikacijos procesą, parodydamas, kad triukšmas ir perteklius gali tapti prasminės įtampos šaltiniu, padedančiu įveikti skirtingų auditorijų suvokimo barjerus. Tokiu būdu menas traktuojamas kaip atvira sistema, kurioje prasmė gimsta ne vien siuntėjo intencijoje, bet ir žiūrovo interpretacijoje.

Evoliucionuojant komunikacijos teorijoms, tradiciniai informacijos perdavimo modeliai imti papildyti požiūriais, akcentuojančiais komunikaciją kaip prasmų kūrimo ir derybų procesą. Tokiu būdu komunikacija vis dažniau suvokiama ne kaip vienakryptis (linijinis) signalų perdavimas, bet kaip daugialypis reiškinys, priklausantis nuo dalyvių intencijų, socialinių aplinkybių ar kultūrinių kodų. Kaip pažymi Gulbrandsen ir Just (2020), šiuolaikinė komunikacijos samprata tolsta nuo kontrolės ir perdavimo logikos, o strateginė komunikacija vis labiau suprantama kaip veikimo metu besiformuojantis prasmų derybų procesas. Šis poslinkis nuo techninio prie interpretacinio požiūrio sudaro prielaidas strateginės komunikacijos sampratai, kuri jungia planavimo ir proceso dimensijas ir detaliau nagrinėjama kitame poskyryje.

1.2.2 Strateginės komunikacijos samprata

Strateginės komunikacijos samprata peržengia tradicinį planavimo ir žinučių sklaidos supratimą, pabrėždama komunikaciją kaip nuolat kintantį prasmų kūrimo procesą. Šiuolaikinėje teorinėje literatūroje (Gulbrandsen, et al. 2020: 179-180) strateginė komunikacija apibrėžiama kaip besiformuojantis, daugialypis procesas, kuriame dalyvauja ne tik komunikatorius, bet ir auditorijos, kontekstai bei kultūriniai tinklai. Tai reiškia, jog strategija nebėra suvokiama kaip iš anksto suplanuota žinučių sistema, o greičiau – kaip procesas, kuriame komunikacija pati kuria strategiją („*strategizing communication*“). Tokia perspektyva leidžia matyti menininko ar

institucijos komunikaciją kaip nuolatinį veikimą, kuriame prasmų kryptis formuojasi per sąveikas, interpretacijas ir dialogus.

Remiantis šiuo požiūriu, svarbu atskirti du strateginės komunikacijos lygmenis:

- Komunikaciją kaip planą, kai siekiama apibrėžto tikslo ir auditorijos poveikio (klasikinis požiūris);
- Ir komunikaciją kaip procesą, kai pagrindinis dėmesys skiriamas prasmų sąveikai, atvirumui ir netikėtiems rezultatams (procesinis požiūris)

Klasikinės strateginės komunikacijos logiką iliustruoja tokie linijiniai modeliai kaip AIDA (Lewis, 1898; Gulbrandsen ir Just, 2020), kuriuose auditorijos reakcijos suprantamos kaip nuoseklūs žingsniai nuo dėmesio iki veiksmo. Ši priežastinė seka atspindi komunikaciją kaip planą – racionaliai valdomą, iš anksto suplanuotą procesą, priešingai nei šiuolaikinės teorijos, pabrėžiančios komunikaciją kaip prasmų derybas ir nuolatinį vyksmą.

1.2.2.1 Strateginė komunikacija kaip planas

Strateginės komunikacijos samprata ilgą laiką buvo grindžiama klasikiniu, racionalaus planavimo principu. Klasikinė strategijos paradigma, suformuota Chandler (1962), Ansoff (1965) ir Porter (1980), akcentavo ilgalaikių tikslų, aplinkos analizės ir konkurencinio pranašumo siekimą per racionalų planavimą. Kaip apžvelgia Gulbrandsen ir Just (2020) knygoje *Strategizing Communication: Theory and Practice*, būtent ši racionalaus planavimo paradigma tapo pagrindu strateginės komunikacijos sampratai, kurioje komunikacija suvokiama kaip iš anksto suplanuotas, priežastiniais ryšiais grindžiamas procesas, nukreiptas į konkretaus poveikio auditorijai siekimą. Šių autorių požiūriu, strateginis procesas buvo linijinis, aiškiai struktūruotas ir orientuotas į efektyvų išteklių valdymą.

Perkėlus šią logiką į komunikacijos lauką, susiformavo strateginės komunikacijos kaip plano paradigma, kurioje komunikacija traktuojama kaip racionaliai suplanuotų veiksmų seka, siekianti konkretaus rezultato – įtvirtinti norimą įvaizdį, formuoti viešąją nuomonę ar sustiprinti pasitikėjimą organizacija. Tokiu būdu komunikatorius (menininkas, institucija ar organizacija) laikomas kontroliuojančiu subjektu, o auditorija – informacijos gavėju, kuris turėtų numatyta reaguoti į perduodamą žinutę. Šį požiūrį atitinka transmisijos modelis, kilęs iš techninio informacijos perdavimo teorijų (Shannon ir Weaver, 1949), ir ilgą laiką dominavęs viešųjų ryšių bei rinkodaros praktikoje.

Vis dėlto toks strategijos suvokimas yra ribotas, ypač meninio komunikavimo kontekste, kuriame rezultatai ne visada gali būti suplanuoti ar kontroliuojami. Gulbrandsen ir Just (2020) pažymi, kad „planas“ tėra viena iš strateginės komunikacijos logikų. Meno komunikacijoje šis modelis susiduria su iššūkiais, nes kūrybinės idėjos dažnai išprovokuoja neprognozuojamas interpretacijas, o auditorijos dalyvavimas tampa ne pasekme, o sudėtine prasių kūrimo proceso dalimi. Dėl to vis aktualesnis tampa kitas požiūris – strateginė komunikacija kaip procesas, nagrinėjama kitame poskyryje.

1.2.2.2 Strateginė komunikacija kaip procesas

Šiuolaikinėje komunikacijos teorijoje vis labiau įsitvirtina požiūris, kad strategija nėra statiškas planas, o besiformuojantis procesas, kuriame komunikaciniai veiksmai patys kuria strategiją. Kaip teigia Fiske (1990), komunikacija – tai ne vien informacijos perdavimas, o prasių kūrimo ir interpretacijų procesas, priklausantis nuo socialinio ir kultūrinio konteksto. Šią logiką tęsia Gulbrandsen ir Just (2020), siūlydami strategiją suvokti ne kaip užbaigtą produktą, bet kaip veiksmą, kuris formuojasi per sąveiką ir prasių derybas. Tokiu būdu strateginė komunikacija tampa praktika, kuri atsiranda per veiksmą, bendrakūrą ir kontekstą, o ne per iš anksto nustatytus tikslus ar formalias planavimo procedūras.

Gulbrandsen ir Just teigia, kad klasikinė strateginė logika, paveldėta iš vadybos teorijų, remiasi racionalumo, kontrolės ir nuspėjamumo prielaidomis, tačiau realybėje komunikacija yra neapibrėžta, derybų ir interpretacijų kupina erdvė. Todėl, jų teigimu, strateginė komunikacija visada yra besiformuojantis procesas, kylantis iš daugelio sąveikų ir situacinių sprendimų, nepriklausomai nuo to, kas buvo suplanuota. Strategija šiuo atveju nėra išorinė komunikacija – planavimas, kalbėjimas ir veikimas yra pačios komunikacijos dalis. Taigi strateginė komunikacija apie ne tik žinučių sklaidą, bet ir nuolatinį prisitaikymą prie socialinių reakcijų, kurių metu prasmės nuolat formuojamos iš naujo.

Autoriai išskiria penkis strategijos aspektus – planą, manevrą, veiklos modelį, poziciją ir perspektyvą – pabrėždami, kad strateginis veiksmas vyksta šių dimensijų sąveikoje.

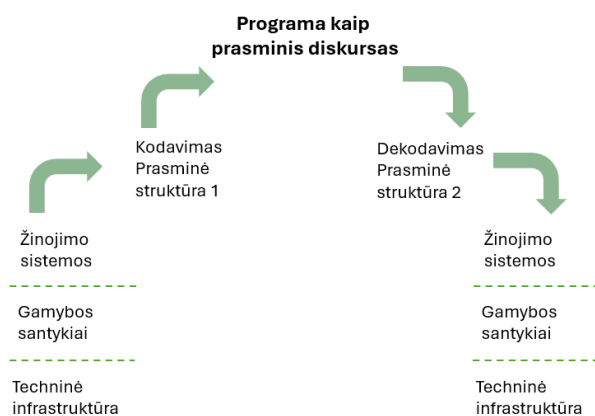
5P modelis - strategijos dimensijos

Plano (Plan)	požiūris	Manevras (Ploy)	Veiklos (Pattern)	modelis	Pozicija (Position)	Perspektyva (Perspective)
Strategija suplanuotas veiksmų rinkinys	kaip	Strategija taktinis manevras	kaip	Strategija veiksmų pasikartojimo modelis	Strategija kaip pozicija kontekste	Strategija kaip požiūris ar mąstymo būdas

Sudaryta pagal Gulbrandsen ir Just, 2020. *Strategizing Communication: Theory and Practice*. Samfundslitteratur, p 38.

Toks požiūris leidžia suvokti komunikaciją kaip daugiapakopį reiškinių, kuriame derinasi planuoti ir spontaniški veiksmai. Ši įžvalga ypač aktuali meniniame kontekste, kuriame komunikacinės reikšmės dažnai kyla ne iš tikslaus planavimo, o iš neprognozuojamų auditorijos interpretacijų, kontekstinių reakcijų ar viešųjų diskusijų. Strateginė komunikacija tokiu atveju tampa atvira prasmų derybų praktika, o ne vien informacijos perdavimo sistema.

Remiantis procesiniu požiūriu, komunikatorius nebėra laikomas vienvaldžiu informacijos siuntėju – jis tampa vienu iš dalyvių, priklausomu nuo kitų veikėjų įsitraukimo ir interpretacijų (Gulbrandsen 2020: 199). Strateginė komunikacija čia traktuojama kaip bendrakūrybos procesas, kuriame tiek kūrėjas, tiek auditorija prisideda prie prasmų formavimo. Autoriai pasitelkia S. Hall (1980) kodavimo ir dekodavimo modelį, kuriame prasmės ne perduodamos, o kuriamos sąveikos būdu.

**2 pav. S. Hall komunikacijos modelis**

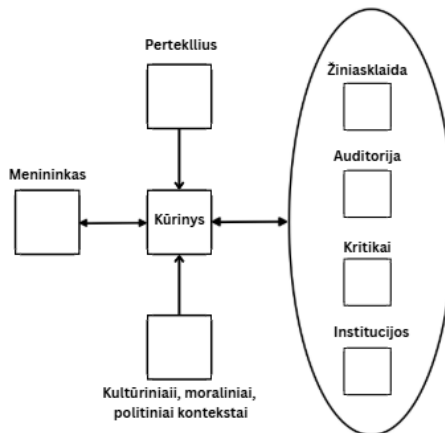
Šaltinis: Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. In S. Hall et al. (Eds.), *Culture, Media, Language* (p. 128–138). London: Routledge. Cituojama iš Gulbrandsen ir Just (2020, p. 181).

Meno kontekste šį procesinį pobūdį apibūdina ir Navickaitė (2020), pabrėždama, kad šiuolaikinio meno komunikacijoje reikšmės gimsta ne vien iš autoriaus intencijos, bet iš nuolatinės

sąveikos tarp kūrėjo, kūrinio ir auditorijos. Pasak autorės, kūrėjas koduoja žinią kūrinyje, o žiūrovas ją dekoduoja per asmeninę patirtį ir kultūrinį kontekstą, todėl meno komunikacija tampa atvira, daugiapakopė ir priklausoma nuo interpretacijos bei grįžtamojo ryšio.

Procesinis požiūris taip pat siejamas su performatyvumo teorija, kurioje komunikaciniai aktai patys kuria socialinę realybę. Gulbrandsen ir Just remiasi J. L. Austin (1962) idėja, kad kalbėjimas yra veiksmas, todėl „strateginė komunikacija egzistuoja tiek, kiek ji yra vykdoma“ (p.187). Tokia samprata leidžia teigti, kad meninė komunikacija – ypač provokuojančio pobūdžio – yra veiksmas, kuris ne tik perteikia, bet ir kuria prasmes bei socialinius santykius. Kūrinys, diskusija, kontroversija tampa ne komunikacijos pasekme, o pačiu komunikacijos aktu.

Galiausiai, procesinis požiūris pabrėžia tinklišką, daugialypį komunikacijos prigimtį, kurioje reikšmės gimsta ne individualiai, o kolektyviai. Autoriai, remdamiesi CCO teorija, teigia, kad organizacijos, identitetai ar reputacijos neegzistuoja už komunikacijos ribų – jos konstituojamos per kasdienes komunikacinius veiksmus (Gulbrandsen 2020, p. 199). Šią mintį galima pritaikyti ir meno laukui, kuriame menininko pozicija, kūrinio reputacija ir institucijos įvairiai susiformuoja ne iš anksto suplanuotose žinutėse, o nuolatinėse viešojo diskurso procesuose, kuriuose dalyvauja skirtingi veikėjai – auditorijos, žiniasklaida, kritikai ir kiti meninio lauko dalyviai. Tokiu būdu strateginės komunikacijos kaip proceso paradigma leidžia išvengti į menininko ar meno institucijos komunikaciją kaip į atvirą, dinamišką ir daugialypį procesą, kuriame strategija nėra kontrolės instrumentas, o būdas dalyvauti prasmų kūrimo tinkle. Ši perspektyva tampa teoriniu pagrindu nagrinėjant, kaip šiuolaikinis menas, ypač provokuojančio pobūdžio, veikia komunikaciniu lygmeniu – inicijuodamas dialogus, skatindamas reakcijas ir kurdamas naujus santykius tarp kūrėjo, kūrinio ir visuomenės.



3 pav. Strateginės komunikacijos kaip proceso modelis meniniame kontekste

Sudaryta pagal Gulbrandsen, L. T., Just, S. N. (2020). *Strategizing Communication: Theory and Practice*. Kopenhaga: Samfundslitteratur; Fiske, J (1990) Įvadas į komunikacijos studijas. Lietuva: Baltos lankos.

Schema parodo (3 pav.), kad meninė komunikacija yra daugiapakopis procesas, kuriame kūrinys tampa reikšmių kūrimo centru. Kūrėjo intencijos, kūrinio raiškos priemonės ir kultūriniai kontekstai sąveikauja su išoriniu diskurso lauku, kuriame veikia auditorija, žiniasklaida, kritikai ir institucijos. Šioje viešojo diskurso erdvėje vyksta nuolatiniai dialogai ir prasmų derybos – interpretacijos, reakcijos, kritika, atsakas – kurie lemia kūrinio ir menininko socialinį rezonansą bei reputaciją. Modelis atspindi procesinį strateginės komunikacijos požiūrį, kuriame prasmės konstituojamos ne individualiai, o kolektyviai, per sąveikas ir socialinius ryšius. Tokiu būdu menininko komunikacija suvokiama ne kaip suplanuotų žinučių perdavimas, o kaip dalyvavimas prasmų kūrimo tinkle, kuriame strategija veikia kaip nuolat besiformuojanti praktika.

Apibendrinant galima teigti, kad strateginės komunikacijos teorinė raida rodo poslinkį nuo kontrolės ir planavimo logikos prie procesinio požiūrio, ypač svarbaus meninio komunikavimo kontekste.

Šis teorinis požiūris sudaro pagrindą tolesnei analizei, kaip strateginė komunikacija veikia meno lauke per auditorijos įtraukimą, interpretacijas ir reakcijas – šie klausimai nagrinėjami kitame poskyryje.

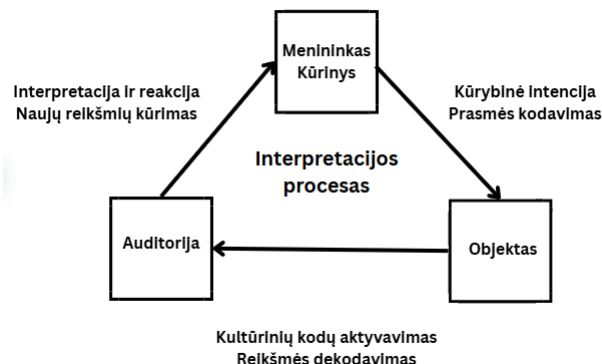
1.2.3 Auditorijos įtraukimo ir reakcijų valdymo modeliai

Kaip aptarta ankstesniame skyriuje, auditorija šiuolaikinėje komunikacijos teorijoje laikoma aktyvia prasmų kūrėja. Pasak Stuart Hall (1980), reikšmės ne perduodamos, o kuriamos per kodavimo ir dekodavimo procesą, kuriame auditorijos kultūrinis kontekstas, patirtys ir vertybės lemia, kaip pranešimas bus suprastas. Šį požiūrį pratęsia John Fiske (1990) ir Umberto Eco (1989), pabrėžiantys, kad komunikacijos procesas nėra uždaras, o veikiau atviras galimų interpretacijų laukas, kuriame reikšmės nėra iš anksto nustatytos, bet gimsta iš auditorijos ir pranešimo sąveikos. Eco teigimu, kiekvienas kūrinio priėmimas yra naujas jo aktualizavimas, nes reikšmė atsiskleidžia tik per interpretacijos procesą. Šios teorijos ypač aktualios meno komunikacijos kontekste, kuriame kūrinys nėra tiesioginė žinutė, o atvira struktūra, kviečianti žiūrovą tapti aktyviu interpretatoriumi. Remiantis Hal Foster (1996), šiuolaikinis menas dažnai grįžta prie realybės kaip traumos – auditorija įtraukiama ne per grožį, o per šoką ir diskomfortą. Meno prasmė gimsta iš sąveikos tarp autoriaus intencijos ir auditorijos reakcijos – ji atsiskleidžia per interpretaciją, diskusiją ir emocinį atsaką. Tokiu būdu auditorijos dalyvavimas tampa kūrybiškas ir daugiaplanis: žiūrovas ne tik „priima“ kūrinį, bet ir perkuria jo reikšmę, paversdamas ją savo patirties dalimi.

Vis dėlto meno komunikacija išsiskiria tuo, kad priešingai nei rinkodaros ar komercinės komunikacijos srityje, menininko tikslas nėra tenkinti iš anksto apibrėžtos auditorijos poreikius. Rinkodaros logikoje auditorija apibrėžiama kaip rinka. Meno kontekste, priešingai, kūrėjas veikia pagal vidinę kūrybos logiką, o auditorijos reakcija tampa ne prielaida, o rezultatu. Kaip pastebi Bard Kleppe (2018), meno autonomija yra nuolatinis balansavimas tarp „įkvėpto pasaulio“, kuriame vertę suteikia kūryba pati savaime, ir heteronominių logikų – rinkos, politikos, administravimo. Menininko sprendimai kyla iš įkvėpimo, o ne iš rinkos paklausos, todėl auditorijos santykis su kūriniumi tampa atviros interpretacijos ir prasmų kūrimo erdve, o ne išankstinės paklausos atsaku.

Šią mintį papildė Brian Holmes (2004), kuris meninę autonomiją sieja su kūrybinės laisvės ir komunikacijos visuomenės įtampa. Anot jo, šiuolaikinėje kultūroje menas dažnai tampa kapitalo vertės kūrimo ir socialinės kontrolės priemone, tačiau tikra kūrybinė laisvė įmanoma tada, kai kūrėjas geba „duoti sau įstatymą“ – kurti nepriklausomai nuo rinkos ar institucinių tikslų. Tokia autonomija neatskiria menininko nuo auditorijos, bet atveria dialogo lauką, kuriame žiūrovas nebe vartotojas, o prasmų bendraautorius, gebantis reaguoti, ginčytis ir reflektuoti.

Remiantis kultūrinės komunikacijos teorijomis (Hall, 1980; Fiske, 1990), kurias aptarėme ankstesniame skyriuje, komunikacija meno lauke veikia kaip prasmų derybų procesas. Tokia komunikacija grindžiama ne harmonija, o kūrybine įtampa, kuri provokuoja refleksiją, dialogą ir naujų reiškinių atsiradimą. Provokuojančio meno atveju ši įtampa tampa pagrindiniu kūrybos ir komunikacijos varikliu – ji leidžia menui išbandyti auditorijos ribas ir kartu kurti naujas supratimo formas.



4 pav. Meno komunikacijos kaip prasmų derybų modelis

Sudaryta pagal Peirce, C. S. (1931-1958) , Cambridge, Mass.: Harvard University Press; Fiske, J (1990) Įvadas į komunikacijos studijas. Lietuva: Baltos lankos.

Objektas šiame modelyje suprantamas ne kaip fizinis daiktas, o kaip idėja, reiškinys ar socialinis kontekstas, į kurį menininkas kreipiasi per kūrinį. Tai prasmės šaltinis, iš kurio menininkas semiasi kūrybinio impulso ir kurį auditorija interpretuoja per savo patirtį bei kultūrinius kodus. Tokiu būdu objektas tampa jungiamąja grandimi tarp menininko intencijos ir auditorijos suvokimo, leidžiančia reikšmei nuolat kisti interpretacijos procese.

Apibendrinant galima teigti, kad auditorijos įtraukimo ir reakcijų modeliai leidžia suprasti komunikaciją kaip dinamišką prasmų kūrimo procesą, kuriame menininkas, kūrinys ir žiūrovas tampa lygiaverčiais dalyviais. Reiškėms formuojasi ne per vienakryptį informacijos perdavimą, o per dialogą, interpretacijas ir kultūrinius kontekstus, kurie nuolat transformuoja kūrinio suvokimą. Toks požiūris atveria naujas galimybes analizuoti meno komunikaciją kaip procesą, o ne rezultatą – kaip nuolatinę derybas tarp intencijos, konteksto ir žiūrovo patirties.

Ši teorinė prieiga sudaro pagrindą tolesnei analizei, orientuotai į praktinius modelių taikymo aspektus meno lauke. Toliau bus nagrinėjama, kaip organizacijų komunikacijos modeliai pritaikomi menininkams, su kokiais iššūkiais susiduria nepriklausomi kūrėjai, ir kokios stiprybės

bei ribotumai būdingi skirtingiems komunikacijos strategijų modeliams šiuolaikinio meno kontekste.

1.3 Strateginės komunikacijos strategijos modelių analizė meno kontekste

1.3.1 Meno organizacijų taikomi komunikacijos modeliai ir jų pritaikymo galimybės menininkams

Strateginės komunikacijos organizacijose samprata tradiciškai grindžiama tikslo siekimo, planavimo ir koordinacijos principais. Kaip pažymi LaBelle ir Waldeck (2020), strateginė komunikacija – tai sąmoningai planuojamas procesas, kuriuo siekiama užtikrinti informacijos nuoseklumą, reputacijos stiprinimą ir auditorijos pasitikėjimą. Meno institucijos – muziejai, galerijos, bienalės ar rezidencijų centrai - komunikaciją vertina kaip strateginį išteklių, kuris padeda kurti pridėtinę vertę – palaikyti santykius su suinteresuotosiomis šalimis, formuoti įvaizdį bei užtikrinti institucijos stabilumą.



5 pav. Klasikinis strateginės komunikacijos procesas

Sudaryta pagal LaBelle, S., Waldeck, J. H. (2020). *Strategic communication for organizations*. University of California Press.; Gulbrandsen, L. T., Just, S. N. (2020). *Strategizing Communication: Theory and Practice*. Kopenhaga: Samfundslitteratur;

Vis dėlto šiuolaikinėje komunikacijos teorijoje vis dažniau pabrėžiama, kad toks racionalus planavimas nebepajėgia atliepti socialinių tinklų ir skaitmeninės kultūros dinamikos. Kaip pažymi Mažeikis (2015), kultūrinių institucijų komunikacijos modernizavimas reikalauja ne tik technologinių, bet ir kūrybinių bei socialinių išteklių – gebėjimo palaikyti atvirą, dalyvaujamą vidinę ir išorinę komunikaciją, kuri skatintų dialogą ir pasitikėjimą pokyčių laikotarpiu. Ši įžvalga dera su Elving ir Postma (2017) kritika vadinamajam „dialogo mitui“, kai organizacijos deklaruoja siekį bendrauti su auditorijomis, tačiau iš tiesų socialinius tinklus naudoja kaip vienpusius marketingo kanalus. Autoriai pastebi, kad dauguma institucijų vengia tikro dialogo dėl kontrolės praradimo baimės – viešasis pokalbis gali kelti riziką reputacijai ar sukelti neprognozuojamų reakcijų.

Tokia analizė atskleidžia strateginės komunikacijos paradoksą: nors organizacijos deklaruoja atvirumą, jų komunikacija išlieka griežtai valdoma, o auditorijos dalyvavimas – ribotas. Elving ir Postma taip pat akcentuoja, kad tinklinėje visuomenėje „centro“ modelis praranda aktualumą ir santykiai turi būti abipusiai, bet realybėje jie dažnai išlieka asimetriški.

Remiantis Gulbrandsen ir Just (2020) procesiniu požiūriu, galima teigti, kad menininko komunikacija, skirtingai nei organizacijų, remiasi procesiniu modeliu – jos strategija gimsta veiksmo metu, reaguojant į auditorijos interpretacijas, socialinius kontekstus ar net konflikto situacijas.

Svarbu pažymėti ir tai, kad meno komunikacija pasižymi didesniu rizikos ir atsakomybės santykiu. Jei institucijos siekia išlaikyti reputacijos stabilumą, menininkas dažnai renkasi sąmoningą provokaciją, kad inicijuotų diskusiją ir išbandytų visuomenės ribas. Tokia laikysena artima dialoginiam požiūriui, tačiau ji apima ir agonistinį elementą – siekį išlaikyti skirtumų įtampą, kuri, pasak Mouffe (2013), yra būtina demokratiniam diskursui. Menininkas čia tampa ne komunikacijos valdytoju, o jos katalizatoriumi, kuriančiu atviras prasmų erdves.

4 lentelė

Meno organizacijų ir menininkų strateginės komunikacijos požiūrių palyginimas

Aspektas	Meno organizacijų komunikacija	Menininkų komunikacija
Tikslas	Reputacijos stiprinimas, nuoseklumas, pasitikėjimas	Autentiškumas, refleksija, dialogas
Strategijos logika	Planinė, orientuota į rezultatą	Procesinė, orientuota į prasmų kūrimą
Komunikacijos kryptis	Vienakryptė – nuo organizacijos link auditorijos	Dvikryptė – tarp kūrėjo, auditorijos ir kontekstų
Rizikos suvokimas	Vengiama neapibrėžtumo ir konflikto	Įtampa ir konfliktas laikomi kūrybos dalimi
Santykis su auditorija	Valdoma per segmentaciją ir kontrolę	Atvira, interaktyvi, ne visada prognozuojama
Sėkmės matas	Reputacinis stabilumas	Socialinis poveikis, diskusijų inicijavimas

Sudaryta pagal Elving, W.J.L., Postma, R.M., (2017). *How strategic communication shapes value and innovation in society*. Gulbrandsen, L. T., Just, S. N. (2020). *Strategizing Communication: Theory and Practice*. Kopenhaga: Samfundslitteratur;

Apibendrinant, organizacijų ir menininkų komunikacijoje sutampa strateginis mąstymas ir auditorijos įtraukimas, tačiau skiriasi tikslai: pirmosios siekia reputacinio stabilumo, o antrieji – autentiškumo, dialogo ir socialinės įtampos.

Todėl meno kontekste strateginė komunikacija tampa refleksyviu procesu, kuriame planas ir spontaniškumas egzistuoja greta, o rizikingas dialogas yra esminė kūrybinės komunikacijos vertybė.

1.3.2 Nepriklausomų menininkų komunikacijos modeliai ir iššūkiai

Nepriklausomi menininkai, kitaip nei institucijos, veikia be formalios organizacinės struktūros ar aiškiai apibrėžtos strategijos. Jų komunikacija dažniausiai yra asmeniška, refleksyvi ir kontekstinė, todėl strateginiai sprendimai kyla iš kūrybinės praktikos, o ne iš anksto suplanuoto proceso. Kaip pažymi Gulbrandsen ir Just (2021), strategija nepriklausomo kūrėjo kontekste yra ne baigtinis planas, o nuolat besiformuojantis strategizavimo procesas, grindžiamas veiksmo, refleksijos ir auditorijos reakcijų sąveika.

LaBelle ir Waldeck (2020) teigia, kad nepriklausomų menininkų veikloje išankstinis planavimo modelis dažnai nepasiteisina, nes kūrybos tikslai yra atviri ir kintantys, o komunikacija tampa pačios kūrybos dalimi, o ne jos sklaidos įrankiu.

5 lentelė

Nepriklausomų menininkų komunikacijos proceso etapai ir iššūkiai

Etapas	Turinys	Iššūkis
Intencija	Kūrybinė idėja, menininko pozicija ar reakcija į socialinį kontekstą	Kaip aiškiai suformuluoti prasmę, išlaikant autentiškumą
Raiška	Kūrinio forma, medija, viešas gestas ar performansas	Kaip suderinti kūrybos ir komunikacijos funkcijas
Viešumas	Kūrinio sklaida, socialiniai tinklai, auditorijos pasiekimas	Kaip išlikti matomam nepaklūstant rinkos logikai
Reakcija ir refleksija	Auditorijos atsakas, viešas diskursas, kritika	Kaip valdyti neapibrėžtumą ir išlaikyti meninę poziciją

Sudaryta pagal Gulbrandsen ir Just (2021), Kleppe (2018), Hearn (2008), LaBelle ir Waldeck (2020).

Ši lentelė rodo, kad nepriklausomo menininko komunikacija funkcionuoja kaip ciklinis modelis, kuriame kūrybos ir viešos raiškos etapai nuolat persidengia. Kiekvienas kūrybinis veiksmas tampa komunikaciniu gestu, o kiekviena reakcija – nauju prasmų kūrimo impulsu.

Bard Kleppe (2018) pažymi, kad menininko veikla visada balansuoja tarp autonomijos ir heteronomijos – tarp kūrybinės laisvės ir išorinių struktūrų, tokių kaip rinka, institucijos ar politinis kontekstas. Autonomijos siekis lemia, kad menininkas vengia priklausomybės nuo institucinių

taisyklių, tačiau privalo palaikyti ryšį su auditorija, kuri suteikia kūrybai viešumą ir prasmę. Ši įtampa tiesiogiai veikia komunikacijos modelį: menininkas turi būti matomas, bet neprarasti autentiškumo; provokuoti, bet neprarasti refleksijos.

Alison Hearn (2008) analizuoja „branded self“ reiškinį, kuriame kūrėjai šiuolaikinėje matomumo ekonomikoje priversti *strategizuoti* savo tapatybę. Socialiniai tinklai leidžia menininkams tiesiogiai bendrauti su auditorija, tačiau kartu kelia riziką – komunikacija ima diktuoti kūrinio turinį. Menininko įvaizdis tampa neatsiejamas nuo jo kūrybos, o viešumas – nuolatinė derybų erdvė tarp autentiškumo ir reprezentacijos.

Šiandien nepriklausomo menininko komunikacija vis labiau įgauna refleksyvaus dialogo pobūdį – kūrinys tampa atvira erdve auditorijos interpretacijoms, o menininko užduotis yra inicijuoti prasmų mainus ir socialinį apmąstymą.

Apibendrinimas. Nepriklausomi menininkai susiduria su dvigubu iššūkiu – išlaikyti kūrybinį autentiškumą ir kartu būti atpažįstami šiuolaikinėje informacijos bei algoritmų kultūroje. Jų komunikacija balansuoja tarp spontaniškumo ir strategijos, rizikos ir atsakomybės, viešumo ir intymumo. Jų komunikacija nuolat balansuoja tarp spontaniškumo ir strategijos, rizikos ir atsakomybės, viešumo ir intymumo: strategija gimsta iš kūrybos, viešumas tampa kūrybinės intencijos tąsa, o auditorijos reakcija – ne grėsmė, o prasmų kūrimo variklius.

1.3.3 Komunikacijos modelių stiprybių ir silpnybių palyginimas

Tiek organizacijų, tiek menininkų komunikacijos modeliai atspindi skirtingas strateginės komunikacijos logikas – planinę ir procesinę. Remiantis LaBelle ir Waldeck (2020) bei Gulbrandsen ir Just (2020), planinė logika orientuota į iš anksto numatytus tikslus, kontrolę ir efektyvumo rodiklius, o procesinė – į nuolat vykstantį prasmų kūrimą ir situacines sąveikas. Meno kontekste šios logikos susikerta: planinis modelis suteikia struktūrą ir aiškumą, o procesinis atveria erdvę dialogui, interpretacijoms ir rizikai, todėl jų privalumai ir ribotumai tampa ypač ryškūs.

Planinis modelis, plačiai taikomas organizacijose, pasižymi aiškia struktūra, nuoseklumu ir matomais rezultatais. Jo stiprybė – gebėjimas užtikrinti kryptingumą, nuolatinį įvaizdžio palaikymą ir reputacinį stabilumą, todėl tokia komunikacija efektyvi, kai siekiama pasitikėjimo ir institucinio patikimumo. Tačiau meno lauke per didelė kontrolė ir formalizavimas gali mažinti kūrybinį lankstumą, o bandymas „valdyti“ auditorijos reakcijas – prieštarauti pačiai meninės komunikacijos prigimčiai, grindžiamai atvira interpretacija ir netikėtais atsakymais.

Procesinis, arba emergentinis modelis, kurį aprašo Gulbrandsen ir Just (2020), išsiskiria lankstumu ir gebėjimu prisitaikyti prie nuolat kintančio konteksto. Jis leidžia įtraukti auditoriją į prasmų kūrimą, skatina dialogą ir suteikia erdvės neapibrėžtumui bei rizikai. Menininko komunikacijoje tai pasireiškia kaip spontaniškas, refleksyvus reagavimas į socialines situacijas – tokios strategijos atveria naujus kūrybinės raiškos būdus, bet kartu gali kelti interpretacinių konfliktų, reputacinių iššūkių ar nevaldomų reakcijų. Kitaip tariant, procesinė komunikacija stiprina kūrybos autentiškumą, bet silpnina jos nuspėjamumą.

Kita svarbi skirtis tarp šių modelių – tikslų ir rezultatų vertinimas. Organizacijų komunikacijoje, kaip pažymi LaBelle ir Waldeck (2020), tikslai dažniausiai apibrėžiami pagal SMART principus – jie turi būti konkretūs, išmatuojami ir pasiekiami. Meno komunikacijoje tokia logika sunkiai taikoma, nes kūrybos vertė dažniausiai yra simbolinė ir socialinė, o jos poveikis pasireiškia per refleksiją, emocinį atsaką ar viešą diskusiją. Todėl menininkų komunikacijos sėkmę galima matuoti ne kiekybiniais rodikliais, o prasmų cirkuliacija ir dialogo intensyvumu, kurį sukuria kūrinys ar meninė akcija.

Apibendrinant galima teigti, kad planinis modelis stiprus savo struktūra ir aiškumu, tačiau ribotas meninėje kūryboje, kur svarbesni yra kontekstas, interpretacija ir atsitiktinumas. Tuo tarpu procesinis modelis atveria galimybę komunikacijai tapti kūrybos dalimi, bet kartu reikalauja didesnio rizikos toleravimo ir komunikacinio sąmoningumo. Šių modelių sąveika leidžia kalbėti apie hibridinį strateginės komunikacijos tipą, būdingą šiuolaikiniam menui – kai planavimas ir spontaniškumas egzistuoja kartu, o komunikacija tampa tiek kūrybinės, tiek socialinės praktikos dalimi.

1.3.3.1 Planinio modelio privalumai ir ribotumai meno kontekste

Planinis strateginės komunikacijos modelis, plačiai taikomas organizacijose, pasižymi aiškia struktūra ir racionalių tikslų siekimo principu. Kaip teigia LaBelle ir Waldeck (2020), komunikacijos planavimas užtikrina kryptingumą, padeda identifikuoti tikslines auditorijas, parinkti tinkamus kanalus ir vertinimo kriterijus. Šis modelis ypač veiksmingas, kai siekiama reputacijos stabilumo, aiškaus įvaizdžio ar ilgalaikės komunikacinės tvarkos. Tokios savybės dažnai yra būtinos kultūros institucijoms, siekiančioms išlaikyti nuoseklumą ir patikimumą.

Vis dėlto, perkėlus šį modelį į meno lauką, išryškėja jo ribotumai. Kūrybinėje komunikacijoje pernelyg griežta planavimo logika gali slopinti spontaniškumą ir kūrybinį

eksperimentavimą. Menininkų komunikacija dažnai nepasiduoda kiekybiniam vertinimui – jos poveikis atsiskleidžia per refleksiją, reakcijas ar diskusijas, o ne iš anksto numatytus rodiklius. Todėl planinis modelis gali būti naudingas kaip gairės – padedantis menininkui apibrėžti savo tapatybę ir kryptį – tačiau jis neturi tapti kūrybinės veiklos varžančiu mechanizmu.

1.3.3.2 Procesinio modelio privalumai ir iššūkiai

Procesinis arba emergentinis komunikacijos modelis, kaip pabrėžia Gulbrandsen ir Just (2021), grindžiamas idėja, kad strategija atsiranda ne prieš veiksmą, o jo metu. Tokiu požiūriu komunikacija suvokiama kaip nuolat kintantis prasmių kūrimo procesas, o ne užbaigtas planas. Šis modelis pasižymi lankstumu, gebėjimu reaguoti į socialinius kontekstus ir auditorijos interpretacijas, todėl yra itin tinkamas kūrybiniam darbui, kuriame neapibrėžtumas ir rizika yra kūrybos dalis.

Procesinis modelis suteikia menininkui laisvę eksperimentuoti, reaguoti į netikėtas situacijas ir įtraukti auditoriją į prasmių kūrimą. Tačiau šis atvirumas turi ir silpnąsias puses – jis gali sukelti komunikacijos neapibrėžtumą, reputacinius iššūkius ar net netikėtą konfliktą su auditorija. Menininkas, veikdamas viešojoje erdvėje, negali iki galo kontroliuoti, kaip jo žinutė bus interpretuojama, todėl procesinis modelis reikalauja didesnio refleksyvumo ir komunikacinės atsakomybės.

1.3.3.3 Hibridinis modelis ir meninės komunikacijos specifika

Analizuojant abiejų modelių taikymą meno kontekste, akivaizdu, kad nė vienas jų nėra pakankamas savarankiškai. Kaip pažymi Kleppe (2018), šiuolaikiniai menininkai veikia tarp kūrybinės autonomijos ir institucinio planavimo logikos, todėl jų komunikacija įgauna hibridinį pobūdį. Panašiai Gulbrandsen ir Just (2020) pabrėžia, kad strategija yra veikimo procese besiformuojanti praktika, kai planas ir veiksmas susilieja į vieną sistemą. Tokia strategija leidžia išlaikyti kūrybinės veiklos kryptingumą, tačiau kartu palieka erdvės spontaniškumui, improvizacijai ir auditorijos sąveikai.

Menininkų komunikacijoje tai reiškia, kad kūrybinė intencija ir viešoji raiška egzistuoja sinchroniškai: kūrinys ir jo pristatymas tampa to paties komunikacinio akto dalimi. Tokiu požiūriu komunikacija nėra uždaras perdavimo modelis, bet atvira interpretacijų sistema, kurioje prasmės gimsta iš sąveikos tarp kūrėjo, kūrinio ir auditorijos. Hibridinis modelis leidžia menininkui

išlaikyti autonomiją, bet kartu sąmoningai dalyvauti viešame diskurse, kuriame žiūrovo reakcija, interpretacija ar net pasipriešinimas tampa kūrinio komunikacinės prasmės dalimi.

Apibendrinant galima teigti, kad komunikacijos modelių raida – nuo planinio prie procesinio ir galiausiai prie hibridinio – atskleidžia esminį šiuolaikinės strateginės komunikacijos pokytį: dėmesys krypta nuo kontrolės prie prasmų kūrimo ir sąveikos. Planinis modelis išlaiko vertę dėl savo struktūros, aiškumo ir reputacinio stabilumo, tačiau meno lauke jis ribotas dėl kūrybos neapibrėžtumo ir spontaniškumo. Procesinis modelis suteikia menininkui lankstumo, leidžia kurti dialogą ir reaguoti į socialinį kontekstą, bet reikalauja didesnio sąmoningumo bei rizikos tolerancijos. Šių dviejų požiūrių sintezė – hibridinis komunikacijos modelis – tampa šiuolaikinio menininko veiklos pagrindu, kai strateginis planavimas ir kūrybinis reagavimas veikia kaip vienas procesas.

Ši teorinė sintezė sudaro pagrindą tolesniam žingsniui – provokuojančio meno komunikacijos strategijos modelio kūrimui, kuris leis konceptualizuoti menininko veiksmus kaip nuoseklų, procesinį ir refleksinį prasmų kūrimo ciklą.

1.4 Provokuojančių meno kūrinių komunikacijos strategijos modelis

1.4.1 Modelio kūrimo prielaidos ir teoriniai principai

Provokuojančio meno komunikacijos strategijos modelio kūrimas grindžiamas prielaida, kad menas šiuolaikinėje visuomenėje veikia ne tik kaip estetinės raiškos forma, bet ir kaip aktyvus komunikacijos procesas. Pasak Richardo Eldridge'o (2012, p. 247), meno vertė slypi ne moralinių dilemų sprendime, o jų išgryninime ir refleksijoje: kūrinys tampa priemone įvardyti emocinius bei etinius prieštaravimus, o žiūrovo patirtis virsta aktyviu mąstymo procesu. Provokuojantis menas, sukeldamas diskusiją ir diskomfortą, atlieka aiškinamąją ir komunikacinę funkciją – skatina sąmoningą reakciją ir dialogą tarp kūrėjo ir auditorijos. Tokiu būdu kūrinys įgyja socialinio veiksmingumo dimensiją: jis ne tik perteikia pranešimą, bet ir inicijuoja viešą dialogą, konfliktą ar refleksiją, o menininko veikla gali būti analizuojama per komunikacijos teorijų prizmę kaip specifinis strateginės komunikacijos atvejis, kuriame kūrybinis veiksmas sutampa su komunikaciniu.

Šiame modelyje kontroversija traktuojama kaip komunikacijos rezultatas, kuris turi aiškius slenksčius: tai ne pavienės kritikos apraiškos, o intensyvus, kolektyviai artikuliuotas nepritarimas, lydimas spartaus informacijos sklidimo ir politinės poliarizacijos rizikos. Tokia skirtis tarp

„kritikos“ ir „kontroversijos/krizės“ yra rekomenduojama meno sektoriaus gairėse, kuri pritaikoma individualaus menininko atvejui, ir padeda nuspręsti, kada pereiti prie aktyvaus reagavimo režimo.

Stuart Hall (1980) kodavimo ir dekodavimo modelis pabrėžia, kad komunikacijos reikšmės nėra perduodamos tiesiogiai, o kuriamos per interpretacijos procese: auditorijos suvokimas priklauso nuo kultūrinių kodų, socialinių patirčių ir vertybinių nuostatų, todėl menininko intencija visada susiduria su galimų interpretacijų įvairove. Johnas Fiske (1990) šį požiūrį išplečia, teigdamas, kad komunikacijos veiksmingumas priklauso ne nuo pranešimo aiškumo, o nuo pertekliaus – nuo prasmų ir ženklų gausos, kuri leidžia auditorijai aktyviai dalyvauti prasmų kūrime.

Šiuolaikinėje strateginės komunikacijos teorijoje (Gulbrandsen, Just, 2020; LaBelle, Waldeck, 2020) vis dažniau pabrėžiama, kad komunikacija yra procesinis ir emergentinis (veikimo metu besiformuojantis) reiškinys – strategijos formuojasi ne iš anksto, o veikimo metu. Šis požiūris leidžia meną suvokti kaip atvirą sistemą, kurioje kūrybinis veiksmas nuolat generuoja naujas prasmes ir reakcijas. Toks procesinis modelis ypač artimas meninės komunikacijos logikai: kūrėjas planuoja tam tikrą estetinį ar socialinį poveikį, tačiau tikroji komunikacijos trajektorija išsiskleidžia per auditorijos reakcijas ir viešą interpretaciją.

Kita svarbi teorinė ašis – meno autonomijos ir heteronomijos sąveika, aptarta Bard Kleppe (2018) darbuose. Menininkas, siekdamas išlaikyti kūrybinę laisvę, kartu turi derintis prie viešosios erdvės taisyklių, rinkos logikos ir socialinių lūkesčių. Ši įtampa tarp saviraiškos ir konteksto tiesiogiai veikia jo komunikaciją: kiekvienas kūrinys tampa derybų lauku tarp kūrėjo intencijos ir auditorijos suvokimo. Papildomą dimensiją suteikia Alison Hearn (2008) tyrimai apie self-branding, kurie atskleidžia, kad šiuolaikinis menininkas veikia matomumo kultūroje – jo viešoji komunikacija ir įvaizdis tampa tapatybės dalimi. Todėl komunikacijos modelyje būtina įtraukti ne tik kūrinį kaip pranešimą, bet ir patį menininką kaip komunikacinį veikėją, sąmoningai formuojantį santykį su auditorija.

Apibendrinant galima teigti, kad provokuojančio meno komunikacijos modelis turi apjungti trijų lygmenų teorinius pagrindus:

1. Klasikinę komunikacijos struktūrą (Shannon, Weaver, 1949) – ji suteikia loginį procesinį karkasą;

2. Kultūrinio dekodavimo ir prasmų kūrimo teorijas (Hall, 1980; Fiske, 1990) – jos paaiškina auditorijos vaidmenį;
3. Šiuolaikinės strateginės komunikacijos sampratas (Gulbrandsen, Just, 2020; LaBelle, Waldeck, 2020) – jos leidžia matyti menininko komunikaciją kaip atvirą, kontekstualų procesą.

Šių teorijų sintezė sudaro pagrindą tolesniam modelio kūrimui, kuriame klasikiniai komunikacijos principai persipina su kultūrinėmis ir procesinėmis prasmės kūrimo dimensijomis. Toks teorinis karkasas leidžia analizuoti ne tik kūrybinės komunikacijos eigą, bet ir jos ribines situacijas – kai prasmų konfliktas išauga iki kontroversijos. Pastaroji šiame kontekste traktuojama ne kaip nukrypimas, o kaip natūrali provokuojančio meno komunikacijos fazė, atskleidžianti auditorijos įsitraukimo intensyvumą.

1.4.2 Provokuojančio meno komunikacijos modelio struktūra ir vizualizacijos principai

Remiantis aptartais teoriniais principais, provokuojančio meno komunikacijos modelis formuojamas kaip atvira, procesinė ir daugiasluoksnė sistema, kurioje menininko kūrybinis veiksmas tampa komunikacijos pradžia, o auditorijos reakcijos – jos tęsia. Modelio esmė – parodyti, kaip meninė intencija transformuojasi į prasminį procesą, kuriame susilieja estetinis, komunikacinis, socialinis ir vadybinis lygmuo, o reakcijos intensyvumas lemia, ar meninė komunikacija peržengia į kontroversiją.

Klasikinis Claude'o Shannon'o ir Warreno Weaver'io (1949) komunikacijos modelis suteikia loginį karkasą, tačiau meno komunikacijos atveju jo elementai įgauna naują, daugiareikšmį pobūdį. Šiame modelyje siuntėjas tampa menininku, kuris inicijuoja pranešimą ne tik informacine, bet ir emocine ar vertybine forma. Pranešimas materializuojasi per kūrinį – vizualinį, performatyvų ar konceptualų objektą, turintį estetinę struktūrą ir simbolinį turinį.

Estetinis lygmuo apima menininko intenciją ir kūrinį – šioje fazėje gimsta pradinė žinutė bei jos meninė forma.

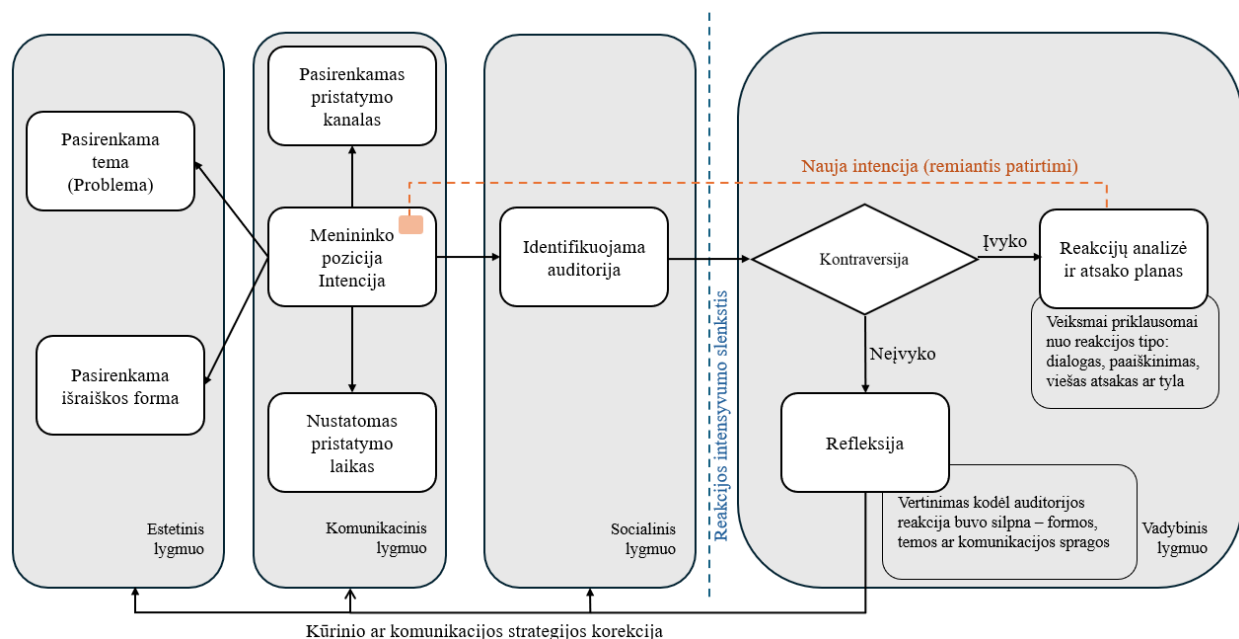
Komunikacinis lygmuo apima kūrinio sklaidą per įvairius kanalus (žiniasklaidą, parodas, socialinius tinklus) ir triukšmo veiksnius – kultūrinius, moralinius ar politinius barjerus, kurie gali keisti kūrinio interpretaciją. Provokuojančiame mene triukšmas nėra kliūtis, bet prasmų kūrimo dalis, nes refleksija gimsta per prieštarą ir konfliktą.

Socialinis lygmuo apima auditorijos reakcijas, kurios transformuoja kūrinio prasmę ir grąžina ją į viešą diskursą; auditorija čia veikia kaip aktyvus prasių bendraautoris.

Vadybiniame lygmenyje meninė komunikacija peržengia kūrybinį ciklą ir tampa sąmoninga sprendimų sistema. Remiantis auditorijos reakcijų intensyvumu ir pobūdžiu, čia formuluojami komunikacijos tikslai, konkretūs uždaviniai ir pasirenkamos priemonės – vieši paaiškinimai, dialogo formos, partnerystės, krizinė komunikacija ar sąmoninga tylą. Taip vadybinis lygmuo sujungia refleksiją ir veiksmą, leidžia valdyti reputacinę riziką ir kryptingai koreguoti tolesnę kūrinio komunikacijos strategiją.

Modelyje taip pat įtrauktas **reakcijos intensyvumo slenkstis**, kuris žymi momentą, kai auditorijos atsakas tampa pakankamai stiprus, kad sukurtų kontroversiją. Tokiu atveju menininkas pereina į reakcijų analizės ir atsako planavimo fazę, kurioje sprendžiama, kokie veiksmai tinkamiausi – viešas paaiškinimas, dialogas, tylą ar naujos meninės intencijos formavimas. Jei kontroversija neįvyksta, procesas pereina į refleksijos fazę, leidžiančią įvertinti kūrinio temą, išraišką ar komunikacijos spragas ir koreguoti tolesnę strategiją.

Tokia struktūra parodo, kad provokuojantis menas veikia kaip ciklinė komunikacijos ir sprendimų sistema – nuo kūrybinės intencijos iki reakcijų vertinimo ir naujo kūrybinio impulso. Tai ne tik estetiškos raiškos, bet ir strateginės komunikacijos procesas, jungiantis menininko kūrybą, auditorijos sąveiką ir viešą diskursą.



6 pav. Provokuojančio meno komunikacijos proceso modelis

6 pav. schematiškai parodo šį ciklą: estetiniame lygmenyje pasirenkama tema ir išraiška, komunikaciniame – kanalas ir laikas, socialiniame – formuojasi auditorijos reakcijos, o vadybiniame lygmenyje jos analizuojamos ir pasirenkama atsako kryptis. Reakcijos intensyvumo slenkstis žymi perėjimą nuo įprastos refleksijos prie kontroversijos, o grįžtamasis ryšys į menininko intenciją rodo, kad kiekvienas įvykis tampa prielaida naujam kūrybiniam ir komunikaciniam ciklui.

1.4.3 Modelio funkcionavimo ir taikymo prielaidos

Aptartas provokuojančio meno komunikacijos modelis, grindžiamas keturių lygmenų struktūra – estetiniu, komunikaciniu, socialiniu ir vadybiniu – leidžia išryškinti sąlygas, nuo kurių priklauso jo veikimas praktikoje. Šios sąlygos lemia, ar menininko komunikacija išlieka refleksinė, ar peržengia į kontroversijos fazę ir reikalauja strateginių sprendimų.

Pirmoji modelio funkcionavimo prielaida – meninės intencijos sąmoningumas. Net spontaniška provokacija kyla iš reflektuotos kūrybinės nuostatos, todėl menininko gebėjimas matyti kūrinių kaip komunikacinį veiksmažodį tampa kertiniu elementu tiek planuojant, tiek reaguojant. Sąmoningai formuluojama pozicija padeda numatyti galimus jautrumo taškus ir iš anksto įtraukti auditoriją į prasmės derybas, o ne tik reaguoti *post factum*.

Antroji prielaida susijusi su auditorijos aktyvumu ir įtrauktimi. Remiantis aptartomis kodavimo ir dekodavimo teorijomis (Hall, 1980; Fiske, 1990), komunikacijos reikšmė ne perduodama, o sukurama sąveikoje tarp siuntėjo ir gavėjo. Provokuojančio meno poveikis pasireiškia tik tada, kai žiūrovas peržengia pasyvumo ribą ir įsitraukia į diskusiją, ginčą ar emocinį atsaką – tuomet auditorija tampa bendraautore, o provokacija – prasmės kūrimo mechanizmu.

Trečioji prielaida – viešosios erdvės atvirumas ir dialogo galimybė. Provokuojantis menas veikia tik tuomet, kai visuomenė turi sąlygas priimti skirtingas nuomones, toleruoti prieštaravimus ir diskusijas. Chantal Mouffe (2013) „agonistinės viešosios erdvės“ samprata pabrėžia, kad demokratinis dialogas grindžiamas ne sutarimu, o įtampos pripažinimu. Lietuvos kultūros kontekste tai reiškia, kad moralinės ar politinės reakcijas sukeliantys kūriniai nėra „klaida“, o socialinio poveikio sąlyga, atskleidžianti meno komunikacinį potencialą.

Ketvirtoji modelio funkcionavimo prielaida – medijų tarpininkavimo reikšmė. Šiuolaikinėje matomumo kultūroje (Hearn, 2008) komunikacija vyksta ne tik tarp menininko ir žiūrovo, bet ir per skaitmeninius bei žiniasklaidos kanalus, kurie formuoja interpretacijų lauką.

Medijos gali sustiprinti, iškreipti ar eskaluoti žinutę, todėl modelis numato, kad kiekviena provokacija potencialiai yra ir medijų įvykis, kurį būtina vertinti planuojant ir valdant reakcijas.

Penktoji prielaida – refleksijos ir tęstinumo svarba. Provokuojančio meno komunikacija nesibaigia auditorijos reakcija – ji tęsiasi per diskusijas, medijų interpretacijas, antrinius kūrinius ar menininko tolesnius veiksmus. Kaip rodo procesinis komunikacijos modelis (Gulbrandsen, Just, 2020), kiekviena reakcija tampa naujo strateginio ciklo dalimi. Refleksija leidžia menininkui įvertinti savo komunikacijos poveikį ir sąmoningai formuoti naujas kūrybines strategijas, taip užtikrinant modelio tvarumą ir nuolatinį atsinaujinimą.

Šios penkios prielaidos leidžia suprasti provokuojančio meno komunikaciją kaip atvirą, daugiapakopę sistemą, paremtą ne kontrolės, o sąveikos logika. Taikant modelį Lietuvos kontekste, jis tampa teoriniu įrankiu menininkams ir kultūros institucijoms: padeda reflektuoti meninių akcijų planavimą, numatyti galimas auditorijos interpretacijas, vertinti viešą diskursą ir laiku atpažinti reakcijų eskalacijas.

Remiantis šiomis prielaidomis, kitas skyrius apibrėžia sprendimų logiką – „jei–tada“ gaires, padedančias menininkui pasirinkti veiksmų strategiją, kai komunikacijos procesas peržengia į kontroversiją.

1.4.4 Kontroversijų valdymo sprendimų gairės (*jei-tada*)

Provokuojančio meno komunikacijos modelyje svarbi vieta tenka sprendimų momentui, kai auditorijos reakcija peržengia vidinės refleksijos ribas ir įgauna kontroversijos bruožų. Tokiais atvejais menininkui svarbu reaguoti ne impulsyviai, o remiantis tikslingai pasirinktomis strateginėmis taisyklėmis. Šiame poskyryje pirmiausia apibrėžiami auditorijos reakcijų intensyvumo indikatoriai, o tuomet pateikiamos „if–then“ (jei–tada) taisyklės, adaptuotos iš kultūros organizacijų (NASAA, 2017) ir menininkų apsaugos tinklų (Freemuse, Artists at Risk) gairių, pritaikant jas individualaus kūrėjo veiklos kontekstui.

Auditorijos reakcijų intensyvumas šiame modelyje vertinamas ne absoliučiomis normomis, o lyginant su įprastu menininko komunikacijos „fonu“. Todėl indikatoriai suprantami kaip santykiniai rodikliai, atspindintys pokytį, o ne fiksuotą skaičių – svarbu ne konkretus komentarų ar publikacijų kiekis, bet tai, kiek kartų jis viršija kasdienę komunikaciją ir kokio pobūdžio yra pats atsakas (Gulbrandsen ir Just, 2020).

Toks santykinis vertinimas atitinka strateginės komunikacijos kaip plano ir proceso sampratą, kurioje rodikliai apibrėžiami konkretaus organizacijos konteksto pagrindu, o ne pagal universalias normas (Gulbrandsen ir Just, 2020).

Praktiškai skiriamos keturios pagrindinės indikatorių grupės:

1. **žiniasklaidos apimtis** – publikacijų skaičius ir jų lygis (vietinės, nacionalinės, tarptautinės medijos, rubrikos pobūdis);
2. **reakcijų socialiniuose tinkluose intensyvumas** – pasiekiamumo ir įsitraukimo dydis lyginant su įprastais menininko įrašais, naujų diskusijų ar „*hashtagų*“ atsiradimas;
3. **reakcijos tonas** – pozityvių, neutralių ir neigiamų reakcijų santykis, boikoto, cenzūros ar „atšaukimo“ retorikos pasirodymas;
4. **elgesio ir rizikos indikatoriai** – oficialūs skundai, peticijos, politiniai pareiškimai, raginimai atšaukti renginį, grasinimai, cenzūros ar teisinių veiksmų iniciavimas.

Remiantis šiomis indikatorių grupėmis, 1 priede pateikiamos kontroversijų valdymo sprendimų gairės „jei-tada“, kuriose suformuluotos penkios tipinės situacijos ir joms pritaikytos strateginės reakcijos. Iškiriamos šios situacijos:

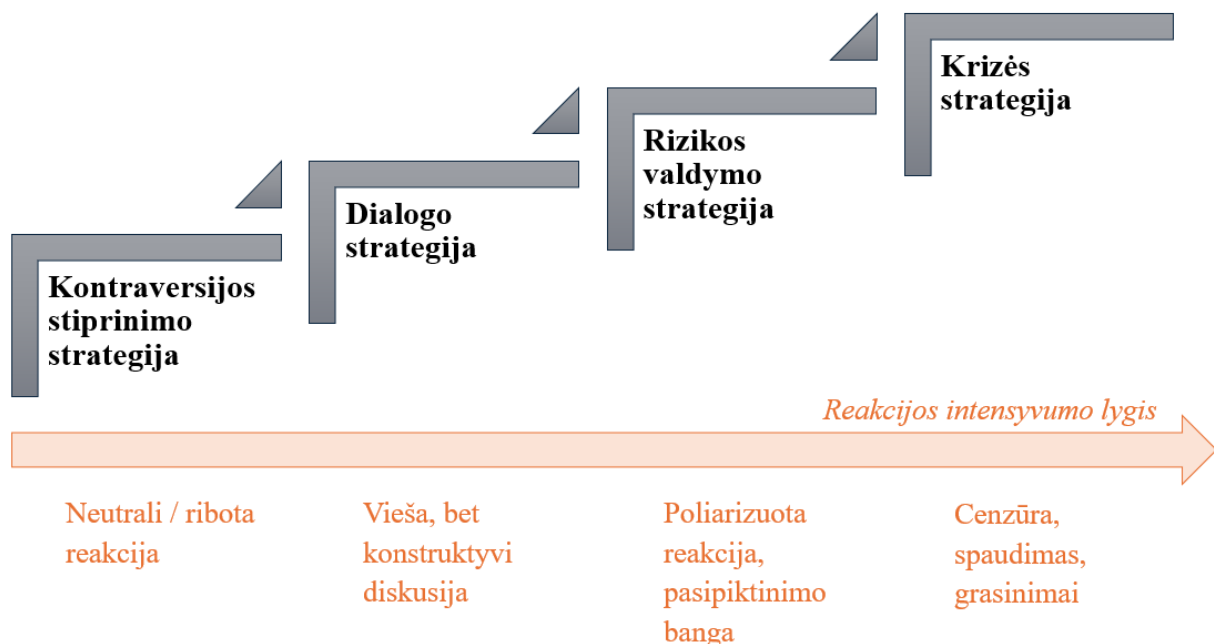
1. **Neutrali arba ribota reakcija.** Šiuo atveju menininko uždavinys – įsivertinti, ar provokuojantis kūrinys apskritai pasiekė numatytą auditoriją ir ar sukėlė bent minimalų diskusijos judesį, neeskaluojant konflikto. Strategija orientuota į vidinę refleksiją ir duomenų analizę: peržiūrimi žiniasklaidos paminėjimai, socialinių tinklų pasiekiamumas, pagal tai sprendžiama, ar būtina papildoma aiškinamoji komunikacija (pvz., kuratoriaus tekstas, interviu). Sėkmės kriterijus – antrojo komunikacijos etapo metu išaugantis pasiekiamumas ir intensyvesnės reakcijos, išlaikant žemą neigiamų komentarų lygį ir neperžengiant į poliarizuotą konfliktą.
2. **Vieša, bet konstruktyvi diskusija.** Kai žiniasklaidos ir socialinių tinklų dėmesys aiškiai padidėja, tačiau reakcijų tonas išlieka mišrus (yra teigiamų ir neigiamų), pagrindinis tikslas – palaikyti ir nukreipti dialogą į kūrinio intenciją, suteikti daugiau konteksto. Menininkas ir jo partneriai čia įsitraukia kaip vienas iš argumentuojančių balsų: aiškina intencijas, kūrinio kontekstą ir tikslus, dalyvauja diskusijų renginiuose, viešuose pokalbiuose. Siektinas rezultatas – diskusijos tonas išlieka konstruktyvus (dominuoja pozityvios ir neutralios reakcijos), o viešojoje erdvėje daugėja nuorodų į argumentus ir kontekstą, o ne į asmens puolimą ar raginimus atšaukti projektą.

3. **Poliarizuota, pasipiktinimą ir politinės interpretacijas kelianti reakcija.** Kai žiniasklaidos dėmesys ir socialinių tinklų įsitraukimas kelis kartus viršija įprastą lygį, o neigiamų ir pykčio reakcijų dalis tampa dominuojanti, situacija pereina į reputacinės ir veiklos rizikos zoną. Strateginis tikslas – suvaldyti riziką ir diskusiją perkelti iš asmens lygmens į idėjų, vertybių ir politikos lygmenį. Šiame etape svarbu identifikuoti pagrindines suinteresuotąsias grupes (kritikus, rėmėjus, institucijas), apibendrinti jų argumentus, apsispręsti dėl komunikacijos pozicijos (aiškinimas, atsiprašymas, meninės laisvės gynimas ir pan.) ir suderinti vaidmenis komandoje. Priemonės – nuoseklus reakcijų monitoringo procesas, faktinis pozicijos pareiškimas, tiksliniai interviu ir dalyvavimas diskusijose vengiant konfrontacinio tono. Sėkme laikoma situacija, kai asmeninių atakų ir neapykantą kurstančių komentarų dalis mažėja, diskusija žiniasklaidoje perorientuojama į argumentų, o ne emocinio puolimo lygmenį ir pavyksta išvengti neigiamų padarinių (projekto atšaukimo, rėmėjų praradimo ir kt.).
4. **Krizė, susijusi su cenzūra, spaudimu ar grasinimais.** Kai atsiranda oficialūs sprendimai riboti kūrinio sklaidą, menininkui adresuojami tiesioginiai grasinimai, įsitraukia teisėsauga ar politinės struktūros, strategijos fokusas persikelia į saugumą ir teisinę apsaugą. Pagrindinis tikslas – užtikrinti menininko fizinį ir psichologinį saugumą, kartu ginant meninę laisvę. Šiame lygyje rekomenduojama sistemingai dokumentuoti incidentus, kreiptis į teisininkus, menininkų teisių ir žmogaus teisių organizacijas, susitarti dėl krizinio komunikacijos plano ir saugumo procedūrų (renginių, komentarų moderavimo ir pan.). Sėkmės indikatoriai – grasinimų ir spaudimo sumažėjimas, aiškiai suformuota ir plačiai iškomunikuota vieša meninės laisvės gynimo pozicija.
5. **Reakcijų deeskalacija, kai kontroversija palaipsniui išsikvepia.** Kai publikacijų ir komentarų skaičius grįžta į įprastą lygį, o teisiniai ir instituciniai procesai užbaigiami, atsiveria erdvė refleksijai. Šio etapo strateginis tikslas – paversti išgyventą kontroversiją mokymosi procesu ir integruoti patirtį į ilgalaikę komunikacijos bei rizikos valdymo praktiką. Rekomenduojama sistemingai apibendrinti, kas suveikė ir kas ne kiekvienoje reakcijos fazėje, atnaujinti komunikacijos ir saugumo procedūras, įtraukti patikimų kolegų ar mentorių grįžtamąjį ryšį. Sėkmę rodo tai, kad vėlesnėse panašiose situacijose menininkas reaguoja nuosekliau ir ramiau: turi aiškų asmeninį

veiksmų planą, greičiau pereina nuo emocinės reakcijos prie apgalvotos komunikacijos, o naujos kontroversijos rečiau perauga į destruktivią krizę ir dažniau virsta valdomomis, konstruktyviomis diskusijomis.

Tokiu būdu 1 priede pateikiamos gairės ne tik apibrėžia penkis reakcijų intensyvumo lygius, bet ir kiekvienam jų priskiria aiškius strateginius tikslus, uždavinius, priemones ir sėkmės kriterijus. Dėl to modelis įgauna ryškų vadybinį matmenį ir gali būti naudojamas kaip praktinis kontroversijų valdymo įrankis, padedantis menininkams planuoti veiksmus nuo neutralios reakcijos iki krizės ir deeskalacijos etapų.

Apibendrinant, šios sprendimų gairės leidžia išskirti keturias pagrindines provokuojančio meno komunikacijos strategijas – **kontroversijos stiprinimo, dialogo, rizikos valdymo ir krizės**, kurios pavaizduotos 7 pav. kaip komunikacijos strategijų eskalacijos laiptai. Strategijos išsidėsto nuoseklioje sekoje pagal auditorijos reakcijos intensyvumą – nuo neutralios ar ribotos reakcijos iki cenzūros ir grasinimų situacijų – ir susieja estetinį, komunikacinį, socialinį ir vadybinį modelio lygmenis į vientisą sprendimų rėmą, kuriuo remiamasi tolesnėje empirinėje analizėje.



7 pav. Provokuojančio meno komunikacijos strategijų tipai pagal kontroversijos eskalacijos lygį

2. PROVOKUOJANČIO MENO KŪRINIŲ KOMUNIKACIJOS STRATEGIJOS EMPIRINIS TYRIMAS

2.1 Tyrimo metodologija

Tyrimo klausimas – kaip Lietuvos menininkai planuoja ir įgyvendina provokuojančių meno kūrinių komunikacijos strategiją?

Tyrimo objektas – provokuojančių Lietuvos menininkų kūrinių komunikacijos strategija.

Tyrimo tikslas - empiriškai patikrinti provokuojančių meno kūrinių komunikacijos teorinio strategijos modelio tinkamumą Lietuvos kontekstui.

Tyrimo uždaviniai

1. Atrinkti Lietuvos kontekste vykusias provokuojančių meno kūrinių kontroversijas, atspindinčias skirtingus reakcijų eskalacijos lygius.
2. Išanalizuoti menininkų patirtis ir sprendimus, planuojant ir įgyvendinant provokuojančių meno kūrinių komunikaciją bei valdant auditorijų reakcijas ir kontroversijas.
3. Patikslinti teorinį provokuojančio meno kūrinių komunikacijos strategijos modelį, remiantis tyrimo rezultatais.

Tyrimo pobūdis

Siekiant ištirti provokuojančių meno kūrinių komunikacijos strategijos modelį Lietuvos meno kontekste, pasirinktas kokybinis tyrimas, orientuotas į dalyvių patirčių ir prasmų analizę socialiniame ir kultūriniame kontekste (Žydžiūnaitė, Sabaliauskas, 2017; Gaižauskaitė, Valavičienė, 2016).

Tyrimo strategija

Tyrimo strategijai pasirinkta kolektyvinė instrumentinė atvejų analizė. Šis pasirinkimas grindžiamas tyrimo tikslu – patikrinti ir pritaikyti sukurtą provokuojančio meno komunikacijos proceso modelį ir kontroversijų valdymo sprendimų gaires praktikoje. Čia siekiama tirti kelis skirtingus provokuojančio meno atvejus, kuriuose provokacija ir kontroversija pasireiškia skirtingomis formomis. Tokia strategija leidžia naudoti atvejus kaip „instrumentus“ teoriniam modeliui tikrinti ir lyginti, kaip jis veikia skirtinguose kontekstuose.

Instrumentinė atvejų analizė orientuota ne tiek į pačių atvejų unikalumo rekonstrukciją, kiek į komunikacijos valdymo aspektą – meninių intencijų, kūrinio formos, pasirinktų

komunikacijos kanalų, auditorijos reakcijų intensyvumo ir rizikos lygio sąveiką. Analizė leidžia atskleisti, kokias komunikacijos strategijas menininkai taiko kilus kontroversijai, kaip jos atitinka modelyje numatytas kontroversijos stiprinimo, dialogo, rizikos valdymo ir krizės strategijas ir kokių mastu padeda valdyti auditorijos reakcijas.

Tiriamieji atvejai

Tiriamieji atvejai šiame tyrime parenkami taikant tikslingą atranką, orientuotą į provokuojančio meno ir viešų kontroversijų situacijas. Kokybiniuose tyimuose tikslinga atranka rekomenduojama kaip būdas tikslingai rinktis informaciniu požiūriu turtingus atvejus, kurie geriausiai atitinka tyrimo tikslus ir klausimus (Žydzūnaitė, Sabaliauskas, 2017; Gaižauskaitė, Valavičienė, 2016). Kadangi tyrimo tikslas – patikrinti sukurtą provokuojančio meno komunikacijos proceso modelį ir kontroversijų valdymo sprendimų gaires, atvejai renkami ne atsitiktinai, o taip, kad atspindėtų skirtingas provokacijos ir auditorijos reakcijų konfigūracijas. Praktiniu lygmeniu atrankos laukas apėmė viešai nuskambėjusias meno kontroversijas Lietuvoje per pastarąjį penkmetį, tačiau detaliam analizuojami trys 2025 m. atvejai, ryškiausiai iliustruojantys skirtingus reakcijų eskalacijos lygius.

Atrankai keliami šie pagrindiniai kriterijai, atitinkantys kokybiniam tyrimams būdingą aiškų imties formavimo ir atrankos kriterijų apibrėžimą (Žydzūnaitė, Sabaliauskas, 2017):

1. kūrinys yra vizualusis menas (skulptūra, instaliacija ar pan.);
2. jo sklaida sukėlė ryškesnes viešas reakcijas – žiniasklaidos dėmesį, diskusijas socialiniuose tinkluose, institucinį ar politinį atgarsį;
3. atvejo kontekste galima identifikuoti menininko arba jo aplinkos komunikacijos sprendimus kontroversijos metu (viešus paaiškinimus, pozicijos pareiškimus, dalyvavimą diskusijose ir pan.);
4. atvejis leidžia analizuoti bent dalį teoriniame modelyje išskirtų strategijų – kontroversijos stiprinimo, dialogo, rizikos valdymo ar krizės.

Remiantis šiais kriterijais, tyrime nagrinėjami trys provokuojančio meno atvejai: Martyno Gaubo skulptūra „Chuilas“, Dano Aleksos kūrinys „Danas Aleksa“ ir Mykolo Saukos skulptūra „Liudytoja“. Jie skiriasi provokacijos intencijos aiškumu, auditorijos reakcijų dinamika ir eskalacijos lygiu. Vieni jų reprezentuoja tikslingai planuotą ir pavykusią laikomą provokaciją, kiti – kontroversiją, kurios menininkas iš anksto nesiekė, o dar kiti – provokaciją, įrėmintą kultūrinio

protesto ir politizuotos viešos diskusijos kontekste. Tokia atvejų įvairovė atitinka orientuotos kokybinės turinio analizės logiką, kai palyginimui parenkami skirtingus modelio aspektus atskleidžiantys atvejai ir siekiama ne statistinio reprezentatyvumo, o įvairovės bei gylio (Mayring, 2014; Schreier, 2012).

Kiekvienas atvejis šiame tyrime suprantamas kaip konkretaus kūrinio ir jo viešos komunikacijos situacija, o ne kaip visas menininko kūrybinis kelias. Toks „atvejo“ apibrėžimas dera su kokybinės turinio analizės principu aiškiai apibrėžti analizės vienetus ir jų kontekstą (Mayring, 2000; Schreier, 2012). Išsamus meninės raiškos, stilistikos ar ikonografijos nagrinėjimas šiame darbe nėra pagrindinis tikslas – kūrinio analizė pasitelkiama tiek, kiek būtina suprasti komunikacijos kontekstą, menininko intencijas ir auditorijos reakcijų prielaidas.

Duomenų rinkimo metodai

Tyrimui duomenys buvo renkami dviem metodais – dokumentų analize ir pusiau struktūruotu interviu. Dokumentų analizė pasitelkiama kaip vienas iš kokybinio tyrimo metodų, leidžiančių sistemingai nagrinėti tekstinius ir vizualinius dokumentus bei rekonstruoti nagrinėjamų provokuojančių meno kūrinių komunikacijos eigą ir viešą priėmimą (Mayring, 2000; 2014; Schreier, 2012; Žydzūnaitė, Sabaliauskas, 2017). Analizė atliekama remiantis keliomis aiškiai apibrėžtomis dokumentų grupėmis:

- menininko vieši interviu ir pasisakymai žiniasklaidoje (spaudos, interneto portalų, radijo, televizijos, tinklalaidžių interviu, autoriniai tekstai);
- meno kritikų, kuratorių ir kultūros žurnalistų straipsniai bei recenzijos apie nagrinėjamus kūrinius;
- bendrojo pobūdžio informaciniai straipsniai ir naujienų pranešimai naujienų portaluose ir kitose žiniasklaidos priemonėse;
- institucijų oficialūs dokumentai ir pasisakymai (savivaldybių, užsakovų, rėmėjų, muziejų ar kitų organizacijų pranešimai, komentarai, sprendimai);
- publikos komentarai naujienų portaluose po straipsniais apie nagrinėjamus kūrinius;
- socialinių tinklų įrašai ir komentarai – menininko, žiniasklaidos priemonių ir kitų vartotojų paskyrose publikuoti įrašai, reakcijos, memai.

Analizuojant šiuos dokumentus sistemingai fiksuojami ne tik pagrindiniai provokacijos elementai (menininko intencija, pasirenkami komunikacijos kanalai, dominuojantys naratyvai),

bet ir medijų sklaidos mastas: ar kūrinys aptariamas vietiniu ar nacionaliniu lygmeniu, ar pasiekia tarptautinę žiniasklaidą, kokie medijų tipai įsitraukia (spauda, naujienų portalai, televizija, radijas, socialiniai tinklai), kiek apytikriai publikacijų ir paminėjimų atsiranda viešojoje erdvėje. Tai leidžia įvertinti, kokio masto viešą diskusiją sukelia atskiri kūriniai ir kaip sklaidos apimtis susijusi su provokacijos bei meninės kontroversijos intensyvumu.

Pusiau struktūruotas interviu taikomas siekiant gauti gilesnių įžvalgų apie menininko intencijas, patirtis ir refleksijas, susijusias su provokuojančių meno kūrinių kūrimu, komunikacija ir reakcijų valdymu. Kokybinio interviu literatūroje pabrėžiama, kad pusiau struktūruotas interviu planas padeda išlaikyti teminį nuoseklumą, kartu paliekant erdvės dalyvio prasmų plėtojimui ir naujų temų iškilimui (Gaižauskaitė, Valavičienė, 2016; Žydzūnaitė, Sabaliauskas, 2017). Interviu su menininku leidžia atskleisti, kaip jis pats apibrėžia provokaciją, kokius tikslus kelia planuodamas viešąsias intervencijas, kokius kanalus ir auditorijas renka, kaip suvokia ir vertina kilusias kontroversijas bei žiniasklaidos dėmesį ir kaip šios patirtys veikia tolesnių darbų ir komunikacijos strategijų formavimą.

Duomenų rinkimo instrumentai

Šiame tyrime duomenims rinkti naudojami du pagrindiniai instrumentai:

1. dokumentų analizės kodavimo matrica, skirta provokuojančių meno kūrinių komunikacijos aspektams sistemingai fiksuoti, ir
2. pusiau struktūruoto interviu gairės, padedančios nuosekliai vesti interviu su menininku ir užtikrinti teminį gylį.

Kokybinėje turinio analizėje pagrindinis tyrimo instrumentas yra kategorijų sistema ir kodavimo schema, kuri apibrėžia, kokiais aspektais bus nagrinėjami tekstai ir kiti dokumentai (Mayring, 2000; 2014; Schreier, 2012). Mayring pabrėžia, kad kokybinė turinio analizė yra sisteminga, taisyklėmis paremta procedūra, kurioje analizė vykdoma žingsnis po žingsnio, iš anksto apibrėžiant analizės vienetų ir kategorijų, o teksto interpretacija vykdoma remiantis aiškiai suformuluotomis kodavimo taisyklėmis bei kodavimo planu – lentele, kurioje pateikiami kategorijų apibrėžimai, pavyzdžiai ir taisyklės. Schreier, plėtodama kokybinės turinio analizės praktiką, taip pat akcentuoja kodavimo rėmą (*coding frame*) sudarymą ir jo taikymą visai empirinei medžiagai, siekiant užtikrinti nuoseklų ir palyginamą duomenų apdorojimą.

Kokybinė turinio analizė yra lanksti, o kodavimo sistema turi derėti su empiriniais duomenimis: įprastai derinamos iš teorijos kylančios ir iš medžiagos indukciškai išvedamos kategorijos, o kategorijų sistema formuojama taip, kad būtų galima prasmingai struktūruoti ir lyginti atskirus atvejus (Žydzūnaitė, Sabaliauskas, 2017). Remiantis šiomis nuostatomis, šiame tyrime dokumentų analizės instrumentu tapo specialiai sudaryta provokuojančių meno kūrinių kodavimo matrica, kurioje kiekvienas nagrinėjamas kūrinys aprašomas pagal tas pačias teoriniu modeliu ir tyrimo klausimais grįstas kategorijas.

Kodavimo matrica (6 lentelė) sudaryta taip, kad vienoje vietoje būtų sistemingai fiksuojami pagrindiniai provokuojančio kūrinio komunikacijos aspektai: kontekstas, intencija, komunikacijos kanalai, medijų sklaidos mastas, auditorijos ir institucijų reakcijos, menininko atsakas ir refleksija. Tokia lentelė veikia ir kaip kategorijų taikymo priemonė, ir kaip duomenų suvestinė, leidžianti palyginti skirtingus atvejus pagal tuos pačius kriterijus.

6 lentelė

Provokuojančių meno kūrinių dokumentų analizės kodavimo matrica

Kintamasis / laukas	Turinys / ką fiksuoti
Kūrinio kodas	Vidinis tyrimo kodas (pvz., A1, A2, A3), patogus cituojant ir lyginant atvejus.
Kūrinio pavadinimas	Oficialus kūrinio pavadinimas
Metai ir vieta	Įgyvendinimo metai, miestas, konkreti erdvė (galerija, aikštė, viešoji erdvė ir pan.).
Trumpas aprašas	2–3 sakinių apibūdinimas: kas įvyko, kokia pagrindinė idėja / forma, vaizdinė medžiaga
Menininko intencija	Kokius tikslus, žinutes ar reakcijas menininkas siekė sukelti (remiantis interviu ir viešais tekstais).
Komunikacijos kanalai	Kokie kanalai naudoti komunikacijai (socialiniai tinklai, oficialūs pranešimai, žiniasklaida ir kt.).
Medijų sklaidos mastas	Ar akcija aptarta lokaliai, nacionaliniu mastu, ar pasiekė tarptautinę žiniasklaidą.
Medijų tipai	Įsitraukę medijų tipai: spauda, naujienų portalai, TV, radijas, socialiniai tinklai ir pan.
Publikacijų / paminėjimų apimtis	Apytikslė publikacijų ir paminėjimų apimtis (pvz., 1–3; 4–10; daugiau nei 10).
Auditorijos reakcijos	Pagrindinės viešos reakcijos: palaikymas, kritika, pasipiktinimas, diskusijos, boikotas ir pan.
Institucijų reakcijos	Savivaldybės, institucijų, užsakovų, rėmėjų reakcijos (pritarimas, atsiribojimas, cenzūra ir pan.).
Menininko atsakas	Kaip menininkas ir reagavo į reakcijas ir kontroversijas (komentarai, paaiškinimai, veiksmai).
Refleksija	Vėlesnės menininko refleksijos apie akciją ir jos priėmimą, jei jos pateikiamos šaltiniuose.
Papildomos pastabos	Kita svarbi informacija, nepatekusi į ankstesnius laukus.

Ši matrica sudaryta derinant deduktyvų ir induktyvų kategorijų kūrimą, kaip siūlo kokybinės turinio analizės autoriai: teorinis provokuojančio meno komunikacijos modelis ir

tyrimo klausimai padiktuoja pagrindinius laukus (intencija, kanalai, sklaidos mastas, reakcijos, refleksija), tačiau konkretūs jų pildymo aspektai gali būti tikslinami analizuojant empirinę medžiagą (Mayring, 2000; 2014; Žydžiūnaitė, Sabaliauskas, 2017).

Antrasis pagrindinis instrumentas – pusiau struktūruoto interviu gairės (interviu planas), naudojamos atliekant interviu su Lietuvos menininku. Kokybinio interviu literatūroje pabrėžiama, kad interviu planas yra esminė tyrimo instrumento dalis: jis padeda išlaikyti teminį nuoseklumą, kartu paliekant erdvės dalyvių patirčių ir prasmių plėtojimui (Gaižauskaitė, Valavičienė, 2016).

Remiantis šių autorių siūlomais kokybinio interviu planavimo principais, interviu gairės sudarytos iš kelių teminių blokų, susijusių su tyrimo klausimais ir teoriniame modelyje išskirtais provokuojančio meno komunikacijos etapais. Kiekvieną bloką sudaro atviri klausimai ir papildomi detalizuojantys klausimai, skirti paskatinti dalyvį išsamiai reflektuoti savo patirtis: menininko karjerą ir kūrybos kontekstą, provokacijos vaidmenį kūryboje, konkrečių kūrinių planavimą ir komunikaciją, patirtas kontroversijas ir auditorijų reakcijas, medijų sklaidos masto ir turinio vertinimą, vėlesnę refleksiją ir komunikacinių sprendimų kaitą.

Taip sudarytos interviu gairės (žr. 9 priedą) atitinka kokybiniams interviu keliamus reikalavimus: jos orientuotos į patirčių ir prasmių atskleidimą, o ne į iš anksto uždarų atsakymų rinkimą, struktūruoja pokalbį pagal tyrimo tikslus, tačiau palieka laisvės naujoms temoms ir aspektams iškilti interviu metu (Gaižauskaitė, Valavičienė, 2016; Žydžiūnaitė, Sabaliauskas, 2017).

Duomenų analizės metodas.

Tyrime surinkti duomenys – pusiau struktūruoto interviu su menininku transkriptas ir dokumentų korpusas (žiniasklaidos publikacijos, socialinių tinklų įrašai, oficialūs tekstai, vizualiniai dokumentai) – analizuojami taikant kokybinės turinio analizės metodą. Kokybinė turinio analizė suprantama kaip sisteminga, taisyklėmis paremta procedūra, kurioje tekstai skaidomi į prasminius vienetų, šie koduojami ir grupuojami į kategorijas, kylančias iš tyrimo klausimų ir teorinio modelio (Mayring, 2000; 2014; Schreier, 2012). Šiame tyrime iš anksto sudaromas teoriniu provokuojančio meno komunikacijos modeliu ir strateginėmis gairėmis grįstas kodavimo rėmas (kategorijų sistema), kuriame numatytos pagrindinės analizės kategorijos (menininko intencija, komunikacijos kanalai, auditorijų ir institucijų reakcijos, kontroversijos lygiai, strateginiai tikslai, priemonės, sėkmės indikatoriai), o analizuojant empirinę medžiagą

leidžiama atsirasti ir naujoms, induktyviai išvedamoms subkategorijoms (Mayring, 2014; Žydžiūnaitė, Sabaliauskas, 2017).

Interviu ir dokumentų analizė vykdoma nuosekliai: pirmiausia susipažįstama su medžiaga, tuomet atliekamas pradinis atviras kodavimas, tikslinama kategorijų sistema ir galiausiai sistemingai koduojamas visas duomenų korpusas, užpildant provokuojančių kūrinių kodavimo matricą. Tokiu būdu sukurtos kategorijos leidžia sugretinti skirtingus atvejus ir interpretuoti, kaip praktiškai veikia teoriniame modelyje bei strategijų lentelėje aprašyti komunikacijos etapai ir reakcijų lygiai. Analizuojant interviu duomenis remiamasi kokybinio interviu analizės principais, akcentuojančiais nuoseklų transkribavimą, kodavimą ir dalyvio prasmų rekonstrukciją (Gaižauskaitė, Valavičienė, 2016; Žydžiūnaitė, Sabaliauskas, 2017).

Tyrimo etikos principai

Tyrimas vykdomas laikantis socialinių mokslų tyrimų etikos principų, aprašytų metodologinėje literatūroje (Gaižauskaitė, Valavičienė, 2016; Žydžiūnaitė, Sabaliauskas, 2017). Prieš atliekant interviu menininkams paaiškinamas tyrimo tikslas, duomenų naudojimo paskirtis ir gaunamas informuotas sutikimas, pabrėžiant jo teisę bet kada atsisakyti dalyvauti ar prašyti tam tikrų pasisakymų necituoti. Menininko vardas ir pavardė nėra anonimizuojami, nes tyrimo objektas – būtent jo kūrybos ir komunikacijos atvejis, tačiau garso įrašas ir transkriptas saugomi tik tyrimo tikslais ir neperduodami tretiesiems asmenims. Dokumentų ir medijų analizėje naudojami viešai prieinami šaltiniai, o vizualinė ir tekstinė medžiaga į darbą įtraukiama tik tiek, kiek būtina tyrimo tikslams.

2.2 Tyrimo eiga

Dokumentų analizė pradėta daryti 2025 lapkričio paskutinę savaitę. Pirmiausia kiekvienam tiriamajam atvejui buvo atlikta socialinių tinklų apžvalga: sistemingai peržiūrėtos menininkų asmeninės paskyros ir jų įrašai, susiję su analizuojamu kūriniu, taip pat kitų vartotojų viešai skelbiami įrašai ir komentarai apie šiuos kūrinius socialiniuose tinkluose „Facebook“, „X“ ir „Reddit“. Atrinkti su tyrimo objektu susiję įrašai buvo išsaugoti ekrano nuotraukų pavidalu ir sugrupuoti į atskirus aplankus kiekvienam atvejui. Antroje stadijoje, naudojantis „Google“ paieškos sistema, surinktos visos viešai prieinamos publikacijos apie pasirinktus kūrinius: naujienų portalų straipsniai, interviu, TV reportažai ir kiti tekstai. Kiekvienam atvejui sudaryta

skaitmeninė suvestinė (žiūrėti 2-4 priedus), kurioje chronologine seka fiksuotos publikacijos ir pagrindiniai socialinių tinklų įrašai, nurodant jų datą, kanalą, tipą, nuorodą bei prieinamus pasiekiamumo ir įsitraukimo rodiklius (peržiūras, komentarus, reakcijas, pasidalijimus). Šios suvestinės leido identifikuoti sklaidos pikus ir empiriškai taikyti auditorijų reakcijų intensyvumo indikatorių lygius.

Remiantis surinktais viešais duomenimis, buvo pereita prie provokuojančių meno kūrinių dokumentų analizės kodavimo matricos taikymo. Kiekvienam menininkui atskirai susisteminta informacija ir suvestinė į lenteles, kurios pateikiamos magistro darbo prieduose (2 priedas – D. Aleksos „Danas Aleksa“, 3 priedas – M. Gaubo „Chuiilo“, 4 priedas – M. Saukos „Liudytoja“ dokumentų analizės matricos). Analizės metu, remiantis matricose sukauptais duomenimis, kiekvienam atvejui buvo aprašytas auditorijų reakcijų intensyvumo lygis (nuo neutralios ar ribotos reakcijos iki cenzūros grėsmių) ir šie aprašai sulyginti su teorinėje dalyje pristatytu provokuojančio meno komunikacijos strategijų eskalacijos modeliu (7pav.), kuriame išskiriamos keturios strategijos: kontraversijos stiprinimo, dialogo, rizikos valdymo ir krizės. Tokiu būdu kiekvienam atvejui preliminariai nustatyta, kuri strategija labiausiai atitinka faktinę menininko komunikaciją. Šie pirminiai priskyrimai tapo pagrindu rengiant pusiau struktūruotą interviu gaires: klausimai kiekvienam menininkui buvo formuluojami taip, kad leistų patikrinti teorijoje išskirtų strategijų taikymą konkrečiame atvejyje.

Empirinėje tyrimo dalyje atlikti trys pusiau struktūruoti interviu su skulptoriais Martynu Gaubu, Danu Aleksa ir Mykolu Sauka. M. Gaubas buvo kalbinamas gyvai jo dirbtuvėje 2025-12-14, D. Aleksa ir M. Sauka – nuotoliniu būdu telefonu atitinkamai 2025-12-13 ir 2025-12-17 (pilnos interviu transkripcijos pateikiamos 10–12 prieduose). Kiekvieno interviu pradžioje tyrėja pristatė magistrinio darbo temą ir tikslus, informavo dalyvius, kad tiriami jų provokuojančių kūrinių komunikacijos atvejai, ir paprašė sutikimo naudoti pokalbio medžiagą tyrime bei minėti jų vardus ir pavardes. Interviu struktūruoti pagal vieną pusiau struktūruotą gaires su šešiais teminiais blokais ir kiekvienam menininkui adaptuotais klausimais, kiekvieno pokalbio trukmė – apie 25 minutes.

2.3 Tyrimo rezultatai

2.3.1 Dano Aleksos „Danas Aleksa“ atvejis

Kūrinio „Danas Aleksa“ kontekstas ir auditorijų reakcijų intensyvumas

Skulptūra „Danas Aleksa“ – tai 2010 m. Klaipėdoje, Mažvydo alėjoje, projekto „Balta alėja“ metu pirmą kartą pristatyta putplasčio figūra, vaizduojanti pasilenkusį žmogų, besirausiantį po šiukšlių konteinerį. Iš pirmo žvilgsnio skulptūra primena benamį, tačiau autorius ją apibrėžia kaip „bomžą–intelektualą“ – kostiumą vilkintį inteligentą, atsidūrusį prie socialinio ir egzistencinio „dugno“. Kūrinys įkomponuojamas šalia šiukšliadėžės ant Mažvydo alėjos suolo, taip akcentuojant viešosios erdvės, socialinės hierarchijos ir stereotipų temas.

2025 m. lapkričio 21 d. skulptūra „prikeliama“ antrajam gyvavimo etapui: ji pervežama į Vilniaus centrą ir panaudojama kaip vizualus protesto objektas Gedimino prospekte, Kultūros asamblėjos organizuotame mitinge „Kokios valstybės mes norime?“. Šiame kontekste kostiumu vilkintis, galvą į dėžę įkišęs vyras tampa taiklia politine metafora, kuri socialiniuose tinkluose įvardijama ir kaip „Daukanto aikštės strutis“, kritikuojantis valdžios „galvos kišimą į smėlį“ ir pilietinių nuomonių ignoravimą.

Dokumentų analizės matricoje (žr. 6 priedą) fiksuojama, kad sklaida daugiausia apsiriboja socialiniais tinklais. 2025 m. lapkričio 21–25 d. laikotarpiu didžiausią pasiekiamumą generuoja politinio komentatoriaus Kazio Preikšo Facebook įrašas su skulptūros nuotrauka (apie 1,2 tūkst. reakcijų, kelios dešimtys komentarų ir pasidalijimų). Paties Dano Aleksos paskelbti įrašai („ryto kava su inteligentu“ ir protesto nuotrauka Gedimino prospekte) surenka po maždaug 200–230 reakcijų ir kelias dešimtis komentarų, papildomus paminėjimus kuria keli kultūros lauko dalyvių įrašai. Nacionalinių naujienų portalų ar TV reportažų praktiškai nefiksuojama, todėl sklaidos mastas išlieka vidutinis ir labiausiai telkiasi socialinių tinklų burbuluose.

Vertinant pagal provokuojančio meno komunikacijos strategijų eskalacijos modelį, šis atvejis labiausiai atitinka 2 reakcijų intensyvumo lygį – viešą, bet iš esmės konstruktyvią diskusiją. Tai rodo keli empiriniai indikatoriai. Pirma, sklaida koncentruojasi socialiniuose tinkluose: analizuoti 5 aktyviausi vieši „Facebook“ įrašai (2 priedas), kuriuose iš viso fiksuota daugiau nei 3 tūkstančiai reakcijų ir per 150 komentarų. Aktyviausias buvo K. Preikšo įrašas su skulptūros nuotrauka – apie 1,2 tūkst. reakcijų, 31 pasidalijimas ir kelios dešimtys komentarų, o paties menininko įrašai („ryto kava su skulptūra“, nuotraukos iš Gedimino prospekto) sulaukė po 200–230 reakcijų ir kelių dešimčių komentarų (įprastai Dano Aleksos įrašai sulaukia dvigubai mažiau reakcijų). Komentarų turinio analizė rodo, kad dominuoja palaikantis ar neutralus tonas: pavyzdžiui, darbą komentatoriai vadina „kultūriniu metų topu“, pabrėžia, jog „geresnės

ilustracijos vyriausiosios galvos pozicijai šiandien negalėjo būti“, dėkoja už paaiškinimą, kad tai skulptoriaus Dano Aleksos kūrinys. Greta to pasitaiko ir kritiškų, ironiškų reakcijų („Ar šiukšliadėžių visiems neužteko?“), taip pat pavienių vulgarių, kūną seksualizuojančių pasisakymų (siūlymų „beskiti su vėliavėlės kotu į užpakalį“ ir pan.), tačiau jie išlieka kiekybine mažuma. Nefiksuojamos boikoto kampanijos, peticijos, institucijų reikalavimai pašalinti kūrinį ar grasinimai menininkui – diskusija išlieka vieša ir emocinga, bet kontroliuojama, todėl empiriniu požiūriu ši situacija priskirtina 2, o ne 3 ar 4 eskalacijos lygiui.

Dano Aleksos intencijos ir komunikacijos sprendimai

Interviu metu Danas Aleksa skulptūros „bomžas–intelektualas“ intenciją sieja su socialine kritika ir viešosios erdvės klausimais. Pirmojoje gyvavimo fazėje Klaipėdoje kūrinys jam buvo „socialinės ironijos“ priemonė, skatinanti žiūrovą permąstyti stereotipinius benamystės, inteligentijos ir „tvarkingo kostiumo“ ryšius bei paklausti, kam priklauso reprezentacinės miesto erdvės ir kas iš jų išstumiamas. Antrojoje fazėje, kai skulptūra perkelta į Vilnių, intencija išsiplečia: figūra sąmoningai pasitelkiama kaip politinio protesto simbolis, komentuoja valdžios laikyseną, „galvos kišimą į smėlį“ ir pilietinių nuomonių marginalizavimą.

Komunikacijos sprendimų atžvilgiu Aleksa pabrėžia kelių etapų logiką. Pirmiausia – pasirengimą ir „sužmoginimą“: ilgesnį laiką garaže užsistovėjusi skulptūra „prikelta“ prieš protestą, menininkas ją fotografuoja namų aplinkoje, geria kavą su savo kūriniumi ir šį vaizdą dalijasi savo Facebook paskyroje. Ši ironizuojanti, bet šilta komunikacija leidžia pristatyti figūrą kaip savotišką protesto „bendražygį“, sukuria artimesnį santykį su jo auditorija ir iš anksto suaktyvina sekėjus.



8 pav. D. Aleksos asmeninė "Facebook" paskyra 2025-11-21

Antra, Aleksa sąmoningai planuoja protesto dienos veiksmus: kartu su keliais kolegomis skulptoriais jis iš anksto apžiūri Gedimino prospekto vietą, apgalvoja logistiką ir skulptūros pastatymo kompoziciją, o pati akcija iš anksto šiek tiek „reklamuojama“ socialiniuose tinkluose. Taip formuojamas lūkestis, kad į protestą bus atsinešta ne tik plakatai, bet ir vizualiai įsimintina skulptūrinė metafora.

Trečia, po akcijos menininkas pereina prie labiau argumentuoto, analitinio komunikacijos lygmens. Susidūręs su kritika, esą skulptūra neva „diskredituoja“ protestą, jis sąmoningai susilaiko nuo impulsyvių emocinių reakcijų ir parengia ilgesnį įrašą, kuriame lygina savo skulptūros naudojimą su ankstesne protestų ikonografija Lietuvoje: šeimų maršo kartuvėmis, Dovydo žvaigždės ir spygliuotos vielos deriniais. Pasitelkdamas šį palyginimą, Aleksa argumentuoja, kad jo kūrinys iš esmės yra nuosaiki, metaforinė protesto priemonė ir kad tikroji simbolinio smurto eskalacijos vyko kitose akcijose.

Faktinė komunikacijos strategija ir jos atitikimas modeliui

Teoriniame modelyje numatyta, kad esant 2 lygio reakcijų intensyvumo lygiui – kai provokuojantis kūrinys sukelia viešą, bet iš esmės konstruktyvią diskusiją, be boikoto kampanijų,

cenzūros sprendimų ar grasinimų – menininkui aktualiausios yra dialogo ir rizikos valdymo strategijos, kurios gali būti derinamos su saikingu kontroversijos stiprinimu. Dano Aleksos atveju galima identifikuoti kelis strateginių elgsenų sluoksnius.

Pirmiausia, pats sprendimas „prikelti“ seniau sukurta skulptūrą ir ją įnešti į stipriai politizuotą protesto kontekstą yra aiškus kontroversijos stiprinimo elementas. Menininkas suvokia, kad judri, realistinio mastelio figūra Gedimino prospekte neišvengiamai išsiskirs iš aplinkos ir taps fotografuojamu objektu, kuris lengvai keliaus per socialinius tinklus. Šiuo požiūriu jis tikslingai renkasi provokuojančią, rizikingesnę reprezentacijos formą, o ne neutralų plakatą.

Antra, jautriai išreikštas nenoras veltis į socialinių tinklų komentarus, kartu su selektyviu reagavimu į pačius vulgariausius pasisakymus (juos raportuojant ar vieną kitą kartą sureaguoju), rodo rizikos valdymo ir emocinės savisaugos strategiją. Menininkas aiškiai atskiria „savo“ ir „ne savo“ auditorijas: asmeninėse paskyrose palaikymas dominuoja, o platesniuose diskusijų sluoksniuose jis sąmoningai renkasi neįsivelti į kiekvieną konfliktą, saugodamas tiek savo emocinius resursus, tiek ir kūrinio, kaip simbolio, statusą.

Trečia, Aleksos parengtas „mini tyrimas“ apie ankstesnę protestų ikonografiją ir viešai paskelbtas įrašas (13 priedas), kuriame nuosekliai lyginami skirtingi simboliniai kodai (kartuvės, Dovydo žvaigždė, spygliuota viela ir pan.), atitinka dialogo strategijos logiką. Nors tonas išlieka aštrus ir polemiškas, pats gestas yra nukreiptas į platesnį visuomeninį argumentavimą: menininkas ne tik ginasi, bet ir siūlo žiūrovams kitą interpretacinį rėmą, kuriame jo skulptūra tampa nuosaikia, o ne ekstremalia protesto priemone.

Galiausiai, svarbu pabrėžti, kad šiame atvejyje nėra nei institucinių cenzūros gestų, nei fizinių išpuolių prieš kūrinį, nei tiesioginių grasinimų menininkui, todėl pilnos krizės strategijos (tokios, kokios reikalingos Mykolo Saukos „Liudytojai“) čia neįsijungia. Aleksos elgsena realybėje išdėsto tam tikrą „strategijų mišą“: kontroversijos stiprinimą per formą ir kontekstą, dialogą per argumentuotą viešą įrašą ir rizikos valdymą, susijusį su emocinės savisaugos ribomis socialiniuose tinkluose.

Taip atvejis patvirtina teorinio modelio prielaidą, kad 2 lygmenyje menininkas siekia ne tiek „užgesinti“ konfliktą, kiek palaikyti valdomą viešą diskusiją, saugodamas kūrinio, kaip argumentuotos protesto priemonės, reputaciją.

Strategijos veiksmingumas ir Dano Aleksos refleksija

Vertindamas akcijos sėkmę, Danas Aleksa pirmiausia remiasi dviem kriterijais: sukeltu triukšmu ir skulptūros priėmimu kaip profesionalaus meno kūrinio. Jo teigimu, dalis komentatorių skulptūrą iš karto įvertino kaip blogą vien dėl to, kad ji buvo susieta su konkrečiu protestu, tačiau kiti žiūrovai ją priėmė kaip taiklią metaforą, kurioje matė ir konkrečias politines figūras, ir bendresnį valdžios elgsenos komentarą. Menininkui svarbu ir tai, kad daug kas akcentavo skulptūros profesionalumą, o kai kurie socialinių tinklų vartotojai net nesuprato, jog mato ne gyvą žmogų, o plastinį objektą – tai jam rodė aukštą vizualinės raiškos įtikinamumą.

Tuo pat metu Aleksa aiškiai įvardija, kad į protestą išėjo ne kaip solo veikėjas, o kaip protesto bendruomenės dalis – sprendimas nešti skulptūrą buvo iš anksto derintas su kitais menininkais. Šis bendruomeninis aspektas išryškina vieną iš teorinio modelio akcentų: esant 2 lygio reakcijų intensyvumui, strateginis tikslas yra ne tik palaikyti dialogą, bet ir suteikti kūrinio kontekstą ir gilesnį supratimą. Šiuo atveju formalus, bendro pareiškimo iš organizuojančios grupės neatsirado – nebuvo kolektyvinio teksto ar nuoseklaus paaiškinimo, kodėl skulptūra naudojama būtent taip ir kokią žinutę ji turėtų perteikti. Pats Aleksa interviu pripažįsta, kad iš kolegų menininkų sulaukė pastabų, jog komunikaciją reikėjo paaiškinti aiškiau, o ne laikyti savaime suprantama. Tai leidžia kritiškai konstatuoti, kad viena iš modelyje numatytų užduočių – iš anksto suformuluota, skaidri žinutė apie akcijos tikslus ir naudojamų simbolių prasmę – šiame atvejuje liko iki galo neįgyvendinta.

Iš strateginės perspektyvos Dano pasirinktas elgesys – minimalus asmeninis įsitraukimas į komentarus karus, pavienių įžeidžiausių pasisakymų raportavimas ir vienas aiškiau argumentuotas įrašas apie protesto „dekoracijas“ – leido jam išsaugoti emocinę savisaugą. Tačiau, lyginant su teoriniame modelyje siūlomais antrojo lygio veiksmais (aktyvesnis dialogo moderavimas, iš anksto parengti paaiškinamieji tekstai), matyti ir neišnaudotas galimybes: labiau struktūruota, bendru vardu išsakoma protesto bendruomenės pozicija galėjo aiškiau įrėminti skulptūros intenciją ir sumažinti erdvę jos redukavimui iki politinio „antisimbolio“.

7 lentelė

Dano Aleksos atvejis: 2 reakcijų intensyvumo lygio strateginių gairių patikslinimas

Strateginis komponentas	Patikslinimas pagal D. Aleksos atvejį
Strateginis tikslas	Tikslas iš esmės tinka, tačiau D. Aleksos atveju papildomai svarbu apsaugoti kūrinį nuo redukavimo į vien politikos objektą. Strateginis tikslas galėtų būti formuluojamas taip: išlaikyti skulptūrą kaip meninę metaforą, aiškiau įrėminant jos intenciją ir ribas protesto kontekste.

Pagrindiniai uždaviniai	Atvejis rodo, kad vien asmeninio menininko balso nepakanka – trūko aiškaus kolektyvinio protesto bendruomenės pareiškimo. Patikslinti uždaviniai: (1) suformuluoti bendrą, trumpą protesto organizatorių ir menininko poziciją dėl skulptūros žinutės; (2) aiškiau atskirti meninę intenciją nuo konkrečių politinių figūrų „įvardijimo“; (3) iš anksto numatyti, kaip bus reaguojama į tipines politizuotas interpretacijas.
Priemonės / metodai	D. Aleksos realus elgesys apsiribojo asmeniniais FB įrašais, „mini tyrimu“ apie ankstesnes protestų „dekoracijas“ ir selektyviu komentarų moderavimu. Atvejis rodo, kad rekomenduotina: (1) trumpas rašytinis pareiškimas protesto rengėjų vardu (aiškiai suformuluota skulptūros paskirtis ir ribos); (2) vizualiai aiškus paaiškinamasis tekstas / plakatas šalia skulptūros; (3) tikslingas dalyvavimas bent viename platesniame viešame pokalbyje ar laidoje, jei diskusija įgauna pagreitį.
Sėkmės indikatoriai	D. Aleksos atveju dalyje „burbulų“ tonas išliko palaikantis, tačiau plačiau paplitusiuose įrašuose atsirado vulgarus, kūną seksualizuojantis komentarų sluoksnis ir skulptūros redukovimas į „antisimbolį“. Papildomas sėkmės kriterijus: (1) menininkui pavyksta išlaikyti emocinį saugumą ir neįsivelti į destruktivias sąveikas; (2) daliai auditorijos skulptūra išlieka atpažįstama kaip meninis, o ne vien politinis objektas; (3) po refleksijos menininkas koreguoja savo būsimas komunikacijos praktikas (aiškesnės žinutės, geriau apgalvotas dalyvavimas).

Apibendrinant, Dano Aleksos atvejis leidžia ne tik patvirtinti dalį antrojo reakcijų intensyvumo lygio gairių, bet ir jas patikslinti, ypač kalbant apie kolektyvinės pozicijos formavimą ir aiškesnį meninės intencijos įrėminimą politizuotame protesto kontekste.

2.3.2 Martyno Gaubo „Chuilo“ atvejis

Kūrinio „Chuilo“ kontekstas ir auditorijų reakcijų intensyvumas

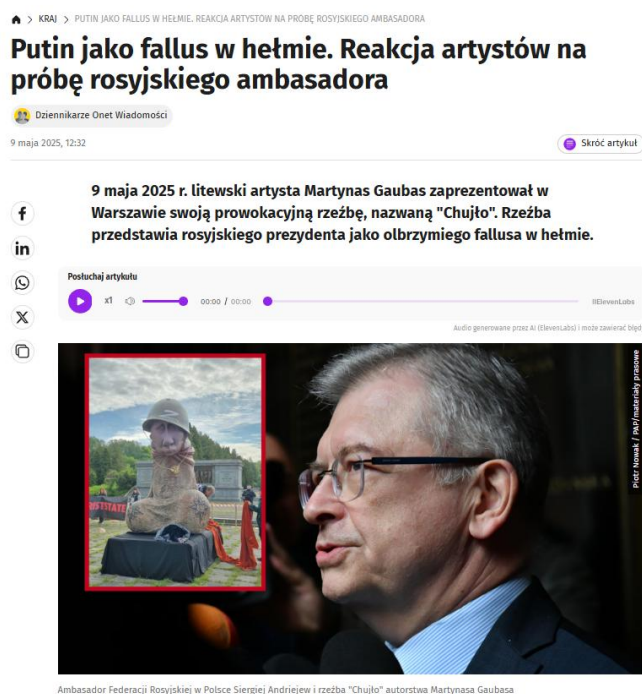
Skulptūra „Chuilo“ – apie trijų metrų aukščio spalvota plastikinė figūra, suformuota ant putplasčio korpuso ir vaizduojanti Vladimirą Putiną satyriška faline forma su karišku šalmu ir grandine. Paviršius dekoruotas Rusijos kalėjimų tatuiruočių stilistiką primenančiais ženklais, pabrėžiančiais pažeminimo, smurto ir politinės kritikos motyvus. Skulptūra pritvirtinama ant automobilio priekabos ir vežiojama kaip mobilus kūrinys.



9 pav. Skulptūros "Chuilo" pirmasis viešas pasirodymas Kaune 2025-02-17

Šaltinis: <https://kaunas.kasvyksta.lt/>

Pirmasis viešas pasirodymas įvyksta 2025 m. vasario 17 d. Kaune (prie Kauno pilies / miesto centro), skulptūrą pristatant kaip keliausiančią po Lietuvos miestus. Dokumentų analizės matricoje (5 priedas) fiksuojama, kad per vasario 17–18 d. Lietuvoje apie kūrinį publikuojama daugiau kaip 20 straipsnių nacionaliniuose naujienų portaluose („Kas vyksta Kaune“, „Kauno diena“, 15min, LRT, TV3, technologijos.lt ir kt.), rodomi keli TV reportažai, kurių įrašai vėliau patenka į „YouTube“ (pvz., vienas reportažas sulaukia apie 22 tūkst. peržiūrų). Socialiniuose tinkluose – ypač „Facebook“ ir X platformoje – „Chuiło“ vaizdai intensyviai dalijami, pavieniai įrašai pasiekia šimtus tūkstančių reakcijų, o vienas X pasidalijimas, kaip rodo matrica, fiksuoja apie 1,4 mln. peržiūrų. Skulptūra taip pat patenka į Nyderlandų nacionalinės televizijos NOS laidą „Nieuwsuur“, kur minima Lietuvos susirūpinimo dėl V. Putino agresijos kontekste.



10 pav. Skulptūra "Chuiło" Lenkijos naujienų portale "Onet" - straipsnio apie menininkų reakciją į Rusijos ambasadoriaus veiksmus Varšuvoje antraštė ir iliustracija.

Šaltinis: <https://wiadomosci.onet.pl/>

Antras ryškus sklaidos pikas susiformuoja 2025 m. gegužės 9 d., kai skulptūra kartu su „Euromaidan-Warszawa“ aktyvistų bendruomene pristatoma prie sovietinių karių kapinių Varšuvoje. Tą dieną ir artimiausiomis dienomis apie akciją rašo Lenkijos ir Ukrainos žiniasklaida (uatribune.com, 112.ua, Onet, Ukrainian News, Kresy.pl, „Euromaidan Press“ ir kt.), skulptūra

tampa protesto vizualu tarptautinėse X paskyrose, o 2025 m. birželio 9 d. apie ją transliuojama Ukrainos kanalo/„SLAWA LIFE“ laida „100 tūkstančių eurų už Putiną“, kurioje pristatoma menininko istorija ir darbo reikšmė.

Atsižvelgiant į šiuos rodiklius, „Chuilo“ atvejis aiškiai viršija įprastą dėmesio lygį ir atitinka 3 reakcijų intensyvumo lygio (poliarizuota reakcija, „skandalo“ logika) kriterijus. Socialinių tinklų analizė tai patvirtina: X platformoje @zvalgas įrašas apie skulptūrą sulaukė daugiau kaip 1,4 mln. peržiūrų ir kelių tūkstančių reakcijų, kuriose vyrauja palaikymas ir humoras („I adore Lithuanians“, „Great work, Lithuania!“), bet pasitaiko ir aštrios kritikos ar paniekos Lietuvai. „Kas vyksta Kaune“ vaizdo reportažo „YouTube“ kanale 93 komentaruose maždaug panašiai pasiskirsto pritariantys ir menininką niekinantys pasisakymai – nuo „Martynas Gaubas is a talented sculptor. Big thanks from Ukraine“ iki „Nesveikas iškrypėlis“, „už tokius darbus normalioje valstybėje jį į teismą išsikviestų“. Martyno asmeninėje „Facebook“ paskyroje dauguma komentarų yra palaikantys ir interpretuoja skulptūrą kaip taiklią agresoriaus vizualizaciją („Bravo! Найкраща візуалізація наших сусідів з боїт!“), tačiau LRT paskyros įrašo diskusijoje dominuoja neigiamos, moralizuojančios reakcijos: „Durnumų ribų nėra“, „Svetima gėda“, „kaip sureaguos teisėsauga į tokį išpuolį? Šitam ‘skulptoriui’ tramdomuosius skubiai“. Taigi auditorijos reakcijų turinys rodo ryškią poliarizaciją – nuo entuziastingo palaikymo ir pasiūlymų paversti skulptūrą paramos Ukrainai priemone iki asmeninių įžeidimų bei kvietimų „į teismą“ ar „tramdomuosius“. Vis dėlto formalių cenzūros sprendimų, parodų atšaukimo ar kūrinio konfiskavimo nefiksuoja, o policijos pasirodymai ir grasinančios žinutės išlieka pavieniai. Todėl „Chuilo“ situaciją galima apibūdinti kaip 3 lygmens pasipiktinimo bangą su kai kuriais 4 lygmens elementais (grasinimų ir teisėsaugos retorika), tačiau dar be oficialaus uždraudimo.

Martyno Gaubo intencijos ir komunikacijos sprendimai

Interviu Gaubas pabrėžia, kad provokacija jo kūryboje yra sąmoningas santykis su žiūrovu ir dėmesio pritraukimo priemonė: „jeigu yra provokacija, tai tu gali pritraukti tada su savo darbu dėmesį. Tu gali būti matomas. Arba tavo kūrinys, manau, tada yra pasisekęs, nes jis atlieka tam tikrą funkciją. Jis kelia klausimus arba kažkokias emocijas, kurios skatina žiūrovą mąstyti“ (Gaubas, asmeninis interviu). Menininko studijų patirtis dizaino ir reklamos srityje lemia, kad jis provokaciją reflektuoja ir kaip tam tikrą „reklaminę logiką“ – svarbiausia ne tai, ar reakcija bus griežtai teigiama ar neigiama, bet tai, kad ji apskritai įvyktų ir išjudintų mąstymą.

Kalbėdamas apie „Chuilo“ sukūrimą, autorius išskiria tris pagrindinius sprendimų sluoksnius. Pirmasis – techninis ir funkcinis: dydis turi būti pakankamas, kad skulptūrą būtų galima matyti iš toli ir kad ji dominuotų miesto erdvėje, bet kartu konstrukcija turi atitikti logistinius apribojimus (tilpti ant priekabos, neviršyti leistinų aukščio ribų, kad būtų galima važiuoti per miestą). Antrasis sluoksnis – formos paprastumas ir atpažįstamumas: pasirinkta falinė, satyrinė V. Putino figūra, siejanti menininko ankstesnę, erotikos temomis žaidžiančią kūrybą su politine kritika. Trečiasis – simbolinis „pertekliaus“ lygmuo: skulptūra sąmoningai perpildyta kriminalinės subkultūros ir karo simbolikos – Rusijos kalėjimų tatuiruotes primenantys motyvai, šalmas, grandinė, agresiją ir smurtą žymintys ženklai, kad iš kūrinio būtų galima perskaityti daug skirtingų sluoksnių.

Komunikaciją menininkas taip pat planuoja strategiškai. Interviu jis pripažįsta, kad „tikslingai buvo padaryta gera pradžia“, ieškant žmogaus, kuris pirmasis pasidalytų žinia ir taip inicijuotų sklaidos „sniego gniūžtę“ žiniasklaidoje ir socialiniuose tinkluose. Pirmųjų publikacijų ir TV reportažų reikšmė čia suprantama kaip startinis impulsas, kurį vėliau perima kiti žurnalistai ir platformos. Vėlesniame etape Gaubas aktyviai dalyvauja sklaidoje: pristato kūrinį Kaune ir kituose Lietuvos miestuose, dalyvauja interviu, pozuoja nuotraukoms su skulptūra, o Varšuvoje – kartu su aktyvistais – dalyvauja protesto akcijoje ir kalba žurnalistams, pabrėždamas solidarumą su Ukraina.

Menininkas interviu metu atskleidė, jog jis nesidomi socialinių tinklų komentarais. Jis teigia kartkartėmis skaitantis žiniasklaidos tekstus, kad patikrintų, ar jo mintys cituojamos teisingai, tačiau sąmoningai vengia giliai įsitraukti į komentarų skiltis ir diskusijas internete. Grasinančias žinutes ir agresyvius komentarus jis linkęs traktuoti kaip emocinius „išsprogimus“, kurie ne visada atspindi realią fizinio pavojaus grėsmę, tačiau pripažįsta, kad policijos įsikišimas žymi ribą, už kurios kontroversija ima artėti prie krizės.

Faktinė komunikacijos strategija ir jos atitikimas modeliui

Teorinis provokuojančio meno komunikacijos strategijų modelis numato, kad esant aukšto intensyvumo, poliarizuotoms reakcijoms (3 lygis, su galimu perėjimu į 4 lygį) menininkai dažniausiai derina kontroversijos stiprinimo, dialogo ir rizikos valdymo strategijas. „Chuilo“ atvejuje galima aiškiai identifikuoti tokį strategijų derinį.

Pirmiausia dominuoja kontroversijos stiprinimo strategija. Pats kūrinio konceptas – satyrinė falinė V. Putino figūra su kriminalinės subkultūros ir karo atributika – sąmoningai orientuotas į šoką, ironiją ir simbolinį diktatoriaus sumenkinimą. Skulptūra rodoma itin matomose viešosiose erdvėse, važiuoja per miestą ant priekabos, o 2025 m. gegužės 9 d. pristatoma prie sovietinių karių kapinių Varšuvoje – vietoje ir laike, kurie maksimaliai užaštrina konflikto su oficialia Rusijos atminties politika simboliką. Tai rodo, kad menininkas ne tik prisiima riziką, bet ir tikslingai ją didina, siekdamas kuo stipresnio rezonanso ir tarptautinio atgarsio.

Antra, atvejis atskleidžia ir dialogo strategijos elementus. Gaubas interviu ir viešuose pasisakymuose aiškiai artikuliuoja kūrinio intenciją: protestas prieš Rusijos agresiją, noras parodyti, kad agresoriai Lietuvoje „nelaukiami“, solidarumas su Ukraina ir tikėjimas, jog humoras bei satyra yra veiksminga diktatoriaus demaskavimo forma. Varšuvos akcijoje skulptūra pristatoma kaip bendras menininko ir „Euromaidan-Warszawa“ aktyvistų gestas, nukreiptas į viešą diskusiją apie karo nusikaltimus, Antrojo pasaulinio karo atminimo politinį išnaudojimą ir dabartinę agresiją prieš Ukrainą. Nors diskusijų tonas socialiniuose tinkluose dažnai radikalėja, paties menininko komunikacija išlieka santykinai aiškiai orientuota į žinutės paaiškinimą.

Trečia, grasinimų ir policijos įsikišimo kontekste aktyvuojasi rizikos valdymo strategija. Nors menininkas formaliai nesitraukia – skulptūra nėra paslepiama ar nuimama, o vėliau net padovanojama ukrainiečių bendruomenei Varšuvoje („Stand with Ukraine Foundation / Euromaidan-Warszawa“), – jis riboja savo įsitraukimą į komentarus karus, pasikliauja policijos ir institucijų vertinimu dėl realios grėsmės lygio, o dalį atsakomybės už tolesnę skulptūros kelionę ir eksponavimą padovanoja bendruomenei, kuri turi savo protesto infrastruktūrą ir palaikymo tinklus (priedas 8). Tokiu būdu rizika yra padalinama, o kūrinys iš individualaus menininko projekto tampa kolektyvinio pasipriešinimo simboliu.

Lyginant šį empirinį strategijų derinį su teoriniu modeliu, matyti, kad „Chuilo“ atvejis patvirtina prielaidą, jog aukšto intensyvumo ir poliarizuotų reakcijų fazėje strategijos realybėje dažnai persidengia. Menininko elgsenoje sunku atskirti vieną „gryną“ strategiją: kontroversijos stiprinimas (drastiška forma, pasirinktas laikas ir vieta) eina greta dialogo (aiški intencija, solidarumo akcentavimas) ir rizikos valdymo (policijos įtraukimas, sąmoningas atsiribojimas nuo komentarus, kūrinio padovanojimas bendruomenei).

Strategijos veiksmingumas ir Martyno Gaubo refleksija

Vertindamas „Chuilo“ patirtį, Martynas Gaubas sėkmę sieja pirmiausia su auditorijos mastu ir aiškiai išryškėjusiomis vertybinėmis ribomis. Jo teigimu, vienas svarbiausių požymių, kad provokacija pavyko, yra tai, „kokio pločio auditorija tai palietė“ – nuo Lietuvos miestų gatvių praeivių, nacionalinių žiniasklaidos kanalų ir X platformos vartotojų iki Nyderlandų ir Ukrainos televizijos. Kitas aspektas – „veidrodžio“ funkcija: per skulptūros sukeltą diskusiją menininkas, kaip pats sako, „pamato, kas šalia tavęs, su kuo turi reikalų“, ir tai jam leidžia aiškiau suvokti, „kuria pusę žmonės palaiko ir kokios jų vertybės“. Šiuo požiūriu provokacija veikia ne tik kaip komunikacijos, bet ir kaip socialinės diagnostikos priemonė.

Nors dalis reakcijų buvo itin neigiamos, o grasinančios žinutės galėjo tapti pretekstu trauktis, Gaubas pabrėžia, kad jam svarbiau yra išlaikyti kūrinio, kaip pasipriešinimo gesto, tęstinumą. Skulptūros kelionė iš Kauno į Varšuvą ir jos padovanojimas ukrainiečių bendruomenei menininko refleksijoje interpretuojamas kaip natūralus pilietinio veiksmo tęsinys – kūrinys atiduodamas tiems, kurie karą išgyvena tiesiogiai, kad toliau „kalbėtų“ kitose Europos sostinėse ir primintų apie agresiją net tada, kai kasdienė žiniasklaida pavargsta nuo karo temos. Tuo pačiu skulptūra tampa efektyvi komunikacinė priemonė – vizualinė sensacija, padedanti išsiskirti viešojoje erdvėje, pritraukti visuomenės dėmesį ir išlaikyti aktualią Ukrainos karo temą.

Martynas Gaubas pripažįsta, kad kontroversijos intensyvumas turi kainą – emocinę įtampą, grasinimus ir būtinybę sąmoningai riboti savo dalyvavimą diskusijose. Jo patarimai kitiems menininkams iš esmės sutampa su rizikos valdymo strategijos logika: provokuojant būtina iš anksto apsvarstyti, kur ir kam kūrinys bus rodomas, kokias reakcijas jis gali išprovokuoti, ir pasiruošti, kad dalis grasinimų bus labiau emociniai nei realiai pavojingi. Reaguojant į juos, jo manymu, svarbu išlaikyti ramybę, nekreipti dėmesio į kiekvieną komentarą ir, jei reikia, pasitelkti institucijų pagalbą.

8 lentelė

M. Gaubo „Chuilo“ atvejis – 3 reakcijų intensyvumo lygis

Strateginis komponentas	Patikslinimas pagal M. Gaubo atvejį
Strateginis tikslas	Tikslas iš esmės tinka, tačiau „Chuilo“ atvėrė papildomą uždavinį – išlaikyti aiškią antikarinę kūrinio tematiką, kad skulptūra nebūtų redukuota vien į skandalą. Gaubo atveju strateginis tikslas formuluotinas taip: suvaldyti poliarizuotą reakciją ir kartu įtvirtinti skulptūrą kaip antikarinį, Ukrainą remiantį gestą.
Pagrindiniai uždaviniai	„Chuilo“ atvejis rodo, kad svarbu: (1) aiškiai įvardyti skirtingas auditorijas – vietos žiūrovus, tarptautinę žiniasklaidą, ukrainiečių bendruomenes, provakarietiškus ir prorusiškus

	komentatorius; (2) formuluoti trumpą, kartojamą žinutę („tai antikarinis protestas prieš agresorių“) ir ją išlaikyti skirtinguose interviu; (3) nusistatyti ribas, kiek menininkas dalyvauja diskusijose (interviu, straipsniai).
Priemonės / metodai	Gaubas pasirinko intensyvią komunikaciją per interviu ir reportažus Lietuvoje ir užsienyje, bet mažiau dėmesio skyrė formaliam reakcijų sekimui. Atvejis rodo, kad rekomenduotina: (1) kaupti bent minimalią reakcijų statistiką ir ekrano kopijas pagrindiniuose kanaluose (X, Facebook, YouTube), kad būtų aiškiai matomas mastas ir tonai; (2) kartu su partneriais (pvz., ukrainiečių bendruomene) parengti trumpą viešą pareiškimą, aiškiai įreminantį kūrinių kaip antikarinį gestą; (3) interviu metu nuosekliai kartoti tą pačią žinutę, vengiant asmeninių atsakų prorusiškoms reakcijoms.
Sėkmės indikatoriai	„Chuiło“ atvejis rodo, kad net esant skandalo logikai galima pasiekti: (1) kūrinys nėra uždraudžiamas, o priešingai – keliauja į kitus miestus ir šalis; (2) tarptautiniuose kanaluose (Ukrainos, Lenkijos, Nyderlandų žiniasklaidoje) dominuoja antikarinė tematika, akcentuojant protestą prieš agresiją; (3) politinės interpretacijos ir pykčio komentarai išlieka, bet kartu atsiranda daug palaikymo ir racionalaus karo konteksto aptarimo. Sėkme laikoma ne visiškai konflikto nurimimas, o tai, kad konfliktas neperauga į formalią cenzūrą ir neparayžiuoja kūrinio sklaidos.

9 lentelė

M. Gaubo „Chuiło“ atvejis – 4 lygio (krizės) aspektai

Strateginis komponentas	Patikslinimas pagal M. Gaubo atvejį
Strateginis tikslas	„Chuiło“ atveju iki pilnos krizės (oficialaus nukabinimo ar draudimo) nebuvo prieita, bet atsirado pavieniai 4 lygio elementai – grasinančios žinutės, policijos įsikišimas viename epizode. Todėl strateginis tikslas tikslintinas: užtikrinti menininko fizinį ir emocinį saugumą ir parengti galimai eskalacijai, kartu leidžiant kūriniui toliau funkcionuoti kaip viešam protestui skirta skulptūra.
Pagrindiniai uždaviniai	Gaubo patirtis rodo, kad grasinimai dažnai priimami kaip „neišvengiama kaina“, bet nėra sistemingai fiksuojami. Todėl patikslinti uždaviniai: (1) kaupti grasinančių žinučių ir incidentų archyvą (kanalas, turinys, data); (2) atskirti emocinius išsikrovimus nuo realios grėsmės ir, kilus abejonėms, konsultuotis su policija ar menininkų teisių organizacijomis; (3) aptarti su partneriais (festivaliais, bendruomenėmis), kokią atsakomybę jie prisiima dėl skulptūros saugumo ir viešų pareiškimų;
Priemonės / metodai	„Chuiło“ atvejis parodė, kad net be formalaus krizinio plano menininkas gali pasinaudoti solidarumo tinklais (ukrainiečių bendruomenė, žiniasklaida). Vis dėlto rekomenduojama: (1) esant grasinimams turėti identifiкуotus kontaktus (Artists at Risk, žmogaus teisių organizacijos, teisininkai); (2) su kūrinių priimančiomis institucijomis aptarti saugumo ir komunikacijos procedūras (kas komunikuoja, jei įvyksta incidentas); (3) asmeninėje komunikacijoje laikytis ramaus tono, kad menininkas nebūtų įtrauktas į eskaluojančius komentarus.
Sėkmės indikatoriai	„Chuiło“ atvejis leidžia sukonkretinti: (1) grasinimai nesukelia realiai pavojingų situacijų, menininkas prireikus gali pasikliauti teisėsauga ir solidarumo tinklais; (2) viešame diskurse „Chuiło“ išlieka kaip antikarinis protesto gestas, o ne kriminalizuojamas veiksmas; (3) po skandalo menininkas toliau gauna kvietimus ir užsakymus, kūrinys eksponuojamas užsienyje – tai rodo, kad reputacija ne tik nesužlugdyta, bet ir sustiprinta.

Apibendrinant galima teigti, kad „Chuiło“ atveju pasirinktas strategijų derinys – ryžtingas kontroversijos stiprinimas, aiškiai artikuliuotas dialogas ir selektyvus rizikos valdymas – esant 3–4 lygio reakcijų intensyvumui pasirodė veiksmingas. Skulptūra ne tik pasiekė plačią tarptautinę auditoriją, bet ir buvo įtvirtinta kaip ilgalaikis antikarinis simbolis, o menininkui suteikė patirties,

kuri vėliau gali būti suformuluota kaip praktinės komunikacijos gairės kitiems provokuojančio meno kūrėjams.

2.3.3 Mykolo Saukos „Liudytoja“ atvejis

Kūrinio „Liudytoja“ kontekstas ir auditorijos reakcijų intensyvumas

Skulptūra „Liudytoja“ – apie 3 metrų aukščio betoninė nuogos, senstančio moters kūno figūra. Kūnas sąmoningai neidealizuojamas: ryškios raukšlės, nukarusi oda, matomos betono siūlės, pjūviai ir konstrukciniai elementai nėra maskuojami, bet tampa kūrinio dalimi. Figūra laikoma keliomis aiškiai matomomis metalinėmis atramomis, taip vizualiai pabrėžiant trapumą, laikinumą ir medžiagos „neužbaigtumą“.

Skulptūra sukurta anksčiau ir buvo eksponuota Vilniuje, skulptūrų ir vitražo centre, kurio, pasak autoriaus, „buvo viena iš daugelio skulptūrų“ ir jokio ryškesnio atgarsio nesulaukė. Zarasuose ji atsiranda 2025 m. vasarą, kai Zarasų krašto muziejus kūrinį įsigyja ir nusprendžia jį statyti buvusio KGB pastato kiemelyje. Šiam naujam kontekstui menininkas suteikia kitą pavadinimą – „Liudytoja“; taip bandoma aktualizuoti liudijimo, atminties ir laiko temas ir išvengti klausimo „prie ko čia ji?“, kuris būtų kilęs palikus pozuotojos asmeninį vardą.

Kultūra 2025.08.06 18:59

Drąsi Saukos skulptūra kelia aistras Zarasuose: nuogalė iškils KGB pastato kiemelyje 507



Gintarė Kairytė, LRT.lt
2025.08.06 18:59



Statula zarasiškiams bus pristatyta rugpjūčio viduryje | Zarasų rajono savivaldybės vizualizacija

11 pav. Mykolo Saukos skulptūros „Liudytoja“ vizualizacija Zarasų buvusio KGB pastato kiemelyje (Zarasų rajono savivaldybės iliustracija, publikuota G. Kairytės straipsnyje LRT.lt, 2025-08-06)

Šaltinis: <https://www.lrt.lt/>

Dokumentų analizės matricoje (7 priedas) atsispindi keli aiškūs medijų ir reakcijų pikai. Pirmoji banga prasideda dar iki skulptūros pastatymo: Zarasai.lt ir LRT publikacijos pristato būsimą kūrinį ir jo kontekstą, žinia išplinta socialiniuose tinkluose, LRT straipsnyje iš karto akcentuojamas „drąsus“ darbas, kuris kelia aistras Zarasuose. Labai greitai po to seka antrasis, krizinis etapas: skulptūra apgadinama ir padegama dar iki oficialaus atidengimo, policija sulaiko įtariamąjį, apie įvykį rašo pagrindiniai šalies portalai (LRT, 15min, Delfi), vyksta kelios radijo laidos („Pakeliui su klasika“, „Ryto Allegro“), kuriose diskutuojama apie skulptūros prasmę, nestandartinį moters kūną ir smurtą prieš meną. Vėliau fiksuojamas dar vienas išpuolis (ant skulptūros piešiama), atgaivinama vieša diskusija, o artėjant miesto šventei žiniasklaidoje talpinami pranešimai apie atidengimą, du kartus apgadintą skulptūrą ir viešą padegėjo atsiprašymą. Rudenį medijų dėmesį palaiko pranešimai apie prokuratūros siūlomą bausmę, teismo sprendimą ir platesnį kontekstą – kaip nepatikusios skulptūros padegimas užtraukė baudžiamąją atsakomybę.

Socialinių tinklų diskusijos, ypač po LRT „Facebook“ paskyros įrašais apie „Liudytoją“, atskleidžia ryškią poliarizaciją. Apytikriai pusė komentatorių skulptūrą vertina neigiamai, ją vadina „baisia skulptūra, ne menas, o tragedija“, „pasityčiojimu iš moters kūno“, klausia „o ką nors gražaus nebeišeina pastatyti?“, siūlo kūrinį „patalpinti į Grūto parką“ ir svarsto, ar skulptorius „neturi seksualinio iškrypimo požymių“. Kita dalis komentatorių gina menininką ir skulptūros idėją, pabrėždami jos meninę ir socialinę vertę: „stiprus menininko darbas“, „puikus Saukos meno kūrinys“, „skulptūra kalba apie smurtą, nepagarbą žmogui“, kritikuoja „provincinis“ požiūris į šiuolaikinį meną ir raginama diskutuoti, o ne slėpti nepatogų kūną. Toks medijų ir įvykių intensyvumas atitinka aukščiausio – 4 – reakcijų lygio indikatorius. Fiksuojami ne tik poliarizuoti komentarai ir aštri vieša kritika, pereinanti į moralizuojantį, kūną stigmatizuojantį ar patį menininką menkinantį toną, bet ir du fiziniai išpuoliai prieš kūrinį, teisėsaugos įsikišimas, baudžiamasis procesas bei politinės įtampos savivaldybės lygmeniu, menininkas ir institucijos priversti spręsti ne tik simbolines, bet ir labai konkrečias saugumo, teisines ir reputacines pasekmes.

Mykolo Saukos intencijos ir komunikacijos sprendimai

Interviu Mykolas Sauka pabrėžia, kad provokacija jam yra ne tiek specialiai planuojamas komunikacinis efektas, kiek jo paties pasaulėžiūros ir santykio su visuomene pasekmė: jei jo kūryba provokuoja, „vadinasi, mano egzistencija, mano gyvenimas yra provokacija, mano mąstymas, kaip aš suvokiu pasaulį“. Dalis to, kas viešojoje erdvėje laikoma „normaliu“ ir priimtiniu – „kalėdų eglutės, laimingi veidai, vaikų žaidimų aikštelė, gražūs pastatai, prekybos centrai“ – menininkui pačiam tampa provokacija ir konfliktinės įtampos šaltiniu. Tačiau „Liudytojos“ atveju jis akcentuoja ne šoką kaip tikslą, o norą kalbėti apie senatvę, nykimą, kūno ir medžiagų irimą, liudijimo ir atminties temas.

Sukurdamas ir perkeliamas skulptūrą į Zarasus, Sauka keičia jos pavadinimą – nuo konkretaus pozuotojos vardo prie abstraktesnio „Liudytoja“. Taip jis siekia, kad dėmesys būtų nukreiptas ne į asmenį („prie ko čia ji?“), o į platesnį liudijimo apie laiką, istoriją, žmogaus trapumą lauką. Menininko ankstesnė patirtis su panašiomis skulptūromis Vilniuje (Viršuliškių miško parke, kitose viešose erdvėse) lėmė lūkestį, kad ir Zarasuose reakcijos bus panašios – nuo abejingumo iki nuosaikaus pasidalijimo nuomonėmis, bet be ekstremalaus pasipiktinimo.

Kalbėdamas apie komunikaciją, Sauka atvirai pripažįsta, kad „komunikacijos“ sąvoka jam svetima. Zarasų atveju jis sąmoningai perduoda didžiąją dalį viešosios komunikacijos funkcijų Zarasų krašto muziejui ir savivaldybei, laikydamas, kad „kūrinys turi už save kalbėti“. Menininkas aptaria su partneriais, „apie ką tai yra“, parašo pradinį tekstą, kuris vėliau koreguojamas ir talpinamas savivaldybės kanaluose, tačiau detalai nevaldo formuluočių, akcentų ir kontekstualizacijos. Atgaline perspektyva jis aiškiai identifikuoja esminę klaidą – pranešimuose pernelyg akcentuotą ryšį su buvusio KGB pastato rūsiuose vykdytomis kankinimo praktikomis. Šis ryšys, jo manymu, sustiprina skandalo logiką ir nukreipė dėmesį nuo egzistencinių kūrinio temų į kriminalizuotą, politizuotą interpretaciją.

Kai tik skulptūros įkėlimo į socialinius tinklus fone prasideda neproporcingai didelis dėmesys, Sauka apie tai sužino dar važiuodamas paskui skulptūrą ant Fiskaro – jam skambina muziejaus atstovai ir radijas, informuodami apie intesyvias reakcijas. Nuo šio momento menininkas atsiduria pozicijoje, kur jam tenka derinti dvi roles: nenorą „tapti politikų nemėgstamu viešu asmeniu, siunčiančiu žinutes“, ir pareigą reaguoti į viešą kontroversiją, kuri jau nebesusijusi vien su kūrinio estetiniu vertinimu.

Faktinė komunikacijos strategija ir jos atitikimas modeliui

Teorinis modelis numato, kad 4 lygio – krizės – situacijose menininkai paprastai susiduria su cenzūros, fizinio smurto, grasinimų, teisinių procesų rizika ir turi taikyti krizės bei rizikos valdymo strategijas, glaudžiai bendradarbiaudami su institucijomis, ribodami savo viešą ekspoziciją ir saugodami emocinius resursus. „Liudytojos“ atvejis šį scenarijų gerai iliustruoja, kartu parodant ir tam tikrus modelio korekcijos taškus.

Iki krizės pradžios Saukos elgesys artimesnis neutraliai arba žemo intensyvumo situacijoms: jis nesiekia aktyvios provokacijos, nesitikėdamas ypatingo dėmesio, minimaliai įsitraukia į komunikacijos planavimą ir pasitiki institucijomis. Kontroversijai staigiai eskaluojantis – sulaukus radijo skambučių dar kelyje, žinios apie interneto reakcijas, vėliau paaiškęjus apie apgadinimą ir padegimą – menininkas turi greitai persiorientuoti į krizės strategijas.

Pirma, jis priima sprendimą dalyvauti tik dalyje viešų diskusijų. Sauka duoda interviu radijo laidoms, atsako į žurnalistų klausimus, tačiau sąmoningai atsitraukia nuo socialinių tinklų komentarų sekimo. Jis reflektuoja, kad tokią situaciją lengva paversti „aukos vaidmens“ ar savigailos spektakliu, tačiau pats sąmoningai renkasi saugoti nervus, nesileisti į Facebook komentarų analizę ir remtis „normaliomis apžvalgomis“, o ne trolių ar anoniminių komentatorių nuomonėmis. Tai atitinka emocinio rizikos valdymo ir dalinio tylėjimo strategiją krizės sąlygomis.

Antra, Sauka glaudžiai bendradarbiauja su institucijomis. Policija ir prokuratūra, jo vertinimu, „puikiai dirba savo darbą“: atvyksta, surašo protokolus, nustato padegėją, parengia baudžiamosios atsakomybės procedūras. Tuo pat metu menininkas jaučia aiškų muziejaus ir merės palaikymą, kurie, nepaisant politinių įtampų savivaldybėje, pasisako už skulptūros pastatymą ir išlaikymą. Su jais kartu sprendžiama, kad, nepaisant apgadinimų, „Liudytoja“ turi būti atidengta, net jei ateityje vėl būtų apdaužyta ir tektų ją nuimti. Šis sprendimas – nepasiduoti spaudimui trauktis – rodo, kad krizės valdymo strategija čia siejama su kūrinio išlaikymu viešojoje erdvėje, o ne su rizikos minimizavimu per atsisakymą.

Trečia, atvejis atskleidžia savotišką neatitikimą tarp objektyvių krizės indikatorių ir pačio menininko „krizės“ sampratos. Vėliau reflektuodamas Sauka teigia, kad „nėra jokios krizės iš tikrųjų“ – blogiausia, kas gali nutikti, jo manymu, yra skulptūros sunaikinimas ar pašalinimas. Jis pataria kitiems menininkams nesusiekti tokio masto konfliktų ir žiūrėti į juos kaip į neišvengiamą viešo konflikto su visuomene kainą. Ši pozicija leidžia papildyti modelį dimensija, kuri nebuvo akcentuota teorinėje dalyje: menininko subjektyvus krizės suvokimas gali būti

ženkliai nuosaikesnis nei iš šalies matomas rizikos lygis, tačiau būtent ši vidinė nuostata dažnai lemia, ar bus renkama atsitraukti, ar išlaikyti kūrinį viešojoje erdvėje.

Strategijos veiksmingumas ir Mykolo Saukos refleksija

Sėkmės kriterijus „Liudytojos“ atveju Sauka apibrėžia gana aiškiai: abejingumas jam yra blogiausias scenarijus, o dėmesys – tiek teigiamas, tiek neigiamas – rodo, kad kūrinys išjudino visuomenę. Zarasų skulptūros patirtį jis laiko sėkminga ta prasme, kad įvyko dialogas ir diskusija, kuri peržengė vien estetinės „patinka / nepatinka“ ribas. Šimtai skulptūrų Lietuvoje, jo pastebėjimu, pastatomos nesulaukdamos jokios reakcijos, o „Liudytoja“ išprovokavo labai platų spektrą nuomonių – nuo šviesių, išsilavinusių kultūros žmonių palaikymo iki agresyvių, meną kriminalizuojančių komentarų ir fizinio smurto.

Kartu ši patirtis pakeitė menininko santykį su viešąja erdve ir rizikos vertinimu. Jis pripažįsta, kad ateityje bus atsargesnis, „turės šią patirtį omenyje“ ir labiau suvoks, kokių reakcijų galima tikėtis iš skirtingų visuomenės sluoksnių. Tačiau ši atsarga nėra tapatinama su autocenzūra: Sauka svarsto, kad būtent visuomenėje matomos „deformacijos“ – agresyvios reakcijos, estetinių ir moralinių normų susidūrimai – jį inspiruoja dar labiau „deformuoti“ realybę savo mene, vaizduojant ir išryškinant šias įtampas. Zarasų įvykiai jam tampa kūrybine medžiaga, iš kurios gali gimti tiek nauji vizualiniai sprendimai, tiek, galbūt, aštresnė tekstinė satyra.

Kalbėdamas apie rekomendacijas kitiems menininkams, Sauka siūlo derinti drąsą ir apdairumą. Jo nuomone, svarbu „du tris kartus pagalvoti“ apie viešos žinutės formuluotę – ypač kai kalbama apie jautrius istorinius ar politinius kontekstus – ir tik tada skelbti tokį tekstą, kuris atitinka vidines vertybines nuostatas. Tuo pačiu jis ragina tausoti nervus, nesileisti į komentarų skaitymą, nepasiduoti aukos vaidmeniui ir suprasti, kad skulptūros suniokojimas ar pašalinimas nėra katastrofa, o viena iš galimų provokuojančio meno pasekmių.

10 lentelė

M. Saukos „Liudytoja“ atvejis – 4 lygio (krizės) aspektai

Strateginis komponentas	Patikslinimas pagal M. Saukos atvejį
Strateginis tikslas	Pagal modelio indikatorius („Liudytojos“ padegimas, pakartotinis išpuolis, policijos ir prokuratūros įsikišimas) situacija atitinka 4 lygmens – krizės – ribą. Tačiau pats M. Sauka interviu pabrėžia, kad šios situacijos kaip krizės nejautė.
Pagrindiniai uždaviniai	Zarasuose incidentai (padegimas, antrasis išpuolis, teismo procesas) dokumentuojami policijos ir prokuratūros lygmeniu, o muziejus ir savivaldybė faktiškai veikia kaip institucinis skydas menininkui. Tačiau pats Sauka interviu pripažįsta, kad rizikos mastas jį nustebino, todėl krizinė

	strategija formavosi jau įvykiams vykstant, o ne iš anksto. Šis atvejis rodo poreikį ateityje įsivertinti viešųjų erdvių konteksto įsigilinimą, vietos bendruomenės lūkesčius bei nuostatas.
Priemonės / metodai	„Liudytojos“ atveju realiai taikomos priemonės buvo: muziejaus ir mero vieši pasisakymai ginant kūrinį, policijos ir prokuratūros įsitraukimas, skulptūros restauravimas ir pakartotinis pristatymas miesto šventėje. Menininkas pats išlieka santūrus viešojoje komunikacijoje, vengia komentarų karų ir daugiau kalba per interviu.
Sėkmės indikatoriai	Nors Sauka susiduria su poliarizuotais komentarais, menininko veikla nenutrūksta, o skulptūra pasilieka viešojoje erdvėje. Teisiniai procesai nukreipiami ne prieš menininką, o prieš išpuolių vykdytoją; muziejus ir dalis kultūros lauko aiškiai deklaruoja meninės laisvės svarbą. Tai rodo, kad, nepaisant krizės intensyvumo, pavyksta išvengti ilgalaikio profesinės reputacijos žlugimo ir netgi sustiprinamas „Liudytojos“ kaip diskusijas provokuojančio meno simbolio statusas.

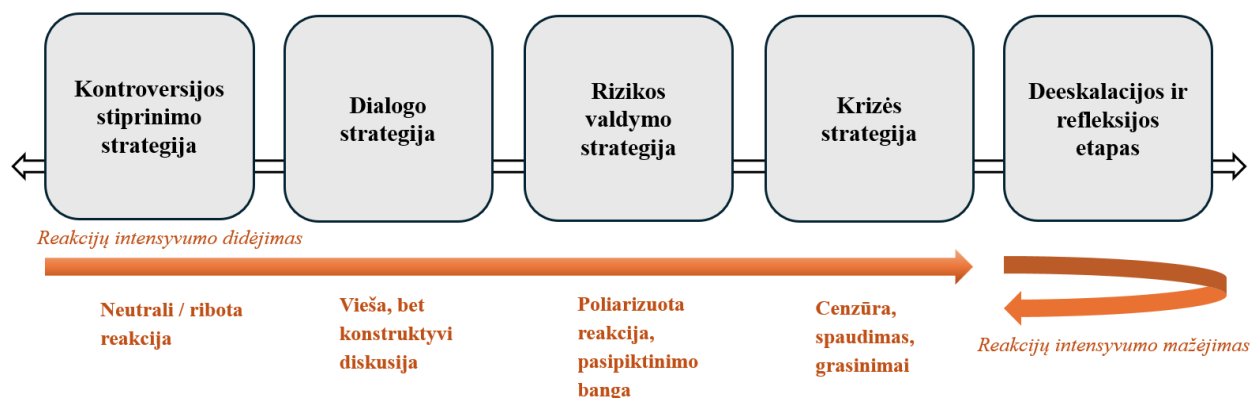
Apibendrinant, „Liudytojos“ atvejis leidžia teigti, kad krizės situacijoje efektyviausia pasirodė strategijų kombinacija: institucinio palaikymo naudojimas (muziejus, merė, teisėsauga), nuosaikus dalyvavimas viešose diskusijose, emocinė savisauga ir principinis atsisakymas pasiduoti spaudimui trauktis. Tokia elgsena ne tik leido išsaugoti kūrinį viešojoje erdvėje, bet ir pavertė jį svarbiu atspirties tašku platesnėms diskusijoms apie nestandartinį moters kūną, senatvę, atmintį ir meno vietą politizuotoje viešojoje erdvėje.

2.3.4 Provokuojančių meno kūrinių komunikacijos strategijų modelio patikslinimas

Empirinė trijų atvejų analizė (M. Gaubo „Chuilas“, D. Aleksos „Danas Aleksa“, M. Saukos „Liudytoja“) parodė, kad teoriniame modelyje išskirtos kontroversijos stiprinimo, dialogo, rizikos valdymo ir krizės strategijos (7 pav.) iš esmės pasitvirtina, tačiau realiose situacijose jos veikia dinamiškai ir persidengia. Analizuojami atvejai leidžia patikslinti modelį trimis aspektais:

1. strategijų taikymo seką ir tarpusavio sąveiką,
2. auditorijos reakcijų intensyvumo indikatorių turinį ir
3. menininko bei jo partnerių vaidmenų pasiskirstymą komunikacijos procese.

Remiantis tyrimo rezultatais, modelis papildomas deeskalacijos ir refleksijos etapu, kuris žymi ne tik reakcijų mažėjimą, bet ir tikslingą patirčių įsivertinimą bei strateginių sprendimų peržiūrą.



12 pav. Provokuojančio meno komunikacijos strategijų eskalacijos ir deeskalacijos modelis

Kaip matyti 12 pav., strategijos suprantamos kaip galimos provokuojančio meno komunikacijos kryptys, kurios realybėje gali persidengti, o deeskalacijos ir refleksijos etapas gali būti inicijuojamas po bet kurio reakcijų intensyvumo lygio, tačiau ypač aktualus po krizinių situacijų.

Pirma, visi trys atvejai rodo, kad provokuojančio meno komunikacija retai apsiriboja „gryna“ viena strategija. M. Gaubo atveju pradinė mobilios skulptūros kelionė per Lietuvos miestus ir sąmoningas siekis sukelti platų žiniasklaidos bei socialinių tinklų atgarsį atitinka kontroversijos stiprinimo strategiją, tačiau vėliau, išaugus poliarizacijai ir atsiradus grasinančioms žinutėms, menininko elgesys (komentarų neskaitymas, dėmesio telkimas į akcijos tikslą, koordinacija su aktyvistų bendruomene ir teisėsauga) pereina į rizikos valdymo strategiją. D. Aleksos atveju mobilios skulptūros panaudojimas proteste ir kryptingas įrašo „Protestų dekoracijos“ pasirodymas socialiniuose tinkluose suformuoja dialogo strategiją, kuri tuo pačiu stiprina kontroversiją, bet neperžengia konstruktyvios diskusijos ribų. M. Saukos „Liudytojos“ atvejuje pirminė meninė intencija nėra orientuota į skandalą, tačiau kilus aštriai auditorijos ir politinei reakcijai, o vėliau – įvykdžius vandalizmo aktą, menininkas ir institucijos derina rizikos valdymo ir dialogo strategijas: skulptūra ginama, bet neatsitraukiama nuo diskusijos. Tai leidžia daryti išvadą, kad empiriniame modelyje būtina akcentuoti mišrių strategijų taikymą ir perėjimus tarp jų, o ne vien linijinę eskalacijos seką.

Antra, atvejų analizė patikslina auditorijos reakcijų intensyvumo indikatorių turinį. Gaubo ir Saukos atveju akivaizdu, kad poliarizuota reakcija ir pasipiktinimo banga gali būti lydima ne tik boikoto ar „atšaukimo“ reikalavimų, bet ir tiesioginių grasinimų menininkui, teisėsaugos įsitraukimo bei fizinių išpuolių prieš kūrinį. Tai rodo, kad rizikos valdymo ir krizės strategijų

atskyrimas turėtų remtis ne vien formalia cenzūra ar parodų atšaukimu, bet ir menininko saugumo dimensija: gauta grasinanti komunikacija, policijos ar prokuratūros įsitraukimas, vandalizmo mastas. Tuo tarpu D. Aleksos atvejuje matyti, kad vieša, bet konstruktyvi diskusija gali vykti beveik vien socialinių tinklų rėmuose ir būti menkai atspindėta tradicinėje žiniasklaidoje – tai papildoma modelį, kuriame iki šiol didesnis dėmesys teiktas spaudos ir TV publikacijų apimčiai. Atsižvelgiant į šias įžvalgas, komunikacijos strategijų eskalacijos lygio modelį tikslinga papildyti socialinių tinklų sklaidos intensyvumo ir menininko saugumo indikatorių grupe.

Trečia, tyrimas išryškino komunikacijos vaidmenų ir atsakomybių pasidalijimo svarbą. M. Gaubo atveju dalis komunikacijos sąmoningai perduodama aktyvistų bendruomenei ir tarptautiniams kanalams, pats menininkas riboja emocinį įsitraukimą į komentarus srautą ir daugiau dėmesio skiria akcijos logistikai bei simboliniam gestui – skulptūros padovanojimui ukrainiečių organizacijai. D. Aleksa pats aktyviai formuoja protesto vizualizacijos naratyvą per savo „Facebook“ paskyrą, tačiau eskalavus diskusijai sąmoningai atsiriboja nuo polemikų komentaruose ir koncentruojasi į vieną apibendrinantį įrašą, kuriame per istorinės protestų ikonografijos palyginimą perrėmina situaciją. M. Sauka, priešingai, dalį komunikacijos perduoda muziejui ir savivaldybei, o vėliau refleksijoje įvardija, kad per daug griežta ir politizuota pradinė žinutė (KGB konteksto akcentavimas) tapo papildomu konflikto katalizatoriumi. Šie skirtumai rodo, kad modelyje reikalinga papildoma dimensija – strateginis pasirinkimas, kas tampa pagrindiniu komunikacijos „veidu“ skirtingais eskalacijos etapais: pats menininkas, institucijos partneriai ar solidarumo tinklai (aktyvistai, kolegos menininkai, kultūros lauko autoritetai).

Taigi, trijų analizuotų atvejų palyginimas leidžia teigti, kad sukurtas provokuojančio meno kūrinių komunikacijos strategijų modelis Lietuvos kontekste yra pritaikomas, tačiau reikalauja dinaminio, mišrių strategijų ir papildomų indikatorių akcentavimo. Toks patikslintas modelis gali tapti praktine priemone menininkams ir kultūros institucijoms, ruošiantis kontraversiškiems projektams ir juos valdant realių viešų reakcijų sąlygomis.

IŠVADOS

1. Provokuojantis menas – tai kūrybos forma, kurios esmė yra tikslingas ar spontaniškas socialinių, moralinių, kultūrinių ar politinių ribų peržengimas, siekiant išprovokuoti žiūrovo reakciją ir paskatinti viešą refleksiją. Teorinė analizė parodė, kad provokuojantis menas veikia ne tik kaip estetinė, bet ir kaip komunikacinė bei socialinės diagnostikos praktika. Provokacija išryškina konfliktiškas visuomenės vertybines ribas, priverčia artikuliuoti požiūrį į karą, kūrą, atmintį ir politinę galią. Todėl provokuojančių meno akcijų komunikacijos valdymas yra darbas su jautriomis kolektyvinės tapatybės temomis.
2. Analizuojant komunikacijos strategijų teorijas ir modelius meno kontekste nustatyta, kad provokuojančio meno komunikaciją naudinga vertinti taikant strateginės, dialoginės, rizikos ir krizių komunikacijos bei reputacijos valdymo teorijas. Šios teorijos leidžia konceptualizuoti menininko ir auditorijų santykį kaip daugialypį procesą, kuriame susikerta kūrinio intencijos, žiniasklaidos logika, politinis laukas ir skirtingų suinteresuotų grupių lūkesčiai. Meno organizacijų atveju komunikacijos strategija tampa tarpine grandimi tarp meninės laisvės ir institucinių atsakomybių.
3. Provokuojančio meno komunikacijos strategijos priklauso nuo iššauktos kontroversijos intensyvumo lygio ir gali būti išdėstytos eskalacijos skalėje nuo neutralios iki atvirai priešiškos reakcijos. Remiantis kiekvieno lygio indikatoriais skiriamos 4 galimos strategijos: kontroversijos stiprinimo, dialogo, rizikos valdymo ir krizės valdymo. Kiekvienai strategijai apibrėžtas tikslas, uždaviniai, rekomenduojamos priemonės ir sėkmės indikatoriai, taip parodant, kad provokuojančių kūrinių komunikaciją galima planuoti strategiškai, o ne vien reaguoti intuityviai.
4. Teorinio modelio pagrindu sukonstruotas provokuojančio meno komunikacijos strategijų eskalacijos modelis (reakcijų intensyvumo lygiai ir keturios strategijos – kontroversijos stiprinimo, dialogo, rizikos valdymo ir krizės) empiriškai pasitvirtino. Visi trys atvejai parodė, kad auditorijos reakcijų dinamika iš tiesų pereina nuo riboto dėmesio prie poliarizacijos ir krizinių situacijų, o menininkai renkasi skirtingus atsako būdus pagal reakcijų intensyvumą.

4.1 Atliekant pirmą tyrimo uždavinį buvo atrinkti trys provokuojančių meno kūrinių atvejai, aiškiai atspindintys skirtingus reakcijų intensyvumo lygius

Lietuvos kontekste. Dano Aleksos „Dano Aleksos“ skulptūros panaudojimas proteste atitiko 2 reakcijų intensyvumo lygį, kai dominuoja vieša, bet iš esmės konstruktyvi diskusija, vykstanti beveik vien socialinių tinklų erdvėje ir menkai atsispindinti tradicinėje žiniasklaidoje. Martyno Gaubo kūrinys „Chuilo“ priskirtinas 3–4 lygių sandūrai: fiksuota tarptautinio masto sklaida, poliarizuotos reakcijos, grasinančios žinutės ir pavienis teisėsaugos įsitraukimo atvejis, tačiau formalių cenzūros sprendimų nebuvo. Mykolo Saukos „Liudytoja“ atskleidė situaciją, kai 3 lygio poliarizuota diskusija perauga į 4 lygio krizę – pasireiškia du fiziniai išpuoliai prieš kūrinį, politinės įtampos savivaldos lygmeniu ir baudžiamasis procesas. Taigi visi trys atvejai empiriškai patvirtino, kad teoriniame modelyje apibrėžtos eskalacijos pakopos yra atpažįstamos ir pritaikomos Lietuvos provokuojančio meno kontekste.

- 4.2 Antrojo tyrimo uždavinio sprendimas atskleidė, kad menininkai provokuojančių kūrinių komunikaciją dažniausiai planuoja ne formaliai, o intuityviai, tačiau jų elgsenoje ryškėja pasikartojantys strateginiai principai. D. Aleksos atveju dominuoja dialogo ir kontroversijos stiprinimo derinys: menininkas naudoja asmeninę „Facebook“ paskyrą protesto vizualizacijai formuoti, tačiau eskalavus diskusijai sąmoningai nesivelia į komentarų karus ir renkasi vieną apibendrinantį įrašą, kuriame paaiškina protesto kontekstą bei simbolinius kodus. M. Gaubas kryptingai stiprina kontroversiją pasitelkdamas mobilią skulptūros kelionę ir sklaidą tarptautiniuose kanaluose, bet kartu taiko rizikos valdymo strategijas – riboja savo dalyvavimą diskusijose, ignoruoja dalį neapykantos komentarų ir, esant reikalui, remiasi institucijų parama. M. Saukos atveju krizinei situacijai išsivysčius Zarasuose, menininkas derina aktyvų viešą kalbėjimą (interviu radijui ir žiniasklaidai) su komunikacijos atsakomybių pasidalijimu – jis koordinuoja žinutes su muziejumi ir savivaldybe, kartu sąmoningai ribodamas įsitraukimą į komentarų skaitymą ir emocinius konfliktus. Šios patirtys rodo, kad provokuojančio meno kūrėjai komunikacijos strategiją suvokia kaip nuolatinį balansavimą tarp matomumo ir emocinės savisaugos, o sąmoningas apsisprendimas, kiek ir koku tonu kalbėti viešai, tampa esmine jų komunikacijos vadybos praktika.

4.3 Trečiasis tyrimo uždavinys leido patikslinti pradinį provokuojančių meno kūrinių komunikacijos strategijų eskalacijos modelį ir pritaikyti jį Lietuvos kontekstui. Pirma, visi trys atvejai parodė, kad realybėje strategijos beveik niekada neveikia „grynuoju“ pavidalu – jos taikomos mišriai ir kinta laikui bėgant: D. Aleksos atvejis jungia dialogo ir kontroversijos stiprinimo strategijas 2 lygio situacijoje; M. Gaubo – kontroversijos stiprinimo ir rizikos valdymo derinį 3–4 lygių sandūroje; M. Saukos – rizikos ir krizės valdymo kombinaciją, kai reakcijos pasiekia 4 lygį. Antra, atvejų analizė patikslino auditorijos reakcijų intensyvumo indikatorių turinį: aukštesniuose lygiuose esminiais rodikliais tampa ne vien medijų apimtis, bet ir menininko saugumo dimensija – grasinančios žinutės, vandalizmo aktai, policijos ar prokuratūros įsitraukimas, o žemesniuose lygiuose svarbiausia tampa socialinių tinklų sklaidos intensyvumas ir diskusijų tonas. Trečia, modelis papildytas deeskalacijos ir refleksijos etapu bei komunikacijos vaidmenų pasiskirstymo dimensija – išryškėja skirtingi scenarijai, kada pagrindiniu komunikacijos „veidu“ tampa pats menininkas, o kada tikslingiau, kad lygiagrečiai veiktų institucijos, aktyvistų bendruomenės ar profesiniai solidarumo tinklai. Šie patikslinimai leidžia modelį taikyti kaip praktinį įrankį planuojant provokuojančių meno kūrinių komunikaciją ir valdant kontroversijas skirtingo intensyvumo situacijose.

REKOMENDACIJOS

1. Rekomendacijos *menininkams*.

- 1.1 Prieš demonstruojant provokuojančius meno kūrinius viešojoje erdvėje rekomenduojama aiškiai įvardyti numatomą provokacijos lygį, jautriausias auditorijų grupes (vietos bendruomenė, politinės grupės, religinės bendruomenės ir pan.) ir eskalacijos indikatorius (pvz. žiniasklaidos apimtis, reakcijų intensyvumas, oficialūs skundai, peticijos ir t.t.). Šiame etape verta pasiruošti trumpą paaiškinamąjį tekstą, jog prireikus galėtų būti naudojami žiniasklaidoje ir socialiniuose tinkluose.
- 1.2 Esant ribotoms ar vidutinio intensyvumo reakcijoms (1–2 lygiai) rekomenduojama derinti kontroversijos stiprinimo ir dialogo strategijas – dalintis kūrinio vaizdais, paaiškinti intencijas, dalyvauti diskusijose tol, kol jos neperžengia neapykantos ir asmens puolimo ribų. Kai reakcija tampa poliarizuota ar atsiranda grasinimų (3–4 lygiai), prioritetu turėtų tapti rizikos valdymas: selektyvi komunikacija, sąmoningas atsiribojimas nuo „komentarų karų“, incidentų dokumentavimas, koordinacija su institucijomis ir aiškus rėmėjų bei partnerių vaidmenų apibrėžimas.
- 1.3 Pasibaigus intensyviai viešai diskusijai rekomenduojama skirti laiko patirčių ir sprendimų įsivardinimui (raštu užfiksuotas refleksijas, interviu, viešus tekstus), socialinių tinklų ir žiniasklaidos medžiagos archyvavimui, kad ji galėtų būti naudojama planuojant būsimas akcijas, individualių komunikacijos strategijos korekcijų numatymui (kas pasiteisino, ko ateityje vengti).

2. Rekomendacijos *meno institucijoms*.

- 2.1 Rengiant provokuojančius projektus, institucijoms rekomenduojama kartu su menininku susitarti, kas atsako į žiniasklaidos klausimus, kas komunikuoja su vietos bendruomene, kas – su politikais ar rėmėjais. Tai padeda išvengti situacijos, kai menininkas lieka vienintelis viešas „nešėjas“ ir patiria neproporcingą spaudimą.
- 2.2 Institucijoms rekomenduojama provokuojančius projektus planuoti remiantis modelio lygmenimis: numatyti scenarijus 1–4 lygiams, parengti informacinius tekstus, Q&A formatus ir moderavimo principus. Kilus poliarizacijai ar krizės požymiams, tai leidžia greičiau ir nuosekliau reaguoti.

2.3 Esant boikoto, spaudimo ar grasinimų požymiams institucijoms rekomenduojama fiksuoti incidentus ir bendradarbiauti su teisėsauga, viešai artikuliuoti savo poziciją dėl meninės laisvės ir kūrinio konteksto, užtikrinti, kad sprendimai dėl kūrinio eksponavimo (perkėlimo, nuėmimo, formuluočių keitimo) būtų pagrįsti, skaidrūs ir derinti su menininku, o ne priimami vien spaudimo pagrindu.

3. Rekomendacijos *menininkų sąjungoms*.

3.1 Remiantis geraisiais kitų šalių pavyzdžiais, parengti ir išleisti komunikacijos gidą menininkams kontroversijų atvejais. Gidas turėtų apimti: (1) aiškiai išdėstytus veiksmų žingsnius pagal reakcijų intensyvumo lygius (1–4) ir siūlomus kontroversijos stiprinimo, dialogo, rizikos bei krizės valdymo scenarijus; (2) praktines rekomendacijas, kaip bendrauti su žiniasklaida, vietos bendruomenėmis, politinėmis institucijomis ir rėmėjais eskaluotų situacijų metu; (3) bazinę teisinę informaciją apie neapykantos kalbą, meninės laisvės apsaugą, grasinimų ir vandalizmo aktų dokumentavimą bei kreipimąsi pagalbos; (4) pavyzdinius viešų pareiškimų, atsakymų į žiniasklaidos užklausas ir socialinių tinklų žinučių šablonus skirtingais eskalacijos lygiais. Tokios gairės leistų sistemingiau telkti menininkų solidarumą ir sumažintų riziką, kad menininkai kontroversijų atvejais liks vieni tvarkytis su reputaciniais ir saugumo iššūkiais.

SANTRAUKA (anglų kalba)

PRUSAKOVA, Jelena. (2025). *Communication Strategy of Provocative Artworks: A Model Based on Lithuanian Case Studies*. MA Graduation Paper. Kaunas: Kaunas Faculty, Vilnius University. 72 p.

S U M M A R Y

This master's thesis explores how contemporary Lithuanian artists plan and implement communication strategies when their works intentionally provoke strong public reactions. Although international research examines art as activism, protest and social dialogue, there is little systematic analysis of how individual artists manage communication, controversy and risk.

The aim of the thesis is to develop an empirically grounded communication strategy model for provocative artworks in the Lithuanian context. The theoretical part defines the concept of provocative art, analyses audience and crisis-communication theories relevant to the arts field, and proposes an initial escalation model combining controversy amplification, dialogue, risk-management and crisis strategies.

The empirical part applies an instrumental multiple-case study design and qualitative methods: document analysis of media coverage and social-media reactions, and semi-structured interviews with three artists – Martynas Gaubas, Danas Aleksa and Mykolas Sauka. Their cases (“Chuilo”, “Danas Aleksa” and “Liudytoja”) represent reactions levels from constructive debate to full crisis with vandalism and legal proceedings.

The findings show that artists rarely use a single “pure” strategy. Instead, they combine controversy, dialogue and risk-management in shifting ways, while relying on different partners – activists, museums, municipalities – as visible communicators at various stages. The model is refined by adding de-escalation and reflection as a separate phase and by introducing additional indicators related to social-media dynamics and the artist's personal safety.

The thesis concludes with recommendations for artists, art institutions and artists' unions on how to anticipate escalation levels, share communication roles and plan context-sensitive strategies when working with provocative art in Lithuania.

LITERATŪRA

1. Adams A. (2022). *Artivism: The battle for museums in the era of postmodernism*. Imprint Academic
2. Baudelaire, C. (1964). *The Painter of Modern Life and Other Essays*. (vertim. Jonathan Mayne). London: Phaidon Press.
3. Bayrakdar, D., Burgoyne, R. (2022). *Refugees and migrants in contemporary film, art and media*. Amsterdam. Routledge. 73 – 88.
4. Brodsky, J. K. (2022). *Digital public art and dismantling the patriarchy*. In *Dismantling the Patriarchy, Bit by Bit: Art, Feminism, and Digital Technology* (pp. 285–300). London: Bloomsbury Visual Arts
5. Burger P. (1984 [1974]). *Theory of the Avant-Garde*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
6. Coombs, W. T. (2012). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. SAGE Publications
7. Earley, C. (2023). Artistic Exceptionalism and the Risk of Activist Art. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 80, 141–152.
8. Eco, U. (1989). *The Open Work*. Cambridge, MA. Harvard University Press.
9. Eldridge, R. (2012). *Art and morality*. In *An introduction to the philosophy of art* (p. 225–252). Cambridge University Press.
10. Eldridge, R. (2012). *Art and society: Some contemporary practices of art*. In *An introduction to the philosophy of art* (p. 231–258). Cambridge University Press.
11. Elving, W.J.L., Postma, R.M., (2017). Social media: The dialogue myth? How organizations use social media for stakeholder dialogue. In: B. van Ruler, I. Smit, Ø. Ihlen and S. Romenti, eds. *How strategic communication shapes value and innovation in society*. Bingley: Emerald Publishing, 197–214.
12. Foster, H. (1996). *The return of the real: The avant-garde at the end of the century*. Cambridge, MA. MIT Press.
13. Freemuse. (2025). *The State of Artistic Freedom 2025*. Prieiga: https://www.freemuse.org/wp-content/uploads/2025/04/SAF-2025_web.pdf
14. Gaižauskaitė, I. ir Valavičienė, N. (2016). *Socialinių tyrimų metodai: kokybinis interviu*. Vilnius: Registrų centras.

15. Gulbrandsen, I.T., Just, S. N. (2020). *Strategizing communication: Theory and practice* (2 leidinys). Kopenhaga. Samfundslitteratur.
16. Hearn, A., 2008. Meat, mask, burden: Probing the contours of the branded self. *Journal of Consumer Culture*, 8(2), 197–217.
17. Highet, J. (2015). The return of Pangaea: Provocative art from Africa. *New African*, 549(July), 94-97. IC Publications.
18. Hoare, W. (2010). Print and institution in the making of art controversy. *In Transfiguring the arts and sciences* (107–124). Cambridge University Press
19. Hodge, S., (2021). Beyond the frame: 1990 – present. *ArtQuake: The Most Disruptive Works in Modern Art*. London: Frances Lincoln Publishing
20. Holmes, B., (2004). Artistic autonomy and the communication society. *Third Text*, 18(6), 547–555.
21. Jennstal, J., Oberg, P. (2019). The ethics of deliberative activism: In search of reasonableness and dialogic responsiveness in provocative art exhibitions. *Policy Studies*, 40(6), 648-661.
22. Jones, D. W. (2014). *Dada 1916 in Theory: Practices of Critical Resistance*. Liverpool University Press.
23. Kaiser, M. M. (2019). *Strategic planning in the arts: a practical guide*. Waltham, Massachusetts: Brandeis University Press.
24. Kinčinitis, V. (2007). *Audiovizualinės kultūros kon/tekstai*. Šiauliai: Saulės delta.
25. Kinčinitis, V. (2013). *Kultūros ir meno rinka pokyčių visuomenėje*. Vilnius : BMK leidykla
26. Kleppe, B., (2018). Managing autonomy: Analyzing arts management and artistic autonomy through the theory of justification. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 48(3), 191–205.
27. LaBelle, S., Waldeck, J. H. (2020). *Strategic communication for organizations*. University of California Press.
28. Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. Klagenfurt.
29. Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), Art

30. Mažeikis, G., Juraitė, K. (Red.).(2015). *Komunikuoti kultūrą: Institucijos, strategijos, auditorijos*. Vytauto Didžiojo Universitetas / Versus Aureus.
31. National Assembly of State Arts Agencies (NASAA). (2017). *Communicating about Arts Controversies*. Washington, DC: NASAA.
32. Navickaitė, R. (2020). Communication Models in Contemporary Art. In *15th Prof. Vladas Gronskas International Scientific Conference (84–90)*. Vilnius University Press. Kaunas
33. Nochlin, L. (1971). *Why Have There Been No Great Women Artists?* *Art News*, 69(9), 22–39, 67–71.
34. Otto, E. (2018). Against the wall: Murals, modern art, and controversy. In E. Otto (Ed.), *Haunted modernisms: Gender, memory, and cultural politics in postwar Germany* (81–104). Cambridge University Press.
35. Penketh, C. (2023). Belonging: Dialogues for a culturally responsive art & design education. *International Journal of Art & Design Education*, 42(4), 505–508.
36. Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice*. London: SAGE Publications Ltd.
37. Sigman, J. (2003). Self-mutilation, interpretation, and controversial art. *Midwest Studies in Philosophy*, 27, 276–294.
38. Sontag, S. (1966). *Against Interpretation and Other Essays*. Penguin Books Limited.
39. Žydzionaitė, V. ir Sabaliauskas, S. (2017). *Kokybiniai tyrimai: principai ir metodai*. Vilnius: Vaga.

PRIEDAI

1 PRIEDAS	Kontroversijų valdymo strategijos pagal auditorijos reakcijos tipą	78
2 PRIEDAS	Skulptūros „Danas Aleksa“ socialinių tinklų sklaidos suvestinė (atrankinė).....	81
3 PRIEDAS	Skulptūros „Chuilo“ medijų sklaidos suvestinė	82
4 PRIEDAS	Skulptūros „Liudytoja“ medijų sklaidos suvestinė	89
5 PRIEDAS	Provokuojančių meno kūrinių dokumentų analizės matrica: M. Gaubas, „Chuilo“	92
6 PRIEDAS	Provokuojančių meno kūrinių dokumentų analizės matrica: D. Aleksa, „Danas Aleksa“	94
7 PRIEDAS	Provokuojančių meno kūrinių dokumentų analizės matrica: M. Sauka, „Liudytoja“	96
8 PRIEDAS	Statement of Donation Martynas Gaubas.....	99
9 PRIEDAS	Pusiau struktūruoto interviu gairės.....	100
10 PRIEDAS	Martyno Gaubo interviu transkripcija (2025-12-14).....	103
11 PRIEDAS	Dano Aleksos interviu transkripcija (2025-12-13)	105
12 PRIEDAS	Mykolo Saukos interviu transkripcija (2025-12-17)	107
13 PRIEDAS	D. Aleksos įrašas „PROTESTŲ DEKORACIJOS“ – refleksija apie protestų vizualizacijas.....	111
14 PRIEDAS	Sutikimas dalyvauti tyrime Martynas Gaubas.....	112
15 PRIEDAS	Sutikimas dalyvauti tyrime Danas Aleksa	113
16 PRIEDAS	Sutikimas dalyvauti tyrime Mykolas Sauka.....	114
17 PRIEDAS	Baigiamojo magistro darbo rengimo grafikas	115

Kontroversijų valdymo strategijos pagal auditorijos reakcijos tipą

Situacija ir indikatoriai (jei...)	Strateginis tikslas	Pagrindiniai uždaviniai	Priemonės / metodai	Sėkmės indikatoriai
1. Auditorijos reakcija neutrali arba ribota. Indikatoriai: - publikacijų žiniasklaidoje skaičius neviršija įprasto lygio arba jį viršija nežymiai (iki ~1,5 karto); - socialinių tinklų pasiekiamumas ir įsitraukimas ne daugiau kaip ~1–1,5 karto didesnis už vidutinį menininko įrašų lygį; - neigiami komentarai sudaro < ~15 %; - nėra skundų, peticijų, politinių pareiškimų.	Įsivertinti, ar pasiekta tikslinė auditorija ir ar provokacija sukėlė planuotą poveikį, neeskaluojant situacijos.	- Išanalizuoti kūrinio temą, formą ir sklaidos kanalus. - Nustatyti, ar reikia koreguoti žinutę, auditoriją ar komunikacijos intensyvumą. - Apsispręsti, ar tikslinga inicijuoti papildomą viešą diskusiją.	– Vidinė refleksijos sesija (menininkas, komanda). – Lankytojų, pasiekiamumo ir įsitraukimo duomenų analizė. – Papildoma komunikacijos banga su aiškesniu kontekstu (pvz., kuratoriaus tekstas, interviu).	– Vėlesnėse komunikacijos bangose pasiekiamumas ir įsitraukimas padidėja (pvz., ≥ 2 kartus lyginant su pradine banga). – Atsiranda kokybinės reakcijos: atsiliepimai, recenzijos, interviu. – Išlieka žemas neigiamų reakcijų lygis, diskusija nevirsta poliarizuotu konfliktu.
2. Reakcija sukelia viešą, bet konstruktyvią diskusiją. Indikatoriai: – žiniasklaidoje apie kūrinį pasirodo maždaug 2–4 kartus daugiau publikacijų negu įprastai; daugiausia analitinio / kultūros pobūdžio tekstai; – socialinių tinklų įsitraukimas 2–4 kartus didesnis už vidutinį; neigiami komentarai neviršija ~40 %, dominuoja argumentuotos nuomonės; – nėra boikoto, cenzūros ar „atšaukimo“ reikalavimų.	Palaikyti ir nukreipti viešą dialogą, suteikti kūrinio kontekstą ir gilesnį supratimą, išlaikant kritikos atvirumą.	– Įsitraukti į diskusiją kaip vienam iš argumentuotų balsų. – Paaiškinti intencijas, kontekstą ir kūrinio tikslus. – Palaikyti atvirą, bet ne gynybinę poziciją.	– Interviu, paaiškinamieji tekstai, Q&A formatai. – Vieši pokalbiai, diskusijų renginiai, moderuojami susitikimai su auditorija.	– Diskusijų tonas išlieka konstruktyvus (pozityvių ir neutralių reakcijų dalis ≥ 60 %). – Publikacijose ir komentaruose daugėja nuorodų į kontekstą, argumentų, o ne asmeninių atakų. – Diskusija neperauga į boikoto ar cenzūros reikalavimus.

3. Reakcija tampa poliarizuota, kyla pasipiktinimo banga ir politinės interpretacijos. Indikatoriai: – žiniasklaidos dėmesys kūriniui yra 5–10 kartų didesnis nei įprastai; kūrinys pateikiamas „skandalo“ ar „konflikto“ logikoje; – socialinių tinklų įsitraukimas žymiai viršija įprastą (≥ 5 kartus); neigiamos ar pykčio reakcijos sudaro $> \sim 50\%$; – atsiranda boikoto hashtagai, petičijos, kvietimai atšaukti renginį, į diskusiją įsitraukia politikai ar institucijos.	Suvaldyti reputacinę ir veiklos riziką, perkelti diskusiją iš asmens lygmens į idėjų ir politikos lygmenį.	– Identifikuoti pagrindines suinteresuotąsias grupes ir jų argumentus. – Pasirinkti aiškią komunikacijos poziciją (paaiškinimas, atsiprašymas, meninės laisvės gynimas ir pan.). – Apsispręsti, kokius kanalus ir koku tonu menininkas pats komunikuos (pvz., asmeninis profilis, atskiras pareiškimas, interviu)	– Sisteminga reakcijų analizė (kur, kas, koku tonu reaguoja). – Faktinis pareiškimas ar pozicijos dokumentas, atskiriantis asmeninį puolimą nuo idėjų kritikos. – Tikslingi interviu ir dalyvavimas diskusijose, vengiant konfrontacinio tono.	– Mažėja asmeninių atakų ir neapykantą kurstančių komentarų dalis. – Žiniasklaidoje diskusija perorientuojama į argumentų ir konteksto lygmenį. – Pavyksta išvengti naujų sankcijų (projekto atšaukimo, finansavimo ar partnerių praradimo).
4. Kontroversija perauga į krizę (cenzūra, spaudimas, grasinimai). Indikatoriai: – oficialūs sprendimai atšaukti parodą, nukabinti kūrinių, riboti jo sklaidą; – menininkui adresuojami tiesioginiai grasinimai, patyčios; – įsitraukia teisėsauga, politinės struktūros, rėmėjai ar partneriai svarsto pasitraukimą.	Užtikrinti menininko saugumą, teisinę apsaugą ir meninę laisvę.	– Dokumentuoti incidentus ir galimą žalą (fizinę, reputacinę, finansinę). – Įtraukti teisinę, profesinę ir solidarumo pagalbą (tinklai, asociacijos). – Parengti ir įgyvendinti krizinę komunikacijos planą.	– Kreiptis į Artists at Risk, žmogaus teisių ir menininkų organizacijas. – Gauti teisinę konsultaciją, parengti viešą pozicijos pareiškimą. – Įdiegti saugumo procedūras (renginių, komunikacijos moderavimo ir pan.).	– Užtikrintas menininko fizinis bei teisinis saugumas: grasinimai sumažėja arba nutraukiami, rizika įvertinama, menininkas žino, į kokias pagalbos struktūras gali kreiptis (teisines, menininkų teisių organizacijas) – Viešai suformuota ir matoma meninės laisvės gynimo pozicija. – Krizė neperauga į ilgalaikį profesinės reputacijos žlugimą: menininkas nepraranda galimybių eksponuoti darbus, kvietimų į projektus, išlaiko ryšius su auditorija ir užsakovais.

5. Kontroversija išsikvepia, reakcijų intensyvumas mažėja (deeskalacija). Indikatoriai: – naujų publikacijų ir komentarų skaičius grįžta į 1–2 lygio intervalus; – socialinių tinklų įsitraukimas mažėja, dominuoja pavieniai komentarai, be naujų boikoto ar grasinimų formų; – nutraukiami ar užbaigiami teisiniai ir instituciniai procesai.	Paversti krizės patirtį mokymusi ir ilgalaikę komunikacijos bei rizikos valdymo korekcija.	– Apibendrinti, kas suveikė ir kas ne kiekvienoje reakcijos fazėje. – Atnaujinti komunikacijos, krizės ir saugumo procedūras. – Integruoti patirtį į naujas menines intencijas ir projektų planavimą.	– Menininko asmeninė refleksija (užrašai, pokalbis su patikimais kolegomis) – Kitų provokuojančių projektų metu pastebimas geresnis pasirengimas: trumpesnis reagavimo laikas, aiškesnis vaidmenų pasidalijimas, labiau valdomos kontroversijos.	– Menininkas yra susiformavęs aiškų asmeninį veiksmų planą, kaip elgtis kontroversijos atveju (pvz., keli nuoseklūs žingsniai) ir realiai juo vadovaujasi. – Vėlesnėse panašiose situacijose reagavimas tampa nuoseklesnis: mažiau impulsyvių sprendimų, greičiau pereinama nuo emocinės reakcijos prie apgalvotos komunikacijos. – Ilgainiui panašios kontroversijos rečiau perauga į destruktivią krizę ir dažniau virsta valdomomis, konstruktyviomis diskusijomis.
--	--	---	---	--

Sudaryta pagal NASAA (2017). *Communicating Arts Controversy: Best Practices for State Arts Agencies*; Freemuse (2024). *The State of Artistic Freedom*; Gulbrandsen, I. T., & Just, S. N. (2020). *Strategizing Communication: Theory and Practice*.

2 PRIEDAS

Skulptūros „Danas Aleksa“ socialinių tinklų sklaidos suvestinė (atrankinė)

Eil. nr.	Data	Platforma	Paskyra	Įrašo tipas / trumpas aprašas	Reakcijų rodikliai	Pastabos
1	11/21/2025	Facebook	Danas Aleksa	„Ryto kava su inteligentu“ (nuotrauka namuose)	~215 reakcijų, 6 komentarai, 4 pasidalijimai	Ižanginis, „sužmogina“ skulptūrą prieš protestą
2	11/21/2025	Facebook	Danas Aleksa	„Bendražygiai!“ (nuotrauka Gedimino pr.)	~227 reakcijų, 35 komentarai, 1 pasidalijimas	Pagrindinis protesto įrašas
3	11/21/2025	Facebook	Kazys Preikšas	Įrašas su skulptūros nuotrauka, apie 1,2 tūkst. reakcijų	~1,2k reakcijų, dešimtys komentarų ir pasidalijimų	Didžiausias pasiekiamumas, politinė interpretacija
4	11/22/2025	Facebook	Ona Marija Dy Urbšytė	„Daukanto aikštės strutis“ (fotografo T. Tereko nuotrauka)	~70 reakcijų, 7 komentarai	Sklaidos tąsa per kultūros bendruomenę
5	11/25/2025	Facebook	Danas Aleksa	„PROTESTŲ DEKORACIJOS“ – ilgas refleksinis postas	~185 reakcijų, 30 komentarų, 8 pasidalijimai	Refleksija apie protestų vizualizacijas ir ankstesnę simboliką

Skulptūros „Chuilo“ medijų sklaidos suvestinė

Eil.nr	Data	Medijos kanalas	Medijos tipas	Publikacijos pavadinimas	Nuoroda	Reakcijų rodikliai
1	2025 02 17	Kas Vyksta Kaune	Naujienų portalas, straipsnis	Menininkas M. Gaubas pirmą kartą į Kauną atvežė provokuojančią putino skulptūrą	https://kaunas.kasvyksta.lt/2025/02/17/video/menininkas-m-gaubas-pirma-karta-i-kauna-atveze-provokuojancia-putino-skulptura-foto-video/?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAc3J0YwZhcHBfaWQMjIyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHn8xzZqQdEiOZnJECuZkHSuKfpcUqfkqvTXqsudFKX54FHff1e-C7ft4D4Co_aem_Nw8YBqsgTRjUjjMkfjiqLw	
2	2025 02 17	Kas Vyksta Kaune YouTube	TV Reportažas	Į Kauną pirmą kartą atvežta provokuojanti putino skulptūra	https://www.youtube.com/watch?v=TDRO5ZwDhg	22 tūkstančiai peržiūrų, 220 patinka, 91 komentarų
3	2025 02 17	Kauno Diena	Naujienų portalas, straipsnis	Po Kauno gatves - su Putiną pašiepiančia skulptūra	https://kauno.diena.lt/naujienos/kaunas/miestopulsas/po-kauno-gatves-su-provokuojancia-putino-skulptura-1212546?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAYnJpZBEwUGZ1VDZETGNrZE9NWW5OdXNydgMGYXBwX2lkEDlYmJAzOTE3ODgyMDA4OTIAAR5ET4NyjV-E8yAqtsxFxABQCbQK4qB2EEvKp1_oFTGQfnt5kH7tb0_YbuRHg_aem_LtG5rpHN TNcAbz8eq1u2g	
4	2025 02 17	15min	Naujienų portalas, straipsnis	Kaune – gluminantis vaizdelis: į centrą atvežta Putiną pašiepianti skulptūra keliaus po šalį	https://www.15min.lt/zmones/naujiena/lietuva/kaune-gluminantis-vaizdelis-i-centra-atvezta-putina-pasiepianti-skulptura-keliaus-po-sali-1050-2396950	
5	2025 02 17	LRT.lt	Naujienų portalas, straipsnis	Menininkas Gaubas sukūrė skulptūrą Putinui: „Noriu, kad žinotų, jog čia nelaukiami“	https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/2490535/menininkas-gaubas-sukure-skulptura-putinui-noriu-kad-zinotu-jog-cia	3542 FB pasidalinimai

					nelaukiami?utm_medium=Social&utm_source=Facebook&fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAc3J0YwZhcHBfaWQQMjlyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHlhkAqvjEWkJLVeQU8qoTdCbBSKu7irHzWGazydjaxawdooIU2DOk8mW3b-2a_aem_MQoTtxmymGyikepPLwiEyg#Echobox=1739806855	
6	2025 02 17	X	Socialinis tinklas, trumpasis įrašas	Paskyros @zvalgas įrašas apie pasirodžiusią skulptūrą Lietuvoje	https://x.com/zvalgas/status/1891519235253322140	1,4 mln. peržiūrų, 25 tūkstančiai patinka, 3 tūkstančiai pasidalinimų, 399 komentarų, 1 tūkstantis žymių
7	2025 02 17	LNK.lt	Naujienų portalas, straipsnis	Po Kauno gatves – su Putiną pasiepiančia skulptūra	https://lnk.lt/straipsniai/Lietuvoje/po-kauno-gatves--su-putina-pasiepiancia-skulptura-/299792	
8	2025 02 18	tv3.lt	Naujienų portalas, straipsnis	Lietuvis skulptorius išnagrinėjo Putiną ir pasiuntė aiškią žinią: štai kur agresoriaus vieta	https://www.tv3.lt/naujiena/lietuvis-skulptorius-isnagrinejo-putina-ir-pasiunte-aiskia-zinia-stai-kur-agresoriaus-vieta-n1398579	225 komentarai
9	2025 02 18	Etaplius.lt	TV reportažas + straipsnis	Skandalinga menininko Gaubo skulptūra atkeliavo į Šiaulius	https://www.etaplius.lt/miestas/naujiena/skandalinga-menininko-gaubo-skulptura-atkeliavo-i-siaulius-345438?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAc3J0YwZhcHBfaWQQMjlyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHs9P46sOfP40r3eyIbQkzaTD60l4_9AepgG9-6tOsIJCcFBqFrIPRV6fu-DA_aem_x-gif3-og9cDpk37dTlhFA	
10	2025 02 18	palangoszinios.lt	Naujienų portalas, straipsnis	Menininkas Gaubas sukūrė skulptūrą Putinui: „Noriu, kad žinotų, jog čia nelaukiami“	https://palangoszinios.lt/menininkas-gaubas-sukure-skulptura-putinui-noriu-kad-zinotu-jog-cia-nelaukiami/	
11	2025 02 18	technologijos.lt	Naujienų portalas, straipsnis	Kaune! Kremlius apsiptos. Pasirodė „tikrasis“ Putinas	https://m.technologijos.lt/cat/5620/article/S-192420	242 reakcijos, 13 pasidalinimų

12	2025 02 18	Reddit	Socialinis tinklas, trumpasis įrašas	r/Art Hayasdan2020 įrašas apie skulptūros pasirodymą Kaune	https://www.reddit.com/r/Art/comments/1islg47/chuilo_kaunas_lithuania_martynas_gaubas_mixed/	2400 patinka, 12 komentarų
13	2025 02 19	euromaidanpress.com	Naujienų portalas, straipsnis	Lithuanian artist pays “homage” to Putin (photos)	https://euromaidanpress.com/2025/02/19/lithuanian-artist-pays-homage-to-putin-photos/	
14	2025 02 19	YouTube	YouTube kanalo laida	„Nevzorov Live“: Крутой поворот. Дискредитация НАТО. Путин ликует.	https://www.youtube.com/watch?v=Btvh_UXB3q0&t=1194s	609 tūkstančiai peržiūrų, 37 tūkstančiai patinka, 3410 komentarų
15	2025 02 22	NOS / „Nieuwsuur“	TV naujienų laida	Litouwen bezorgd over Poetins agressie	https://nos.nl/nieuwsuur/video/2556938-litouwen-bezorgd-over-poetins-agressie	
16	2025 05 09	LRT.lt	Naujienų portalas, straipsnis	Menininko Gaubo skulptūra Putinui – sovietų karių kapinėse Varšuvoje	https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/2558314/menininko-gaubo-skulptura-putinui-sovietu-kariu-kapinese-varsuvoje?srsId=AfmBOoqzerCWNqgb5gYdl_FybSxgdZE_5hScbfHCUZN1DwN4moE9aJQX	1578
17	2025 05 09	15min.lt	Naujienų portalas, straipsnis	Sovietinių karių kapinėse Varšuvoje – penio formos lietuvių skulptoriaus darbas	https://www.15min.lt/kultura/naujiena/naujienos/sovietiniu-kariu-kapinese-varsuvoje-penio-formos-lietuviu-skulptoriaus-darbas-1770-2446668	
18	2025 05 09	uatribune.com	Naujienų portalas, straipsnis	A two-meter anti-war sculpture “Khuylo” was installed in Poland	https://uatribune.com/en/a-two-meter-anti-war-sculpture-khuylo-was-installed-in-poland/	
19	2025 05 09	112.ua	Naujienų portalas, straipsnis	A Phallic Putin Appears in Warsaw	https://112.ua/en/uvarsavi-zavivsa-falicnij-putin-foto-62603	
20	2025 05 09	wiadomosci.onet.pl	Naujienų portalas, straipsnis	Putin jako fallus w helmie. Reakcja artystów na próbę rosyjskiego ambasadora	https://wiadomosci.onet.pl/kraj/putin-jako-fallus-w-helmie-reakcja-artystow-na-probe-rosyjskiego-ambasadora/d6y6qpw	
21	2025 05 10	kresy.pl	Naujienų portalas, straipsnis	Litwin urządził antyputinowski happening w Warszawie	https://kresy.pl/wydarzenia/litwin-urzadzil-antyputinowski-happening-w-warszawie-video-foto/	
22	2025 05 09	imi.org.ua	Naujienų portalas, straipsnis	У Варшаві зірвали акцію посольства РФ скульптурою, яка зображує	https://imi.org.ua/news/u-varshavi-zirvaly-aktsiyu-posolstva-rf-skulpturoyu-	

				Путіна у вигляді пеніса	yaka-zobrazhuje-putina-u-vyglyadi-penisa-i68146	
23	2025 05 09	LRT.lt	Naujienu portalas, straipsnis	У Варшаві презентували скульптуру-протест проти Путіна і російської пропаганди	https://www.lrt.lt/ua/novini/1263/2558223/u-varshavi-prezentuvali-skul-pturu-protest-proti-putina-i-rosiis-koyi-propagandi	
24	2025 05 09	ukrinform.ua	Straipsnis, video reportažas	У Варшаві презентували скульптуру литовського митця Мартинаса Гаубаса «*уйло»	https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3991108-u-varsavi-prezentuvali-skulpturu-litovskogo-mitca-martinasa-gaubasa-cujlo.html	
25	2025 05 09	naszwybir.pl	Naujienu portalas, straipsnis	У Варшаві презентували скульптуру, яка зображує Владіміра Путіна у вигляді чоловічого статевого органа	https://naszwybir.pl/huilo/	
26	2025 05 09	slawa_tv	Video reportažas	Статуя Путіна у Варшаві: чоловічий статевий орган із головою диктатора	https://www.youtube.com/shorts/6oihzy3FfJs	
27	2025 05 09	www.the-warsaw.pl	Naujienu portalas, straipsnis	У Варшаві з'явилася скульптура чоловічого статевого органу з обличчям Путіна: її встановили в символічному місці	https://www.the-warsaw.pl/uk/127798/u-varshavi-z-javilasja-skulptura-cholovichogo-statevogo-organu-z-oblichchjam-putina-ii-vstanovili-v-simvolichnomu-misci/	
28	2025 05 09	kyiv24.news/	Naujienu portalas, straipsnis	У Варшаві привітали Путіна персональною скульптурою у вигляді пеніса	https://kyiv24.news/news/u-varshavi-pryvitaly-putina-personalnoyu-skulpturoyu-u-vyglyadi-penisa/amp	
29	2025 05 09	glavcom.ua	Naujienu portalas, straipsnis	У Варшаві з'явився фалічний Путін	https://glavcom.ua/amp/world/observe/u-varshavi-zjavivsja-falichnij-putin-foto-1058052.html	
30	2025 05 09	ukranews.com	Naujienu portalas, straipsnis	У Варшаві біля радянського цвинтаря встановили скульптуру чоловічого статевого органу з обличчям Путіна	https://ukranews.com/ua/news/1081004-u-varshavi-bilya-radyanskogo-cvintarya-vstanovyly-skulpturu-cholovichogo-statevogo-organu-z	12300 peržiūrų
31	2025 05 09	Glavcom	Naujienu portalas, straipsnis	У Варшаві з'явився фалічний Путін (фото)	https://glavcom.ua/amp/world/observe/u-varshavi-	

					zjavivsja-falichnij-putin-foto-1058052.html	
32	2025 05 09	Instagram	Socialinis tinklas, įrašas (foto)	Instagram įrašas apie skulptūros „Chuiło“ pristatymą Varšuvoje (foto iš protesto)	https://www.instagram.com/p/DJcBdljMZVF/?igsh=eGV2cm52Y3Zh2U=	4 tūkstančiai patiktukų, 36 komentarai
33	2025 05 09	LRT.ua	Naujienų portalas, straipsnis	У Варшаві презентували скульптуру-протест проти Путіна і російської пропаганди	https://www.lrt.lt/ua/novini/1263/2558223/u-varshavi-prezentuvali-skul-pturu-protest-proti-putina-i-rosiis-koyi-propagandi?srltid=AfmBOopVCX4UH8zzGwdMwSMUe65XUcMMpSodPVUIZb3pgdJc2UoteMA-	
34	2025 05 09	NV.ua	Naujienų portalas, straipsnis	Скульптуру Путіна у вигляді пеніса показали у Варшаві	https://nv.ua/ukr/amp/skulptura-putina-u-viglyadi-penisa-pokazali-u-varshavi-50512657.html	
35	2025 05 09	inPoland.net.pl	Naujienų portalas, straipsnis	9 maja w Polsce prezentacja rzeźby Putina «Chujło»	https://inpoland.net.pl/novosti/glawnoe/9-travnnya-upolshhi-prezentaciya-skulpturi-putina-khu-lo/	
36	2025 05 08	Socportal.info	Naujienų portalas, straipsnis	У Польщі напередодні 9 травня представили скульптуру "на честь Путіна" та вимагають висилання посла РФ	https://socportal.info/ua/news/u-polshchi-naperedodni-9-travnnya-predstavili-skulpturu-nachest-putina-ta-vimagaiut-visilannya-posla-rf/amp/	
37	2025 05 09	Censor.net	Naujienų portalas, vaizdo naujiena	Путін – х*йло: скульптура російського диктатора у Польщі	https://censor.net/ua/video/news/3551288/putin-huyilo-skulptura-rosiyiskogo-dyktatora-u-polschi	75 patinka
38	2025 05 09	Gazeta Wyborcza – Warszawa	Naujienų portalas, straipsnis	Penis z głową Putina. Antywojenny protest na cmentarzu żołnierzy...	https://warszawa.wyborcza.pl/warszawa/7,54420,31920553,penis-z-glowa-putina-antywojenny-protest-na-cmentarzu-zolnierzy.html	41 komentaras
39	2025 05 09	Wojna.co.pl	Naujienų portalas, straipsnis	Putin jako fallus w helmie. Reakcja artystów na próbę rosyjskiego ambasadora	https://wojna.co.pl/putin-jako-fallus-w-helmie-reakcja-artystow-na-probe-rosyjskiego-ambasadora-30243654.html?utm_source=chatgpt.com	
40	2025 05 09	Naszemiasto.pl (Warszawa)	Naujienų portalas, straipsnis	„Członek z głową Putina i tatuażem Stalina – trwa	https://warszawa.naszemiasto.pl/czlonек-z-glowa-putina-i-tatuazem-stalina-trwa-antywojenny-	

				antywojenny happening...”	happening-na-cmentarzu-radzieckim-w-warszawie/ar/c1p2-27566285	
41	2025 05 09	Facebook	Socialinis tinklas, įrašas	WarNEWS.PL paskyros įrašas	https://www.facebook.com/share/p/17yWpV9TZt/?mibextid=wwXIfr	1900+ patinka, 842 komentarai, 55 bendrinimai
42	2025 05 09	X	Socialinis tinklas, trumpasis įrašas	Nexta Polska įrašas su skulptūros „Chuiło“ nuotrauka ir trumpu komentaru apie protestą Varšuvoje	https://x.com/nexta_polska/status/1920760897884045683?s=46	54200+ peržiūrų, 1100+ patinka, 93 komentarai, 121 pasidalinimų
43	2025 05 09	112.ua (PL versija)	Naujienų portalas, straipsnis	U Warszawie zawił się faliczny Putin (FOTO)	https://112.ua/pl/u-varsavi-zavivsa-falicnij-putin-foto-62603	5264 peržiūrų
44	2025 05 09	Super Express (se.pl)	Naujienų portalas, straipsnis	Krew, transparenty i prześmiewcza rzeźba Putina – symboliczny protest na cmentarzu-mauzoleum...	https://www.se.pl/warszawa/krew-transparenty-i-przesmiewcza-rzezba-putina-symboliczny-protest-na-cmentarzu-mauzoleum-zolnierzy-radzieckich-aa-hCjp-YoJm-zpLR.html	
45	2025 05 09	TVN24 / TVN Warszawa	TV naujienos (straipsnis + reportažas)	Pranešimas apie protestą ir incidentą sovietinių karių kapinėse su skulptūra „Chuiło“	https://tvn24.pl/tvnwarszawa/mokotow/warszawa-awanrura-na-tereniecmentarza-mauzoleum-zolnierzy-armiiczerwonej-ambasadorosji-skladal-kwiaty-obok-protestantywojenny-st8452276	
46	2025 05 10	Kresy.pl	Naujienų portalas, straipsnis	„Prowojenna prowokacja Litwina na cmentarzu żołnierzy pod hasłami antywojenności”	https://kresy.pl/wydarzenia/litwin-urzadzil-antyputinowski-happening-w-warszawie-video-foto/	
47	2025 05 10	Gazeta Wyborcza – Białystok	Naujienų portalas, straipsnis	Ochroniarze ambasadora Rosji w kamizelkach z logo partii wiceministra...	https://bialystok.wyborcza.pl/bialystok/7,35241,31921434,ochroniarze-ambasadora-rosji-w-kamizelkach-z-logo-partii-wiceministra.html	21 komentaras
48	2025 05 09	YouTube	Vaizdo platforma, reportažo įrašas	Vaizdo reportažas apie skulptūros „Chuiło“ pristatymą ir protestą Varšuvoje	https://youtu.be/p5tGF0gKzA0?si=wc-boXsiE59sR4TX	6400+ peržiūrų, 415 patinka

49	2025 05 10	euromaidanpress.com	Naujienų portalas, straipsnis	Russian ambassador walks over bodies of Ukrainians representing current war victims near monument to WWII Soviet soldiers	https://euromaidanpress.com/2025/05/10/russian-ambassador-walks-over-bodies-of-ukrainians-representing-current-war-victims-near-monument-to-wwii-soviet-soldiers/	
50	2025 06 09	SLAWA LIFE	Vaizdo platforma, reportažo įrašas	100 тисяч євро за Путіна: як литовський скульптор кинув мистецький виклик Кремлю – історія протесту	https://www.youtube.com/watch?v=bhVY0CKyjk	798 peržiūrų, 48 patinka, 13 komentarų

Skulptūros „Liudytoja“ medijų sklaidos suvestinė

Eil.nr	Data	Medijos kanalas	Medijos tipas	Publikacijos pavadinimas	Nuoroda	Reakcijų rodikliai
1	2025 08 05	Zarasai.lt	Naujienų portalas, straipsnis	Zarasuose iškils skulptūra „Liudytoja“ – naujas traukos taškas	https://www.zarasai.lt/globaliuos-naujienos/33/zarasuose-iskils-skulptura-liudytoja-naujas-traukos-taskas-1454	17 patinka, 26 nepatinka
2	2025 08 06	LRT	Naujienų portalas, straipsnis	Drąsi Saukos skulptūra kelia aistras Zarasuose: nuogalė iškils KGB pastato kiemelyje	https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/2635262/drasi-saukos-skulptura-kelia-aistras-zarasuose-nuogale-iskils-kgb-pastato-kiemelyje	507 FB pasidalinimai
3	2025 08 08	LRT Radioteka	Informacinė aktualijų laida "Pakeliui su klasika"	Pripažintas Paryžiuje, nesuprastas gimtinėje – kodėl padegta Saukos skulptūra Zarasuose?	https://www.lrt.lt/radioteka/irasas/2000457093/pripazintas-paryziuje-nesuprastas-gimtaineje-kodel-padegta-saukos-skulptura-zarasuose?time_start=1820&fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAYnJpZBEwUGZ1VDZETGNrZE9NWW5OdXNydGMGYXBwX2lkEDiYmJAzOTE3ODgyMDA4OTIAAR54pOPQGF0Q0f5M6f3pzEULvybyGKjaiS01G1lwqQaoAPkBBdv3qI6FvmaCEA_aem_UbHrzMLzukCUnxaX3kCxXA	1901 praklausų radiotekeje, 34 FB pasidalinimai
4	2025 08 08	LRT	Naujienų portalas, straipsnis	Policija Zarasuose sulaukė įtariamąjį Mykolo Saukos skulptūros padegimu	https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/2637419/policija-zarasuose-sulauke-itariamaji-mykolo-saukos-skulpturos-padegimu	63 FB pasidalinimai
5	2025 08 08	LRT	Naujienų portalas, straipsnis	Diskusijų Zarasuose sukėlusį Saukos skulptūra „Liudytoja“ buvo apgadinta	https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/2637219/diskusiju-zarasuose-sukelusi-saukos-skulptura-liudytoja-buvo-apgadinta	161 FB pasidalinimai
6	2025 08 08	LRT	Naujienų portalas, straipsnis	Zarasų merė: nors informacijos apie skulptūrą trūko, menas negali tapti smurto taikiniu	https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/2637525/zarasu-mere-nors-informacijos-apie-skulptura-truko-menas-negali-tapti-smurto-taikiniu	91 FB pasidalinimai
7	2025 08 08	15min	Naujienų portalas, straipsnis	Dėl nuogos moters skulptūros užvirė aistros – galiausiai buvo padegta: „Tai	https://www.15min.lt/zmones/naujiena/lietuva/del-nuogos-moters-skulpturos-uzvire-aistros-galiausiai-buvo-padegta-tai-neeilinis-	

				neeilinis įvykis Lietuvoje“	ivykis-lietuvoje-1050-2503068	
8	2025 08 11	LRT Radioteka	Radio laida "Ryto allegro"	„Ne tik skulptūroje nepriimame nestandartinio moters kūno“: kodėl degė Saukos „Liudytoja“?	https://www.lrt.lt/radioteka/irasas/2000460013/ne-tik-skulpturoje-nepriimame-nestandartinio-moters-kuno-kodel-dege-saukos-liudytoja	2935 praklausų radiotekoje, 322 FB pasidalinimai
9	2025 08 11	zarasumuz iejus.lt	Naujienų portalas, straipsnis	Šiuolaikinio meno skulptūra kaip klausimas	https://zarasumuziejus.lt/siuolaikinio-meno-skulptura-kaip-klausimas/	
10	2025 08 14	LRT Radioteka	Radio laida "Pakeliui su klasika"	Netikėtas posūkis Mykolo Saukos skulptūros istorijoje – atsiprašo padėgėjas ir jo mama	https://www.lrt.lt/radioteka/irasas/2000463158/netiket-as-posukis-mykolo-saukos-skulpturos-istorijoje-atsipraso-padegejas-ir-jo-mama	1732 praklausų radiotekoje, 1 FB pasidalinimas
11	2025 08 14	LRT	Naujienų portalas, straipsnis	Zarasuose – miesto šventė, joje bus pristatyta prieš tai padegta Saukos skulptūra	https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/2643027/zarasuose-miesto-svente-joje-bus-pristatyta-pries-tai-padegta-saukos-skulptura	64 FB pasidalinimai
12	2025 08 14	LRT	Naujienų portalas, straipsnis	Mykolo Saukos skulptūrą padegęs vyras viešai atsiprašo: žada atlyginti žalą	https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/2643317/mykolo-saukos-skulptura-padeges-vyras-viesai-atsipraso-zada-atlyginti-zala	368 FB pasidalinimai
13	2025 08 14	LRT	Naujienų portalas, straipsnis	Dar vienas išpuolis prieš skulptūrą Zarasuose: policija sulaikė ant jos piesusį vyrą	https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/2643546/dar-vienas-ispuolis-pries-skulptura-zarasuose-policija-sulaike-ant-jos-piesusi-vyra	129 FB pasidalinimai
14	2025 08 14	15MIN	Naujienų portalas, straipsnis	Prieš Saukos skulptūrą „Liudytoja“ – naujas išpuolis	https://www.15min.lt/nauji-ena/aktualu/nusikaltimaiirnelaimes/pries-saukos-skulptura-liudytoja-naujas-ispuolis-59-2506362	147 patinka, 26 nepatinka
15	2025 08 14	Delfi.lt	Naujienų portalas, straipsnis	Užfiksuotas dar vienas išpuolis prieš Saukos skulptūrą „Liudytoja“ Zarasuose	https://www.delfi.lt/news/daily/crime/uzfiksuotas-dar-vienas-ispuolis-pries-saukos-skulptura-liudytoja-zarasuose-120136931	9 komentarai, 105 FB pasidalinimai
16	2025 08 15	LRT	Naujienų portalas, straipsnis	Zarasuose atidengta du kartus apgadinta Saukos skulptūra	https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/2644290/zarasuose-atidengta-du-kartus-apgadinta-saukos-skulptura?srsId=AfmBOOp11_0ruIdSemgyCVSmjy6hxAU068wsg-7GtLeLhCvLNTagtv	368 FB pasidalinimai

17	2025 08 16	LRT Radioteka	Radijo laida "Kultūros savaitė. Sėskim ir pakalbėkim"	Niokotos skulptūros dramą išgyvenęs Mykolas Sauka: „Kažkaip susitvarkysiu“	https://www.lrt.lt/radioteka/irasas/2000465008/niokotos-skulpturos-drama-isgyvenes-mykolas-sauka-kazkaip-isgyvensiu?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAYnJpZBEwUGZlVDZETGNrZE9NWW5OdXNydgMGYXBwX2lkEDlYmJAzOTE3ODgyMDA4OTIAAR5pcXqVuTTK0gevZXQl7gOfNwCHpVwdMtpqEPYpguDBmWGfqEC3IRsJyTxWmAaem_BBCRlvL-nd2wxGBcjdxiQ	1238 praklausų radiotekoje, 37 FB pasidalinimai
18	2025 09 05	7md.lt	Naujienų portalas, straipsnis	„Demonstravimosi “ dekonstravimas	https://www.7md.lt/daile/2025-07-04/Demonstravimosi-dekonstravimas	
19	2025 09 18	LRT	Naujienų portalas, straipsnis	Skulptūrą „Liudytoja“ padegusiam vyrui prokuratūra siūlo skirti laisvės apribojimą	https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/2683408/skulptura-liudytoja-padegusiam-vyru-prokuratura-siulo-skirti-laisves-apribojima	141 FB pasidalinimai
20	2025 09 26	LRT Radioteka	Radijo laida "TIK LRT"	Kai menas tampa bendruomenės veidrodžiu: Saukos „Liudytoja“ Zarasuose	https://www.lrt.lt/radioteka/irasas/2000506028/kai-menas-tampa-bendruomenes-veidrodziu-saukos-liudytoja-zarasuose	195 praklausų radiotekoje
21	2025 09 29	LRT	Naujienų portalas, straipsnis	Nepatikusios skulptūros padegimas užtraukė baudžiamąją atsakomybę	https://www.lrt.lt/naujienos/kultura/12/2696726/nepatikusios-skulpturos-padegimas-uztrauke-baudziamaja-atsakomybe	54 FB pasidalinimai

5 PRIEDAS

Provokuojančių meno kūrinių dokumentų analizės matrica: M. Gaubas, „Chuilo“

Kintamasis / laukas	Turinys
Kūrinio kodas	A1
Kūrinio pavadinimas	Chuilo
Metai ir vieta	2025-02-17 – pirmasis viešas pasirodymas Kaune (prie Kauno pilies / miesto centro; skulptūra pristatoma kaip keliausianti po Lietuvos miestus). Vėliau skulptūra keliauja po Lietuvą (Šiauliai, Prienai ir kt.). 2025-05-09 – skulptūra kartu su „Euromaidan-Warszawa“ aktyvistų bendruomene pristatoma prie sovietinių karių kapinių Varšuvoje kaip protesto simbolis prieš Rusijos agresiją ir bandymus Antrojo pasaulinio karo atminimą panaudoti kaip politinį įrankį.
Trumpas aprašas	Apie trijų metrų aukščio spalvota plastikinė skulptūra, vaizduojanti Vladimirą Putiną satyriška faline forma su karišku šalmu ir grandine, suformuota ant putplasčio korpuso. Skulptūra pritvirtinama ant automobilio priekabos ir kaip mobilus kūrinys vežiojama per Lietuvos miestus, o 2025 m. gegužės 9 d. pristatoma Varšuvoje prie sovietinių karių kapinių kaip antikarinis protesto simbolis, vėliau padovanojama ukrainiečių bendruomenei. Paviršius dekoruotas Rusijos kalėjimų tatuiruočių stilistiką primenančiais ženklais, pabrėžiančiais pažeminimo, smurto ir politinės kritikos motyvus.
Menininko intencija	Iš LRT ir kitų interviu: protestas prieš Rusijos agresiją ir V. Putiną, noras aiškiai parodyti, kad agresoriai Lietuvoje „nelaukiami“, solidarumas su Ukraina, siekis per humorą ir satyrą demaskuoti diktatorių ir sukelti viešą diskusiją apie karą.
Komunikacijos kanalai	Tiesioginis veiksma viešojoje erdvėje (skulptūra važiuoja per miestą); Naujienų portalai (Kas vyksta Kaune, Kauno diena, 15min, LRT, LNK ir kt.); TV kanalai (reportažai, vėliau perkelti į YouTube); Socialiniai tinklai: Facebook (Martyno paskyra, portalų postai, dalijimasis); X platforma (NAFO ir kitų vartotojų įrašai, <i>memai</i>).
Medijų sklaidos mastas	Pirminė sklaidos banga fiksuojama 2025 m. vasario 17 d. Lietuvos mastu, kai apie skulptūrą praneša pagrindiniai naujienų portalai ir TV kanalai. 2025 m. vasario 18 d. žinia išplinta tarptautiniu mastu – skulptūros nuotraukos ir aprašymai publikuojami įvairių šalių X paskyrose (turkų, lenkų, rusų, vokiečių, anglų kalbomis), atskiri įrašai sulaukia dešimčių tūkstančių reakcijų ir iki ~1,4 mln. peržiūrų. Be nacionalinių Lietuvos portalų, TV ir socialinių tinklų, skulptūra patenka ir į užsienio televizijų eterį – 2025 m. vasario pabaigoje ji rodoma Nyderlandų nacionalinės televizijos NOS laidoje „Nieuwsuur“, reportaže apie Lietuvos susirūpinimą dėl V. Putino agresijos. Taip sklaida įgauna ne tik internetinį, bet ir tradicinės tarptautinės televizijos mastą. Antrasis ryškus pikas susiformuoja 2025 m. gegužės 9 d., kai Chuilo pristatomas Varšuvoje ir apie akciją pasirodo gausybė straipsnių Lenkijos žiniasklaidoje bei nauji pasidalijimai socialiniuose tinkluose. Po gegužės 9 d. sklaida pereina į „ilgąją uodegą“ – pavienius paminėjimus Lietuvos ir užsienio medijose.
Medijų tipai	spaudos / naujienų portalai (internetinė žiniasklaida); TV (LRT, LNK ir kt., reportažai); YouTube (TV reportažo įrašas, ~22 tūkst. peržiūrų); socialiniai tinklai: Facebook, X, Reddit (su <i>memais</i> ir vartotojų įrašais), užsienio TV (Nyderlandų NOS "Nieuwsuur" reportažas, Lenkijos ir Ukrainos naujienų portalai)

Publikacijų / paminėjimų apimtis	Vasario 17–18 d. Lietuvoje identifikuota >20 publikacijų: nacionaliniai naujienų portalai (LRT, 15min, LNK, TV3, Kauno diena, technologijos.lt ir kt.), keli TV reportažai ir labai intensyvi sklaida socialiniuose tinkluose (X platformoje atskiri įrašai pasiekia šimtus tūkstančių peržiūrų, vienas – >1,4 mln.). Gegužės 9 d. Varšuva – nauja banga Lenkijos ir Ukrainos žiniasklaidoje: bent 5 straipsniai naujienų portaluose (uatribune.com, 112.ua, Onet, ukrainews.com, Kresy.pl ir kt.), paminėjimai „Euromaidan Press“, plati sklaida X platformoje. Birželio 9 d. – Ukrainos televizijos / „SLAWA LIFE“ YouTube laida apie akciją ir skulptūros padovanojimą („100 tūkst. eurų už Putiną...“) – atskiras reportažas, kuriame pristatoma menininko istorija ir darbo reikšmė.
Auditorijos reakcijos	Socialiniuose tinkluose (ypač Facebook ir X platformoje) dominuoja palaikantys ir ironiški įrašai: skulptūra sveikinama kaip „puikus trofėjus“, „genialus spjūvis Putinui“, dalijamasi nuotraukomis ir <i>memais</i>. Tačiau komentarų skiltyse ryškėja poliarizacija: dalis komentatorių teigia, kad toks menas sustiprina paramą Ukrainai ir padeda „išjuokti diktatorių“, o kita dalis kritikuoja pasirinktą formą (vulgarumas, nepagarba karo aukoms, „provokuojamas karas“, „negali tyčiotis net iš Putino“). Diskusijos sukasi apie tai, ar skulptūra laikytina menu, ar „grynu performansu“, ir ar tokia raiška laikytina priimtina protesto forma.
Institucijų reakcijos	Formalių institucijų (savivaldybių, ministerijų, ambasadų) reakcijų nenustatyta.
Menininko atsakas	Aktyvus dalyvavimas sklaidoje: pozavimas nuotraukose, pasisakymai prieš kamerą, skulptūros demonstravimas viešoje erdvėje Kaune ir kituose Lietuvos miestuose, dalijimasis X ir „Facebook“ įrašais. Varšuvoje menininkas dalyvauja protesto akcijoje prie sovietinių karių kapinių, kalba žurnalistams, pabrėždamas solidarumą su Ukraina ir karo nusikaltimų, vaizduojamus per meną. 2025-05-10 pasirašydamas „Statement of Donation“ jis viešai deklaruoja, kad dovanoja skulptūrą „Stand with Ukraine Foundation / Euromaidan-Warszawa“ kaip paramos ir pasipriešinimo gestą, tikėdamasis, jog kūrinys prisidės prie nuolatinio dėmesio karui Ukrainoje ir palaikymo ukrainiečiams.
Refleksija	Interviu ir dovanojimo deklaracijoje Martynas Gaubas akcentuoja, kad skulptūra jam yra pilietinio pasipriešinimo ir solidarumo su Ukraina forma. Jis teigia tikintis, jog menas gali veikti kaip pilietinės išraiškos ir pasipriešinimo priemonė, padedanti „nepriprasti“ prie karo ir agresijos. Pasak autoriaus, skulptūros kelionė iš Lietuvos į Varšuvą ir jos padovanojimas ukrainiečių bendruomenei yra būdas „perduoti“ kūrinį tiems, kurie šią kovą išgyvena tiesiogiai – kad darbas toliau kalbėtų kitose šalyse ir primintų apie Rusijos agresiją, net tuomet, kai kasdienė žiniasklaida pavargsta nuo karo temos.
Papildomos pastabos	Skulptūra „Chuilo“ 2025-05-10 oficialiai padovanota „Stand with Ukraine Foundation / Euromaidan-Warszawa“ (žr. priede pateikiamą „Statement of Donation“). Organizacija planuoja darbą eksponuoti ir kitose Europos sostinėse (minimi Berlynas, Paryžius ir kt.), todėl tikėtina tolesnė skulptūros kelionė ir naujos medijų bei auditorijų reakcijų bangos.

Provokuojančių meno kūrinių dokumentų analizės matrica: D. Aleksa, „Danas Aleksa“

Kintamasis / laukas	Turinys
Kūrinio kodas	A2
Kūrinio pavadinimas	Danas Aleksa
Metai ir vieta	2010 m. Klaipėda, Mažvydo alėja (pirmoji instaliacija projekto „Balta alėja“ metu). 2025 m. lapkričio 21 d., Vilnius – skulptūra panaudojama protesto kontekste Gedimino prospekte (Kultūros asamblėjos rengiamas mitingas „Kokios valstybės mes norime?“).
Trumpas aprašas	Žmogaus figūros putplasčio skulptūra vaizduoja pasilenkusį vyrą, besirausiantį po šiukšlių konteinerį; iš pirmo žvilgsnio ji primena benamį, tačiau autorius pabrėžia, kad tai „bomžas–intelektualas“, vilkintis juodą kostiumą – inteligentas. 2010 m. skulptūra įkomponuojama šalia šiukšliadėžės ant Mažvydo alėjos suolo Klaipėdoje, o 2025 m. ji „prisikeliama“ ir perkelta į Vilniaus centrą, kur protesto metu tampa politinio komentaro ir <i>memų</i> vizualizacija („Daukanto aikštės strutis“).
Menininko intencija	Socialinė ironija apie benamystę ir inteligentiją, žiūrovo stereotipų griovimas, provokacija, skatinanti klausti, kam priklauso viešojo erdvė ir kas iš jos „išvaromas“. Antrajame etape skulptūra sąmoningai pasitelkiama kaip politinis protesto simbolis – kritikuojamas valdžios „galvos kišimas į smėlį“, piliečių nuomonių ignoravimas, dvigubi standartai. Tai matyti iš paties autoriaus FB įrašų ir iš aktyvistų tekstų, kurie skulptūrą panaudoja kaip iliustraciją prezidento ir valdžios laikysenai.
Komunikacijos kanalai	Pirmasis etapas – daugiau regioninis (Mažvydo alėja, Klaipėdos žiniasklaida). Antrasis – Vilniaus protestų kontekste per socialinius tinklus sklaida jau nacionalinė (FB įrašai sulaukia šimtų→1000+ reakcijų, dalijasi žinomi žurnalistai / nuomonės formuotojai).
Medijų sklaidos mastas	Pirmasis etapas – daugiau regioninis (Mažvydo alėja, Klaipėdos žiniasklaida). Antrasis – Vilniaus protesto kontekste sklaida koncentruojasi į vieną dieną – 2025-11-21 ir kelias vėlesnes dienas, kai dalijamasi nuotraukomis ir refleksijomis. Didžiausią pasiekiamumą generuoja keli FB įrašai (pvz., menininko ir politinių komentatorių profiliuose), surenkantys po kelis šimtus „reakcijų“ ir kelias dešimtis komentarų.
Medijų tipai	Pagrindinis sklaidos kanalas – socialiniai tinklai (Facebook): – paties menininko paskyra (įrašai prieš protestą, jo metu ir po jo); – protesto dalyvių ir organizatorių profiliai; – vieši įrašai žurnalistų / kultūros lauko žmonių paskyrose (pvz., O. M. Dy Urbšytės ir kt.). Nacionalinių naujienų portalų ir TV paminėjimų praktiškai nėra – akcija vyksta kaip socialinių tinklų ir vietos protesto bendruomenės vidinis įvykis.
Publikacijų / paminėjimų apimtis	2025-11-21–25 d. sklaida koncentruojasi socialiniuose tinkluose. Daugiausia dėmesio sulaukia politinio komentatoriaus Kazio Preikšo Facebook įrašas su skulptūros nuotrauka – apie 1,2 tūkst. reakcijų, kelios dešimtys komentarų ir pasidalijimų. Paties Dano Aleksos paskelbti įrašai („ryto kava su inteligentu“ ir protesto nuotrauka Gedimino prospekte) surenka po ~200–230 reakcijų ir kelias dešimtis komentarų. Papildomus paminėjimus generuoja keli kultūros lauko dalyvių įrašai (fotografų, žurnalistų) su keliasdešimt reakcijų. Nacionaliniuose naujienų portaluose ar TV šis atvejis beveik neminimas, todėl bendras sklaidos mastas išlieka vidutinis ir apsiribojantis socialinių tinklų auditorijomis.

Auditorijos reakcijos	Protesto kontekste skulptūra auditorijos priimama kaip taikli politinė metafora: FB įrašai sulaukia daug palaikančių reakcijų, pasidalijimų, žinomi žurnalistai perima vaizdą. Komentaruose vyrauja ironija, pritarimas kritikai valdžiai, skulptūra vadinama „Daukanto aikštės stručiu“ ir pan.“
Institucijų reakcijos	Formalių institucijų (savivaldybių, ministerijų, ambasadų) reakcijų nenustatyta.
Menininko atsakas	Autorius aktyviai komunikuoja per savo FB paskyrą: prieš akciją „sužmogina“ skulptūrą parodydamas ją buityje, po akcijos viešai dėkoja „bendražygiams“ ir reflektuoja protesto vizualizacijos vaidmenį. Jo komunikacija ironizuojanti, bet neagresyvi – ji stiprina protesto žinutę ir kviečia solidarumui.
Refleksija	2025-11-25 FB įrašė „PROTESTŲ DEKORACIJOS“ D. Aleksa reflektuoja savo skulptūros naudojimą protestuose, lygindamas dabartinę akciją su 2021 m. protestu, kur buvo eksponuojama kartuvėmis ir užrašu „Vieta Lietuvos išdavikams“ iliustruota instaliacija. Menininkas pabrėžia, kad protestai visada remiasi vizualiais simboliais – plakatais, dekoracijomis, „dekoracijomis kūnams“ – ir kad jo skulptūra yra tokios protesto estetikos tęsia, o ne raginimas smurtui. Jis akcentuoja, jog kūrinys skirtas išryškinti visuomenės nuotaikas, ironizuoti politinę situaciją ir kelti klausimus, o ne bausti ar gąsdinti oponentus, todėl protesto „dekoracijos“ jam yra mandagaus, bet atkaklaus pilietinio pasipriešinimo forma.
Papildomos pastabos	Skulptūra „Danas Aleksa“ nėra sukurta specialiai šiam protestui – tai anksčiau menininko naudota figūra, kuri 2025 m. lapkritį tampa naujos akcijos Gedimino prospekte „rekvizitu“. Kūrinys veikia kaip judri instaliacija, perkeliama iš privačios erdvės į viešąją (nuo menininko namų iki protesto), ir naudojama skirtingų dalyvių (politinių komentatorių, fotografų) kaip vizualus argumentas diskusijose apie prezidento pareiškimus ir pilietinį protestą. Šiame atvejuje nefiksuoja vandalizmo ar institucinių sankcijų, todėl kontroversija išlieka socialinių tinklų ir viešos diskusijos lygmenyje.

Provokuojančių meno kūrinių dokumentų analizės matrica: M. Sauka, „Liudytoja“

Kintamasis / laukas	Turinys
Kūrinio kodas	A3
Kūrinio pavadinimas	Liudytoja
Metai ir vieta	Kūrinys sukurtas 2015 metais ir pristatytas personalinėje parodoje Vilniuje 2016-aisiais. 2025m. skulptūra atrado savo vietą Zarasų centre, vidiniame pasažo kieme prie buvusio KGB pastato.
Trumpas aprašas	Trijų metrų aukščio betoninė skulptūra, vaizduojanti nuogą senstančio moters kūno figūrą, laikomą kelių matomų metalinių atramų. Skulptūra pastatyta Zarasų buvusio KGB pastato kiemelyje, netrukus padegama, vėliau dar kartą apgadinta ir po restauracijos iš naujo atidengiama. Neidealizuotas kūnas – ryškios raukšlės, nukarusi oda, atviros betono siūlės ir pjūviai – sąmoningai paliekamas matomas, kad šioje istorinėje vietoje liudytų apie trapumą, orumą ir išgyventas traumas.
Menininko intencija	"Pasak autoriaus, skulptūra neslepia savo „kūniškumo“ – ji atvira, netobula, gyva. Ji kontrastuoja su buvusių monumentų tradicija, kai viešosiose erdvėse dominavo idealizuoti betoniniai vadai. „Liudytoja“ – be pozos, be uniformos, be kaukės. Ji tarsi sapnuoja, tarsi laimina – stovinti tarp prisiminimo ir gyvybės." (2025 zarasai.lt)
Komunikacijos kanalai	Institucinis: Zarasų savivaldybės pranešimai, Zarasų krašto muziejaus ir Zarasai.lt straipsniai apie naują traukos objektą ir šiuolaikinio meno skulptūrą kaip klausimą. zarasai.lt Nacionalinė žiniasklaida: LRT (straipsniai + kelios radijo laidos „Pakeliui su klasika“, „Ryto Allegro“, „Kultūros savaitė“, „TIK LRT“), 15min, Delfi, TV3, Etaplius, Kauno diena ir kt. – naujienos apie skulptūrą, padegimą, teismo procesą. Socialiniai tinklai: intensyvi diskusija Facebook'e – menotyrininkų, žurnalistų, menininkų (G. Giedrė Šeirė, A. Bitautas, A. Gataveckas, O. Marija Dy Urbšytė, G. Bielousova, S. Lingėvičiūtė ir kt.) įrašai su refleksijomis ir nuotraukomis; vietos bendruomenės komentarai Zarasų grupėse.
Medijų sklaidos mastas	Laikė: pagrindinė banga 2025 m. rugpjūčio 5–18 d. (paskelbimas → padegimas → suėmimas → papildomi išpuoliai → miesto šventė ir atidengimas), antroji – rugsėji (teismo ir prokuratūros sprendimai, menotyrinės refleksijos). Erdviškai: nacionalinis mastas (visos didžiosios Lietuvos žiniasklaidos priemonės) ir plati sklaida socialiniuose tinkluose; vietos lygmenyje – Zarasų bendruomenės reakcijos ir muziejaus komunikacija. Intensyvumas: per ~2 mėn. identifikuojama ≥20 žinių portalų straipsnių ir bent 4 radijo laidos, keli tūkstančiai perklausų radiotekoje, šimtai–tūkstančiai reakcijų socialiniuose tinkluose (pvz., LRT Klasikos įrašas: 250+ komentarų, šimtai reakcijų).

Medijų tipai	Internetiniai naujienų portalai (LRT, 15min, Delfi, TV3, Etaplus, Kauno diena, Zarasai.lt, 7md, Pilotas.lt ir kt.). Radio laidos (LRT Klasika, LRT Radijas – kultūros ir aktualijų laidos). Socialiniai tinklai (Facebook – tiek institucijų, tiek individualių vartotojų paskyros). Vietos institucijų svetainės (Zarasų muziejus, savivaldybė).
Publikacijų / paminėjimų apimtis	≥20 straipsnių / naujienų, ≥4 radijo laidos, intensyvios diskusijos socialiniuose tinkluose
Auditorijos reakcijos	Labai poliarizuotos, skirtingos grupės: dalį Zarasų gyventojų ir „patriotinių“ FB grupių – neigiamai: piktinasi nuoga, „nepatrauklia“, „šlykščia“ figūra, reikalauja skulptūrą uždengti ar pašalinti, kaltina nepagarba miestui ir „neetiškumu“; meno ir kultūros bendruomenė – palaikanti: mato skulptūroje stiprų liudijimą apie moters kūną, senėjimą, istorines traumas ir represijas; FB įrašuose lyginamos realios senų moterų Vilniaus gatvėse nuotraukos su skulptūra, teigiama, kad būtent tokia realybė ir „liudijama“; platesnė auditorija nacionaliniu lygiu – smalsumas, šokas, diskusija: komentarai nuo „nepriimtina viešai erdvei“ iki „pagaliau tikras, ne filtruotas kūnas“. Svarbu: reakcijos persikelia nuo simbolinio pasipiktinimo iki fizinio smurto – padegimo ir vėlesnio išpiešimo / brūkšniavimo ant skulptūros
Institucijų reakcijos	Policija: ikiteisminis tyrimas dėl turto sunaikinimo visuotinai pavojingu būdu, įtariamasis (42 m. Zarasų gyventojas) sulaikomas per kelias valandas. Prokuratūra ir teismas: siūloma skirti laisvės apribojimo bausmę, byla baigiama baudžiamuoju įsakymu; skulptūros žala įvertinta ~1600 Eur. Savivaldybė: mero ir administracijos pareiškimai, kad menas negali tapti smurto taikiniu; kartu pripažįstama, jog „trūko informacijos“ bendruomenei, bet raginama gerbti meno autonomiją. Savivaldybė viešai dalijasi padegėjo atsiprašymu ir pabrėžia susitaikymo svarbą. Muziejus: Zarasų krašto muziejaus tekstai ir renginiai, kuriuose skulptūra pristatoma kaip šiuolaikinio meno klausimas ir bendruomenės dialogo katalizatorius.
Menininko atsakas	Viešuose interviu ir laidose aiškina skulptūros idėją, pabrėžia, kad tai ne provokacija, o klausimas; ramiai, be įžeidinėjimų reaguoja į konfliktą, priima riziką, dalyvauja miesto šventėje pristatant atnaujintą kūrinį.
Refleksija	Po padegimo interviu LRT Klasikos laidai „Pakeliui su klasika“ ir vėlesnėse radijo laidose Sauka pabrėžia, kad skulptūra nebuvo sumanyta kaip provokacija, o kaip abstraktus klausimų kėlimo objektas buvusio KGB kieme – „ne politinė skulptūra, o kvietimas žiūrėti į save ir vietos istoriją“. Jis pripažįsta buvęs nustebintas, kad kūrinį padegė dar neatidengtą („man keista, kad taip greitai padegė, iš tikrųjų nesitikėjau“), tačiau incidentą vertina kaip bendruomenės skaudulį išryškėjimą, o ne priežastį keisti kūrinį. Menininkas akcentuoja, kad „betonas nedega“, tikisi, jog „kažkaip susitvarkysiu“ ir kad skulptūra liks kaip diskusijų katalizatorius Zarasuose

Papildomos pastabos	Padegimas įvyko prieš oficialų skulptūros atidengimą; vėliau ji dar kartą apgadinta piešiniais / užrašais – tai eskalavo situaciją iš diskusijos į pilną krizę. Padegėjas viešai atsiprašė ir pripažino kaltę; savivaldybė ir bendruomenė reagavo skirtingai – dalis linkusi atleisti ir suvokti įvykį kaip pamoką, kita dalis išlieka priešiška skulptūrai. Skulptūra buvo atidengta miesto šventės metu jau po abiejų išpuolių ir toliau eksponuojama Zarasų centre – tai svarbus ženklas, kad institucinis sprendimas – jos nepašalinti – tampa atsaku į smurtą ir cenzūros riziką.
---------------------	---

Statement of Donation

I, **Martynas Gaubas**, a Lithuanian sculptor and the author of the sculpture "*Chuiło*", born on 1980 March 7, holding Lithuanian passport number _____, residing at _____, **Birštonas, LITHUANIA**, hereby declare that I am donating my artwork, titled "*Chuiło*", with an estimated value of **100,000 EUR**, to the **Stand with Ukraine Foundation (Euromaidan-Warszawa civic initiative)**.

This donation is made as a gesture of solidarity with the Ukrainian people and in support of the social initiative **Euromaidan Warsaw**. I stand firmly for the values of freedom, dignity, and justice, and I believe in the power of art as a form of civic expression and resistance.

By transferring ownership of this sculpture to the Stand with Ukraine Foundation, I aim to support its ongoing advocacy work in aiding Ukraine. I hope this gesture contributes meaningfully to the cause and encourages continued international attention to war in Ukraine and support Ukrainians.

This declaration is made voluntarily and without any expectation of compensation.

Signed,



Martynas Gaubas
Warsaw, Poland
10.05.2025

Contact information:

Phone: +37967976445

Email: gaubas.martynas@gmail.com

Pusiau struktūruoto interviu gairės

Pusiau	Pavyzdiniai klausimai (pusiau struktūruoti)
1. Menininko kūrybinis ir provokacijos kontekstas	- Kokią vietą jūsų kūryboje užima provokacija, netikėtumas, šokas, ironija? Kaip patys suprantate „provokuojantį“ kūrinį? - Kokių reakcijų iš auditorijos paprastai tikėtės, kai kuriate provokuojančius darbus? - Ar laikui bėgant jūsų santykis su provokacija keitėsi? Kaip?
2. Konkrečių provokuojančių kūrinių intencijos ir komunikacijos modelio etapai	- Norėčiau, kad išsirinktume kelias konkrečias jūsų kūrinius, kuriuos laikote provokuojančiais. Papasakokite apie pirmąjį iš jų: kokia buvo pradinė idėja ir intencija? - Kaip sprendėte, kokia forma (medžiaga, mastelis, vieta, kontekstas) geriausiai perteiks šią intenciją? - Kam pirmiausia buvo skirtas šis kūrinys? Kokią auditoriją įsivaizdavote? - Kaip planavote komunikaciją: kokius kanalus (socialiniai tinklai, žiniasklaida, renginiai ir pan.) sąmoningai pasirinkote? Kodėl? - Kokios auditorijos reakcijos realiai pasirodė? Kas jus nustebino? - Ar buvo „triukšmo“ – nesusipratimų, interpretacijų, kurių neplanavote, konfliktiškų situacijų? - Kaip po viso proceso reflektavote savo kūrinį: ką laikote pavykusi, o ką – kitą kartą darytumėte kitaip? - Jei pažiūrėtumėte į kūrinio eksponavimą kaip į procesą: nuo intencijos iki auditorijos reakcijų ir jūsų refleksijos – kokie pagrindiniai etapai joje aiškiai išsiskiria?
3. Medijų sklaida ir auditorijų / institucijų reakcijos	- Kokio žiniasklaidos dėmesio sulaukė kūrinys? Ar stebėjote, kiek ir kokiose medijose jį buvo minima? - Kaip atrodė socialinių tinklų reakcijos: kiek buvo dalinimosi, komentarų, kokios nuotaikos dominavo? - Ar sekate ne tik kiekį, bet ir reakcijų toną – kiek būna palaikymo, kiek kritikos ar pykčio? Kaip tai darote? - Ar buvo institucijų reakcijų – savivaldybių, užsakovų, rėmėjų, politikų? Kokios jos buvo? - Iš ko paprastai suprantate, kad reakcija „netelpa“ į įprastą dėmesio lygį ir artėja prie kontroversijos ar krizės?

4. Strateginės reakcijos į skirtingo lygio kontroversijas	- Įsivaizduokime situaciją, kai reakcija į kūrinį gana rami: keli straipsniai, ribotas įsitraukimas, nedaug neigiamų komentarų. Kaip tokiais atvejais elgiatės – ar kažkaip vertinate, ar pasiektas norimas poveikis, ar inicijuojate papildomą komunikaciją? - Kada jums atrodo, kad „viskas vyksta gerai“ – kokie ženklai rodo, kad provokacija suveikė, bet situacija nereikalauja ypatingo įsikišimo? - O kaip elgiatės, kai reakcija tampa intensyvesnė, bet iš esmės konstruktyvi – atsiranda daugiau analitinių tekstų, diskusijų, argumentuotų nuomonių? Kokią poziciją tokiais atvejais pasirenkate komunikacijoje? - Ar yra buvę situacijų, kai reakcija tampa aiškiai poliarizuota – dominuoja pasipiktinimo banga, atsiranda boikoto, „atšaukimo“ reikalavimų? Kaip atpažįstate, kad jau pereita į šį lygmenį? - Kokius tikslus sau keliat tokioje poliarizuotoje situacijoje: ką laikote svarbiausiu – savo idėjos gynimą, reputacijos apsaugą, saugumą, dialogą? - Kokius konkrečius veiksmus esate darę tokiose situacijose (pareiškimai, interviu, tylėjimas, kūrinio korekcijos ir pan.)? Kas, jūsų patirtimi, veikė, o kas – ne? - Ar teko patirti situacijų, kur kontroversija peraugo į krizę – cenzūros, spaudimo, grasinimų? Kaip tai išgyvenote ir kokių veiksmų ėmėtės?- Iš ko suprantate, kad krizę pavyko bent iš dalies suvaldyti: kokie ženklai rodo, jog situacija rimsta, o jūsų veiksmai buvo prasmingi? - Kaip elgiatės, kai matote, kad kontroversija „išsikvepia“: ar sąmoningai reflektuojate, ką ši patirtis pakeitė jūsų komunikacijos ir rizikos valdyme?
5. Sėkmės / nesėkmės kriterijai ir refleksija	- Kai galvojate apie savo provokuojančius kūrinius, kaip atskiriate „pavykusią provokaciją“ nuo „situacijos, kuri nuėjo per toli“? - Kokie jums svarbiausi sėkmės požymiai: auditorijos įsitraukimas, diskusijų pobūdis, profesinės galimybės, asmeninis pasitenkinimas, saugumo jausmas? - Ar turite kažkokį vidinį „veiksmų planą“, ką darote skirtingose situacijose (rame, audringoje, krizėje)? Kaip jis susiformavo? - Ar po stiprių kontroversijų skiriate laiko refleksijai – kas suveikė, kas ne, ką kitą kartą darytumėte kitaip? - Kaip šios patirtys keičia jūsų tolesnes menines intencijas ir komunikacijos planavimą? Ar galėtumėte pateikti konkretų pavyzdį, kai po vienos kontroversijos pakeitėte savo strategiją kitam projektui?
6. Menininko požiūris į komunikacijos modelį ir strategines gaires	- Jei pabandytume jūsų patirtis sudėlioti į tam tikrą „ciklą“ – nuo idėjos ir kūrinio sukūrimo iki auditorijos reakcijų, triukšmo ir jūsų refleksijos – kokie svarbiausi etapai, jūsų manymu, jame būtinai turi būti?

- Ar, žvelgiant iš dabartinės perspektyvos, matote tam tikrus „tipinius scenarijus“, kaip vystosi reakcijos į jūsų provokuojančius darbus (nuo ramios, per konstruktyvią diskusiją iki poliarizuotos krizės)?
- Ką, jūsų manymu, šiame „scenarijų žemėlapyje“ svarbiausia turėti menininkui: aiškią poziciją, pagalbos tinklus, komunikacijos planą, kažką kita?
- Ko, jūsų patirtimi, dažniausiai trūksta menininkams, susiduriantiems su kontroversijomis: žinių apie komunikaciją, emocinio pasirengimo, teisinės pagalbos, solidarumo tinklų?
- Jeigu reikėtų kitam menininkui, pasirengusiam provokuojančiam projektui, duoti keletą praktinių patarimų – kokie tai būtų žingsniai, kaip elgtis skirtingose reakcijų fazėse?

Martyno Gaubo interviu transkripcija (2025-12-14)

Teminis blokas	Pavyzdiniai klausimai (pusiau struktūruoti)
1. Menininko kūrybinis ir provokacijos kontekstas	Viešojoje erdvėje jūs neretai įvardijamas kaip „provokuojantis menininkas“, kuriantis provokuojančius kūrinius. Ką jums reiškia „provokacija“ mene? Manau, kad provokaciją, tai yra gal žaidimas ir santykis su žiūrovu. Jeigu yra provokacija, tai tu gali pritraukti tada su savo darbu dėmesį. Tu gali būti matomas. Arba tavo kūrinys, manau, tada yra pasisekęs, nes jis atlieka tam tikrą funkciją. Jis kelia klausimus arba kažkokias emocijas, kurios skatina žiūrovą mąstyti. Kokios tikėtės reakcijos iš auditorijos, kai imatės provokuojančio kūrinio darbo? Gal reakcija nėra labai svarbu kokia bus. Svarbiau yra, kad aplamai ji būtų. Kažkada studijavau daile, dizainą ir kaip reklamoje vienas svarbiausių dalykų išvis, kad žmonės atkreiptų dėmesį į reklamą, tai aš tą bandau daryti su savo darbais. Darbus daryti tokius, kad jie būtų pastebimi, įsimintini ir matomi.
2. Konkrečių provokuojančių kūrinių intencijos ir komunikacijos modelio etapai	Kokie buvo pagrindiniai jūsų sprendimai dėl „Chuilo“ formos ir technikos? Kodėl aplamai pasirinkau tokį darbą padaryti? Galvodamas, kur aš jį galėsiu parodyti. Tai buvo svarbu, kad taip būtų pakankamas dydis, kad žmonės galėtų iš toli matyti. Turėjo būti toks dydis, kad būtų galima, tarkim, su kokia priekaba vežiotis, nes buvo iš karto gal tokia idėja, kad kažkur mieste atsirastų ir netikėtai žmonės galėtų pamatyti. Tas dydis turėjo neviršyti leistino dydžio, kad už šviesoforo nekliūti, ir pan. Tokie techniniai paprasti sprendimai, bet kurie yra apgalvoti. O dėl formos, tai norėjosi kažko labai paprasto, lengvai atpažįstamo. Kadangi pats garsėju vienaip ar kitaip su erotikos tema, tai šis darbas kažkiek siejasi. Tai man pasirodė visai gal ir drąsus, provokuojantis darbas. Dar sugalvojau pridėti visokio rusiško kriminalo tatuiruotes, karo simbolika - šalimą. Norėjosi šiaip aplamai tą darbą labai daug prifarširuoti tos simbolikos, kad tas, kas mato, galėtų daug ką išskaityti tame. Kaip planavote, Chuilo komunikacija tiek Lietuvoje, tiek vėliau Varšuvoje. Kokius kanalus ir partnerius tikslingai pasirinkote? O kas išsivystė savaime? Taip tikslingai buvo padaryta gera pradžia. Kaip čia pasakyti, kad ta žinia pasiektų kitus žurnalistus? Tai čia buvo gal tikslingai ieškota žmogaus, kuris šiek tiek pirmą tą žingsnį padarytų ir pasidalintų, o paskui jau sniego gniūžtės principu. Kiti pasigauna žinią, ir tai man buvo svarbu.
3. Medijų sklaida ir auditorijų / institucijų reakcijos	Kaip stebite reakcijas į savo darbus – žiniasklaidoje ir socialiniuose tinkluose? Žiniasklaidoje būna, kad ten kartais paskaitau, ar tikrai viskas teisingai surašyta, kaip aš šnekėjau, o socialiniuose tinkluose tai praktiškai nekreipiu dėmesio kas ten vyksta, ką ten kas komentuoja. Kokie signalai jums rodo, kad situacija jau išeina už įprasto dėmesio ribų ir artėja prie kontroversijos ar krizės? Tikriausia kai reaguoja policija. Tada jau tikriausiai yra ta riba, priėjimas prie galutinio taško, už kurio jau nereikėtų toliau eiti. O Chuilo atveju, ar buvo policijos iškvietimų? Buvo, buvo...
4. Strateginės reakcijos į skirtingo lygio kontroversijas	Chuilo atveju, kada jums pačiam pasirodė, kad situacija tapo intensyvi ir poliarizuota? Taip. Gal Varšuvos atvejis toks buvo įdomesnis, kada iš tikrųjų buvome tiesiogiai susidūrę su prorusiškais piliečiais ar jų judėjimu. Tada tiesiogiai tu matai, kas kitoje barikadų pusėje. Ir paskui, aišku, visi tie komentarai, į kuriuos lyg ir nekreipi dėmesio, bet buvo kažkokie grasinimai, bet va taip asmeniškai gatvėje - ne. Gatvėje niekad niekas nėra nieko pasakęs.

5. Sėkmės / nesėkmės kriterijai ir refleksija	Pagal kokius požymius sprendžiate, kad provokacija menine akcija pavyko ar nepavyko? Tikriausiai vienas svarbesnių yra kokia kokio pločio auditorija tai palietė, ir čia jau kiekvienas menininkas irgi turi savo įsivaizduojamą auditoriją. Kokia jam atrodo, kad čia jau įvyko sėkmė ar neįvyko. Tarkim, vieni džiaugiasi, kad penki žmonės tarpusavyje ten pasišneka, padiskutuoja, kitam - 50 tūkst., ir tai atrodo, kad čia dar nepavykusi provokacija. Dar galėtų būti, bet čia jau retesnis atvejis, kada kažkokios diskusijos duodančios aiškius rezultatus. Šiuo atveju gal sudėtinga, nes tai nėra pagrindinis dalykas pasiekti kažkokio rezultato. Galbūt yra aplanai išsiaiškinti, kas aplink mus randasi, kokie žmonės, kaip jie reaguoja. Tai čia yra toks tam tikras veidrodis. Pamatai, kas šalia tavęs, su kuom tu turi reikalų, ir viskas. Ką Jums asmeniškai pakeitė Chuilo patirtis? Davė supratimą, kokie žmonės aplinkui yra, ir jeigu būtų kažkokia „X“ diena, tai žinočiau, su kuo eiti obuoliauti su kuo ne. Žmonės labai aiškiai parodė, kurią pusę palaiko ir kokios jų vertybės. Tai buvo labai naudinga.
6. Menininko požiūris į komunikacijos modelį ir strategines gaires	Jei pažvelgtumėte į savo patirtį kaip į tam tikrą scenarijų – nuo idėjos iki situacijos nurimimo, – kokie pagrindiniai etapai jame visada kartojasi? Tai tikriausiai pirmas etapas, kai susigalvoji idėją, kas tai galėtų būti, ir tuomet apsisprendimas - ar tikrai? Ar tikrai tu pasiruošęs tai daryti? Jeigu darai, tuomet darydamas jau apgalvoji, kur tai bus rodoma? Kam tu tą darbą darai? Kaip čia? Kam tu jį pateiksi? Kur ir kada? Ir galiausiai atiduodi darbą viešam teismui ir tiesiog lauki, kol užsibaigs tos reakcijos, ir viskas. Man atrodo, visą laiką kartojasi šie etapai. Įsivaizduokime kitą menininką, planuojantį panašiai provokuojantį projektą. Kokius kelis praktinius žingsnius patartumėte jam daryti skirtingose fazėse: kai ramu, kai užverda audra, kai atsiranda grasinimų ar spaudimo? Kada ramu, tai kuo daugiau visko padaryti ir apsvarstyti, pabandyti išsiaiškinti, kaip čia viskas galėtų vykti, nes kol ramu, gal racionaliai galima viską susidėlioti. Kai užverda, tai geriausia labai pačiam nelįsti į diskusijas. Ir ten su kiekvienu atskirai nesiaiškinti, kas tinka, kas ten, ką nori tau pasakyti, tiesiog ignoruoti visą tą laiką. O jeigu atsiranda kažkokie grasinimai, ar dar kažkas, irgi tiesiog gal tą laiką pasistengti kuo ramiau praleisti, nes tai dažniausia yra emocionalių žmonių išsprogimai, nuotaikos. Tai nebūtinai tiesiogiai turi įtaką jūsų tikram saugumui. Dažniausia tai yra kažkokie emocionalių išsiskakymai apie tuos darbus, o ne tiesiogiai jums grėsmė.

Dano Aleksos interviu transkripcija (2025-12-13)

Teminis blokas	Pavyzdiniai klausimai (pusiau struktūruoti)
1. Menininko kūrybinis ir provokacijos kontekstas	Kaip pats apibrėžtumėte provokaciją savo kūryboje – kam ji jums reikalinga ir kokių reakcijų iš auditorijos apskritai tikėtės? Geras klausimas. Kai ši skulptūra buvo šiame proteste - čia jau buvo kolektyvinis sprendimas rodyti. Proteste atsiradome dėl to, nes esame tokia bendruomenė skulptūrų ir vitražo centre, dalis žmonių labai palaikė protestą ir inicijavome, kaip galėjome prisidėti. Kažkas siūlė akmenį pjaut ir dulkes kelt, kadangi čia skulptorių bendruomenė. Tačiau nusprendėm, kad nueiti fiziškai pabūsime ir kitaip. Tada prisiminiau šią skulptūrą be intencijos jos rodyti, nes kažkada buvo mano kaip menininko nuoskauda, kad valstybė visiškai kultūrą pastūmė į šoną. papasakojau bendruomenei skulptūros priešistorę, ir jiems pasirodė tinkama, kurią galima būtų rodyti proteste. Esu ją ir anksčiau eksponavęs Gedimino prospekte. Su bendruomene nusprendėme, kad vietoj plakato nešime skulptūrą. (dėl reakcijų): Norėjome savo poziciją parodyti - menininkas iškėlęs galvą į šiukšlių dėžę - menininko protas niekam nereikalingas - jo įžvalgos, kad valstybei kūryba yra kažkoks balastas. Tiesiog tą ir norėjome pasakyti. Anksčiau aš vienas Klaipėdoje, o dabar buvo kolektyvinis sprendimas. Kadangi aš autorius, klausė manęs, ar pasirašai, tuomet bendruomenei sakau - pasirašau, jei manote, kad darbas tinkamas protesto idėjoms. Kovojam už tiesą kaip suprantam.
2. Konkrečių provokuojančių kūrinių intencijos ir komunikacijos modelio etapai	Kaip gimė skulptūros „Danas Aleksa“ idėja Klaipėdos Mažvydo alėjoje – kokią pagrindinę mintį norėjote ja išreikšti? Atsakyta pirmame klausimų bloke. Kas paskatino po daugelio metų šią skulptūrą „prikelti“ ir panaudoti proteste Vilniuje? Ką šiuo veiksmu norėjote pasakyti jau politiniame kontekste? Atsakyta pirmame klausimų bloke.
3. Medijų sklaida ir auditorijų / institucijų reakcijos	Kaip pats stebėjote, kur ir kaip po protesto buvo dalijamasi skulptūros vaizdais socialiniuose tinkluose? Kaip apibūdintumėte dominuojantį reakcijų toną? Į FB daug nežiūrėjau, savo paskyrą mačiau. Natūralu botai aplipo, ne tik botai. Buvo žmonių, kurie nuoširdžiai dvejojo. Mane suerzino, kad skulptūra buvo aptariam akivaizdžiai ne tai ką ji rodo, o grynai iš politinės perspektyvos. Jeigu tu nepalaikai protesto, vadinasi šita skulptūra yra bloga. Ji netinkamai reprezentuoja idėjas. Kūrinį iškart nurašė kaip blogą ir ne tik kaip kūrinį galiausiai. Iš karto atmetė mano atskiro žmogaus poziciją. iš to kūrinio buvo išsityčiota, nors jis nieko neigiamo savyje neturi. Jei pamatytum darbą kitom aplinkybėm kitur, pvz. muziejuje, parodoje, tai jis nėra neigiamas. Šiukšlių dėžė galva - gan radikalus, bet mene daug tokių dalykų gali pamatyti, čia nėra <i>super</i> atvejis. O kas ne su mano postais susiję, tai ten daug šiukšlių buvo. Buvo atvejis, kai pats sureagavau, kur iš viso aptarinėjama skulptūros subinė ir kad būtų visai faina įkišti vėliavos kotą. Atsidarai tokio žmogaus fb profilį ir matai, kad žmogus iš kokių nors Molėtų ar Plungės, žmogus tvarkingai apsirengęs ir tokį <i>mėšlą</i> rašo. Pradedi suprasti, kad tai ne botas, o gyvas žmogus. Tiesiog jisai sau leidžia tokį šlamštą rašyti. Prie visa to, kad jis rašo, dar kvestionuoja bendrąsias vertybes, kalbėdamas absoliučiai padugnės leksikonu. Tai va tokie reikalai. Bet visumoj dominuojantis reakcijų tonas buvo neigiamas ar teigiamas? Mano paskyroje - teigiamas, faktas. Jei buvo kas absoliučiai nusišneka, <i>reportinau</i>.

4. Strateginės reakcijos į skirtingo lygio kontroversijas	Kokius tikslingus komunikacijos sprendimus darėte prieš akciją ir po jos (pavyzdžiui, savo FB įrašai, nuotraukų pasirinkimas)? Ką jais siekėte sustiprinti ar sušvelninti? Prieš tai šiek tiek pareklamavau. Tas darbas ilgai pragulėjo garaže, neišsivaizdavau kokiame stovyje ta skulptūra, ar kostiumas papelijęs, o pasirodo ji buvo visai sveika. Prieš išeinant į protestą, išgėriau kavos su skulptūra namie (patalpino nuotrauką savo fb paskyroje). Draugai komentavo - ar čia taip tavo draugai elgiasi būdami svečiuose? (juokiasi). Su keliais skulptoriais ruošėmės iš anksto - nuvažiavome ir vietos apžiūrėt Gedimino prospekte, ir padėjo skulptūrą išsikrauti. Po truputį augo įvykio įtampa. Po truputį reklamavomės, kad mes čia. Vėliau atsirado skulptūros nuotraukų viešoje erdvėje, mane pradėjo <i>taginti</i>, aš pats nekėliau nuotraukų. O po viso šaršalo, mano aiški ir tikslinga komunikacija buvo, kai prasidėjo "pažiūrėkit, kaip šitie protestuotojai elgiasi ir kokiomis priemonėmis protestuoja." Ir skulptūra tapo antisimboliu, kad tai yra bloga išraiška. Tada aš susinervinęs nusprendžiau pasidomėti, kaip atrodė ankstesni protestai, pasirošiau namų darbus - sėdau, neskubėjau emocionaliai pilti postų, o pasižiūrėjau - atsiranda 2021 metų šeimų <i>maršininkų</i> protestas su akcija prie Seimo su 26 pakliuvusiais į daboklę. Jų simbolika - kartuvės, šalia stovi žmonės su Dovydo žvaigžde, spygliuota viela, suprask, <i>kovidininkai</i>, <i>antivakseriai</i> už savo teises kovoja - mes esame getas. Jeigu kalbant apie labai jautrius simbolių naudojimus, <i>sorry</i>, bet spygliuota viela, kartuvės ir Dovydo žvaigždės vienoj vietoj - čia reikia debilui būt, kad nesuvest galų. O paskui po kažkiek metų, tokį žmogų gatvėj pamačius, apšaukia, kad ši skulptūra yra virš visko. Na nesulyginami dalykai. Čia buvo labai sąmoninga mano komunikacija, visa tai išsinagrinėjau, pasižiūrėjau, kas pakliuvo už grotų - šeimų maršo buvo trys, pakliuvo ir Celofanas. Ir jie sako, kad šeimų maršas ir Celofanas yra nupirkti konservatorių tam, kad toj vietoj renginį diskredituot. Kur logika? O paleidote paskutinį įrašą ir istorija baigėsi? Taip. Buvo iš menininkų kažkas rašė, kad reikėjo paaiškinti komunikaciją - nereik manyti, kad jei tau aišku, tai ir žmonėms bus aišku. Atsakiau: „gi ne Malevičiaus juodą kvadratą išnešiau..“ (juokiasi).
5. Sėkmės / nesėkmės kriterijai ir refleksija	Pagal kokius požymius sprendžiate, kad ši akcija su skulptūra buvo „pavykusi“ ar „ne iki galo“? Pavykusi buvo. Skulptūra nebuvo įžeidimas, o meno kūrinys. Kažkas matė Žemaitaitį, kažkas Nausėdą, buvo, kas tą skulptūrą stručiu išvadino. Tai tokie palyginimai buvo gan iš teigiamos pusės, nors ten nei Nausėdos ūgis, nei jo kostiumas... (juokiasi). Kadangi tokį triukšmą sukėlė, manau, kad pavyko. Tikrai gavosi geriau nei būčiau išėjęs tiesiog su plakatu "Neleiskite Žemaitaičio prie kultūros". Yra šimtai būdų pasisakymams, o ateiti su skulptūra - čia jau skulptoriaus darbas. Daug kas akcentavo, kad skulptūra labai profesionali. Kai kurie sužinoję, kad čia skulptūra - negalėjo patikėti. Buvo atvejis, kuomet FB kažkas turėjo įrodinėti, kad tai skulptūra, o komentatoriai sako – „ne ne, nenuokite, čia gyvas žmogus, matau“. (juokiasi).
6. Menininko požiūris į komunikacijos modelį ir strategines gaires	Kokią svarbiausią pamoką iš šio atvejo pasiimate sau ir kitiems menininkams – ką patartumėte daryti ar nedaryti, kai provokuojantis kūrinys patenka į politizuotos diskusijos lauką? Jei reikalas bus, vėl neščiau. Į žiniasklaidos protestą nenešiu... Šitą darbą aš dariau kaip nelaimingas menininkas ir skulptūrą sugalvojau kažkada. Šiuo atveju visi susitapatino su nelaimingu menininku. Bet kaip absoliutų, kad tysti į kiekvieną protestą - tikrai ne. Jei atsiranda gera meninė priemonė, tai vistiek daryčiau. Kas man buvo visai įdomu tai paskutinis mano įrašas FB apie protesto dekoracijas, mini tyrimą. Šiaip nemėgstu kažkokių akistatų, veltis į triukšmus, bet labai gerai buvo, kad išprovokavo mane patį pasidomėti apie politinius dalykus. Iki tol į viską šiek tiek labiau emociškai žiūrėjau. Atlikdamas tyrimą, faktų peržiūrą, priešistorę, kažkiek nusiraminau.

Mykolo Saukos interviu transkripcija (2025-12-17)

Teminis blokas	Pavyzdiniai klausimai (pusiau struktūruoti)
1. Menininko kūrybinis ir provokacijos kontekstas	Kaip pats apibrėžiate provokaciją savo kūryboje – ar ji jums būtina? Jeigu mano kūryba provokuoja, tai tada vadinasi, jog mano egzistencija, mano gyvenimas, mano mąstymas kaip aš suvokiu pasaulį yra provokacija. Tiesiog aš esu konflikte su visuomene. Iš kitos pusės man provokacija praktiškai yra viskas, kas visuomenei yra normalu. Ne viskas, bet daug dalykų. Tarkim dalykai, kurie žmones džiugina ir yra priimtina - mane šiaip provokuotų. Jeigu aš būčiau visuomenė, tai būtų priešingai - Kalėdų eglutės, laimingi veidai, vaikų žaidimų aikštelė, visokie <i>nusifotkinimai</i>, trinkelės, gražūs pastatai, prekybos centrai, tiesiog viskas... Ar jaučiate skirtumą tarp provokacijos, kuri kyla iš vidinės meninės logikos, ir provokacijos, kuri tikslingai orientuota į viešą diskusiją ar politinį kontekstą? Kaip šis skirtumas pasireiškia jūsų sprendimuose? Tai aišku jaučiu. O jūsų sprendimuose pasireiškia? Intencija? Manau, kad ne. Kiek dabar galvoju, gal kažkiek ir yra to. Matyt, laipsniškas dalykas. Aš manau, kad provokacija gali būti didelė, vidutinė, ir gali būti minimali.
2. Konkrečių provokuojančių kūrinių intencijos ir komunikacijos modelio etapai	„Liudytoja“ buvo sukurta anksčiau ir tik vėliau atrado savo vietą Zarasuose. Kas jums pasikeitė, kai skulptūra atsidūrė būtent šioje erdvėje (Zarasuose) – ar keitėsi jos intencija, reikšmių laukas? Taip, keitėsi akivaizdžiai. Ji papuolė visų pirma į viešą vietą, nors prieš tai buvo matoma viešoje vietoje Vilniuje, prie skulptūrų ir vitražo centre pievoje, kuri yra atvira žmonėms. Ir festivaliai čia vyksta, tūkstančiais žmonių čia ateina. Tai nežinau kaip, bet manęs nepasiekė jokie atgarsiai. Tiesiog tai buvo viena iš daugelio skulptūrų. Zarasuose pasikeitė tai, kad pakeičiau skulptūros pavadinimą, norėdamas kažkaip aktualizuoti, kad būtų įdomiau ir keltų daugiau tikslingų klausimų apie laiką, apie liudijimus negu būtų buvęs koks nors pozuotojos vardas. Tai turbūt būtų kėlę klausimus, ką ji čia veikia, prie ko čia ji? Norėdamas išvengti klausimo "prie ko čia ji?", nusprendžiau pervadinti darbą į pusiau abstrakciją. Kokių reakcijų tikėjotės iš vietos bendruomenės, politikų, turistų? Kurias rizikas matėte aiškiausiai, o apie ką visai negalvojote? Iš tikrųjų tikėjausi gana neutralios reakcijos, nesitikėjau išvis jokios. Kadangi anksčiau nesusilaukiau pastatydamas labai panašias skulptūras kitose viešose vietose Vilniuje. Ir abejingai žmonės priėmė, ir įpratau prie to. Buvo kažkokio pasipiktinimo Viršuliškių miško parke, bet tuo pačiu buvo po lygiai ir palaikymo. Vėliau, kai pastačiau skulptūras tame parke, įvyko balsavimas, ar jos bjauroja ar puošia. Tai lygtais po lygiai pasiskirstė balsai, o gal net kad paspaudė daugiau, kad puošia. Nepamenu. Pamenu tik jausmą, kad man neliko kažkokio kartėlio, kad balsavimas buvo nemalonus. Tai keliaujant į Zarasus buvo kaip ir tikimasi, jog bus panašiai? Taip, aš tikėjausi abejingumo, per daug ir negalvojau, kas ten galėtų atsitikti. Maniau, jog pastatysim skulptūrą... Tikėjausi 10 kartų silpnesnės reakcijos, vieno procento pasipiktinimo.

	Kiek tikslingai planavote komunikaciją su partneriais – savivaldybe, muziejumi, žiniasklaida? Ar buvo iš anksto tartasi, ką ir kaip akcentuos pranešimai, pristatymai, vieši komentarai? Man labai svetimas žodis komunikacija - tai ne iš mano žodyno. Zarasų krašto muziejus pirkto tą skulptūrą, tai su jais ir buvo viskas suderinta, o paskui buvo įkelta į facebook'ą. Aš per daug nesirūpinau taip vadinama komunikacija, kadangi mano giliu įsitikinimu kūrinys turi už save kalbėti. Pvz. kaip tas Chuilo, kuris turi aiškią žinutę, bet yra kiti kūriniai, kurie tos žinutės neturi, o tiesiog orientuoti užduoti klausimus. Gal ir banalu, bet ir kelti susimąstymą, paliesti temas apie senatvę, žmogaus, medžiagų irimą, nykimą. Tai va tokia komunikacija - buvo pasidalinta, aš mačiau. Aš tai palikau savivaldybei ir muziejui tuo užsiimti, nes esu įsitikinęs, kad tai nėra menininko darbas. Mes tik apkalbėjome apie ką tai, aš kažką parašiau, jie pataisė, ir poto įkėlė. Galiu pakartoti, kad buvo klaida minėti buvusį KGB pastatą, rūsius, kuriuose buvo kankinami žmonės, ir sieti tą naują pavadinimą su tuo. Tai nereikėjo šito daryti. Kitą vertus, tai liudija žmonių požiūrį į meną, kriminalinį elementą.
3. Medijų sklaida ir auditorijų / institucijų reakcijos	Ar buvo momentas, kai pajutote, jog reakcija peržengia „įprasto dėmesio“ ribas ir virsta kontroversija? Žinoma jis buvo. Sunku pasakyti, kur tai įvyko. Turbūt jau tada, kai aš rūpinausi, kad ji man neapvirstų vežant skulptūrą ant <i>Fiskaro</i>. Buvo ką veikti, nes visai didelė skulptūra. Važiuojant man iš galo, tuo metu gavau žinutę, matyt iš muziejaus vadovybės. Paskui jis paskambino man ir sako, kad "Žiūrėk, pavišiu, bet daug reakcijų, bet tu nesijaudink, viskas gerai". Prisimenu, jog tada nustebau: Kodėl? Kas čia per reakcijas? Ir dar, pakeliui man paskambino radijas... Ir tada supratau, kad jo... Neadekvačiai daug dėmesio. Nors nemėgstu to žodžio, bet supratau, kad reikia komunikuoti. Jau tampu tokiu viešu asmeniu, politiku, kuris siunčia savo žinutę, kurios jis nekenčia (juokiasi). Mano darbas turi būti apie amžinąsias vertybes, kelti problemas, o ne apie žinutes kalbėti.
	Kaip suvokėte institucijų – savivaldybės, muziejaus, policijos – laikyseną šioje istorijoje? Kur jautėte paramą, kur – atsargumą ar spaudimą? Iš institucijų jaučiau tikrai paramą. Iš savivaldybės jaučiau, kad yra tikrai ir neremiančių. Bet visa tai tik jaučiau - povandenines sroves, kad aiškiai kažkas labai nepatenkintas. Mačiau, kad konservatoriai išėjo iš koalicijos, nes vienas iš atsistatydinimo punktų - nederintas skulptūros pastatymas su visuomene. Aišku, tų punktų buvo daugiau, bet vistiek, suprask, kad jie tuo metu nebuvo labai patenkinti. Bent jau vaidino prieš visuomenę, kad nebuvo patenkinti. Gal vaidino, o gal ne. Šitas punktas mane nuvylė iš tikrųjų. Bet iš institucijų, muziejaus jaučiau palaikymą - mes kaip ir tarėmės dėl to darbo. Taip pat iš merės jaučiau palaikymą. O tas nepalaikymas... Buvo daug emocijų, nes estetiškai žmonėms buvo nepriimtina. Tada pranešimas spaudai... Dėl tų kankinimo kamerų, gal kokį trečdalį erzulio sukėlė. Na ir tas dalies žmonių suvokimas, kad "menas negražus", kai kalba eina net ne apie grožį, o irimą. O jiems turi būti gražu, <i>gražumėlis</i>, <i>gerumėlis</i>. Jau jų visas suvokimas man yra provokacija. O dėl policijos - puikiai dirbo savo darbą, atvyko laiku, pakalbėjome, surašėme protokolą, prokurorė ir prokuratūra rūpinosi, surado žmogų, ir viskas išsisprendė. Buvo net Orlauskas pasisakęs (juokiasi), tai supratau, kad užjudinti čia vandenys.

4. Strateginės reakcijos į skirtingo lygio kontroversijas	Kai reakcijos ėmė radikaliai stiprėti – nuo diskusijų iki agresyvių komentarų ir fizinio išpuolio prieš skulptūrą – kaip priėmėte sprendimus, ką daryti: kalbėti, tylėti, derinti veiksmus su savivaldybe, keisti eksponavimą? Išpuolis įvyko dar neatidarius skulptūros, ir antrą naktį padegė. Tas buvo nemalonu iš ryto sužinoti. Atrodė, kad čia kolektyvinis veiksmas, kad visi jau susimokė, kurie ten rašė. Paskui suvoki, kad tai buvo darbas vieno žmogaus, kuris buvo neblaivus, šėlo su draugais ir viso to įvykio nevertėjo priskirti visai liaudžiai. Beje, jis ten krisdamas nuo skulptūros užsigavo. Jam skaudėjo. Dėl veiksmų - atsiliepiu į radijo skambučius, bet vėliau atsiribojau, nes mačiau, kad čia daug emocijų. Galima rinktis: mėgautis savigaila, mėgautis aukos vaidmeniu. Galima rinktis tarsi humoristinę tautosaką - komentarus apie mano kūrinį. Arba tiesiog galima saugot savo nervus ir nežiūrėti iš esmės per daug į komentarus, tiksliau Facebook'o komentarus. Šiaip normalias apžvalgas paskaičiau. O ką daryti? Dar kalbėjome su muziejumi, kad visgi reikia statyti. Gal buvo toks klausimas iškart, kad nestatyti, bet pakalbėjus su mere, su architektu, tai jie palaikė labai. Tai tiesiog nelabai ir kilo klausimų ir pastatėm. Jeigu apdaužys, paskui nuimsim. Atsitraukt jau būtų net nelogiška. Jei jau išsaukė darbas reakcijas, tai reiškia sujudina visuomenėje pojūčius, ir gan įvairius. Aš mačiau, kad žmonės išjudino įvairias temas, kas jiems nepatinka estetiškai. Kai jau pradeda kalbėti apie politiką, tavo tėvus, senelius, ir visiškai kitus dalykus, apie savivaldybės kažkokias "makles", tai nekreipi dėmesio.
5. Sėkmės / nesėkmės kriterijai ir refleksija	Kokius kriterijus įvardintumėte, leidžiančius išmatuoti skulptūros sėkmę, statant Zarasuose? Pvz. įvyko dialogas, diskusijos, ir pan. Taip, žinoma, dialogas, diskusijos, sutinku absoliučiai. Abejingumas yra labai neįdomu. Mano galva šimtai skulptūrų pastato Lietuvoje kasmet, ir neiššaukia reakcijų. Viskas gali kažką iššaukti, bet nereikia kažko nužudyti, kankinti, viešai kalti savo organus prie šaligatvio, kad iššaukt tą diskusiją, galima ir gan nuosaikioms meninėms priemonėms. Žiūrint iš šalies, tai yra sėkmė - dėmesys tiek teigiamas, tiek neigiamas. Buvo daug šviesių, išsilavinusių, kultūros žmonių, kuriuos aš gerbiu, kurie palaikė mano skulptūrą. Buvo to suvokimo, kad aš čia galiu provokuoti. Matyt, kad ir lipdydamas tą galėjau suprasti, bet ne taip smarkiai kaip maniau, ir nesitikėjau. Pavyzdžiui kaip Martynas Gaubas, juk tikrai provokuoja tiksliai. Patirtis Zarasuose - ką pakeitė jūsų santykių su viešosiomis erdvėmis ir rizikos vertinimu? Ar pakeitė ką nors šita patirtis? Žinoma, pakeitė. Vertinsiu atsargiau. Aš tiesiog turiu šią patirtį ir turėsiu ją omeny. Būsiu atsargesnis, tiesiog žinosiu, ko tikėtis. Galbūt tiksliai provokuosiu. Kaip menininkui man iššaukė reakciją, kuriuos aš nekomunikuosiu ne tais būdais, o meniniais - vaizduodamas kitą prozą, ją labiau deformuosiu ir pastatysiu viešojoje erdvėje. Matydamas, kad visuomenėje deformacijų yra daug, tai mane įkvėps toliau savo mene deformuoti, o galbūt įkvėps parašyti aštresnę satyrą. Aš pasimokiau.

6. Menininko požiūris į komunikacijos modelį ir strategines gaires

Jei kolega menininkas ruoštųsi panašiai rizikingam projektui ir paprašytų jūsų kelių praktinių patarimų, ką daryti skirtingose reakcijų fazėse (ramioje, audringoje, krizėje) – ką jam pasakytumėte?

Aš pasakyčiau, kad nėra jokios krizės. O kas gali atsitikti? Gali tau skulptūrą suniokoti? Gali nuspręsti ją pašalinti? Išvežti į Grūto parką? Šiaip kažkur išvežt? Gal iš šalies tai atrodė, kaip krizė, bet nieko nebuvo baisaus. Tiesiog atsitrauki ir neskaitai tų komentarų. Tą ir patarčiau. Tausoti savo nervus, veikti pagal savo sąžinę ir supratimą, ir viskas bus gerai. Pvz. Andrių Labašauską aš užjaučiu, nes jam vis dėlto teko neadekvačiai daug reakcijų, nors visiškai neprovokuojanti jo skulptūra - labai rami, nuosaiki. Ką gali pasimokyti iš tokios situacijos? Nu nieko, vadinasi, bet kas gali užjudinti? Savaine tiek jau yra įelektrinta, kad gali tave užpjūdyti už bet ką - kad pasiūlei, kad laimėjai... O ką dar patarčiau? Drąsos, drąsiai eiti ir daryti. Pažiūrėti ir tą žinutę, t.y. du kartus pagalvoti. Gal geriau kuo trumpesnė, aptakesnė, apdairesnė ir nelįsti į temas, kurios su darbu neturi nieko bendro. Ir pasakyti, apie ką šitas darbas. Kad ir kaip man tai nepatiktų, bet žinutė net ir tame darbe apie amžinas vertybes, ne tik gali būti, bet turi būti. Juk dažniausiai idėją pačiam ir tenka formuluoti. Kaip iš to drambliaus kaulo bokšto - išleidi sparnuotąjį... Patarčiau du-trys kartus pagalvoti formuluojant, ir tada kai sąžinė sako, jog viskas čia teisingai, atitinka tavo vidines nuostatas, tada ir nėra ko bijoti.

D. Aleksos įrašas „PROTESTŲ DEKORACIJOS“ – refleksija apie protestų vizualizacijas

Danas Aleksa
Lapkritis 25 d., 16:29 · 🌐

PROTESTŲ DEKORACIJOS

Fotografijose protesto akcija 2021 metų liepą. Reikalavimas: trauktis valdantiejiems. 26 veikėjai atsidūrė daboklėje...

Prie ko vedu? Dabartiniame proteste Gedimino prospekte eksponavau savo skulptūrą, kostiumu aprengtą žmogų, įkišusį galvą į šiukšliadėžę. FB eteryje skulptūra susilaukė daug neigiamos reakcijos. Pati skulptūra nereferavo į jokiais bendruomenes, nei gėjus, nei žydus, nei šeimos maršo dalyvius, netgi garsiai linksniojamus politikus. Vienintelė jos referencija ir labai aiški į nusivylusį, besijaučiantį nereikalingu ar nesvarbiu, menininką. Nematau objektyvaus pagrindo užsipulti. Nežiūrint to, ji netgi tapo vizuali antisimboliu (būkite atsargūs, aš LATGA narys, jums tai gali kainuoti). Ypač atgrasu pasirodė tai, kad dalis komentatorių akcentavo skulptūros užpakalį ir tai kažkaip susiejo su LGBT... Prie ko čia?

Protesto dalyviai buvo išvadinti baubikais ir riaušių kėlėjais. Juk normalu, kad protestai sukelia kažkiek decibelų. Fizika. Įdomu, kaip ten ramiai varė anksčiau. Atmintį turiu, o ir google paieška moku naudotis. Taigi paieškojau kaip atrodė oponentų 2021 metais surengtas mandagus protestas, kokie buvo naudojami vizualūs simboliai, kurie nieko nežeidė, niekam negrasino.





👍❤️ Jūs ir Dar 185 žmonės Komentarų: 30 8 bendrinimai

👍 Patinka 💬 Komentuoti ➦ Bendrinti

Sutikimas dalyvauti tyrime

Sutinku dalyvauti VU KNF studentės JELENOS PRUSAKOVOS tyrime PROVOKUOJANČIŲ MENO KŪRINIŲ KOMUNIKACIJOS STRATEGIJA ir teikti man žinomą ir galimą viešinti informaciją.

Patvirtinu, kad esu supažindinta (-s) su šio tyrimo ir mano dalyvavimo jame tikslu ir šiame tyrime dalyvauju savanoriškai.

Patvirtinu, kad man yra paaiškinta, jog tyrimui yra reikalingi šie mano asmeniniai duomenys:

- vardas ir pavardė
- veiklos sritis

Sutinku, kad iš tyrimui reikalingų mano asmeninių duomenų, studentės (-o) JELENOS PRUSAKOVOS magistro darbo tekste būtų viešinami:

- vardas ir pavardė
- veiklos sritis

Sutinku, kad mano pateikta informacija studentės JELENOS PRUSAKOVOS magistro darbo tekste būtų viešinama (*išbraukti netinkamus*):

- tiesiogiai cituojant, be redagavimo nurodant mano asmeninę informaciją

Prieš viešinant studentės JELENOS PRUSAKOVOS magistro darbą:

- Nepageidauju būti supažindintas su darbu

2025 12 29

Data

Martynas Gaubas

tyrimo dalyvės pavardė, vardas, parašas



Sutikimas dalyvauti tyrime

Sutinku dalyvauti VU KNF studentės JELENOS PRUSAKOVOS tyrime PROVOKUOJANČIŲ MENO KŪRINIŲ KOMUNIKACIJOS STRATEGIJA ir teikti man žinomą ir galimą viešinti informaciją.

Patvirtinu, kad esu supažindinta (-s) su šio tyrimo ir mano dalyvavimo jame tikslu ir šiame tyrime dalyvauju savanoriškai.

Patvirtinu, kad man yra paaiškinta, jog tyrimui yra reikalingi šie mano asmeniniai duomenys:

- vardas ir pavardė
- veiklos sritis

Sutinku, kad iš tyrimui reikalingų mano asmeninių duomenų, studentės (-o) JELENOS PRUSAKOVOS magistro darbo tekste būtų viešinami:

- vardas ir pavardė
- veiklos sritis

Sutinku, kad mano pateikta informacija studentės JELENOS PRUSAKOVOS magistro darbo tekste būtų viešinama (*išbraukti netinkamus*):

- tiesiogiai cituojant, be redagavimo nurodant mano asmeninę informaciją

Prieš viešinant studentės JELENOS PRUSAKOVOS magistro darbą:

- Nepageidauju būti supažindintas su darbu

2025 12 30
Data

Danas Aleksa



tyrimo dalyvės pavardė, vardas, parašas

Sutikimas dalyvauti tyrime

Sutinku dalyvauti VU KNF studentės Jelenos Prusakovos tyrime PROVOKUOJANČIŲ MENO KŪRINIŲ KOMUNIKACIJOS STRATEGIJA ir teikti man žinomą ir galimą viešinti informaciją.

Patvirtinu, kad esu supažindintas su šio tyrimo ir mano dalyvavimo jame tikslu ir šiame tyrime dalyvauju savanoriškai.

Patvirtinu, kad man yra paaiškinta, jog tyrimui yra reikalingi šie mano asmeniniai duomenys:

- vardas ir pavardė
- veiklos sritis

Sutinku, kad iš tyrimui reikalingų mano asmeninių duomenų, studentės Jelenos Prusakovos magistro darbo tekste būtų viešinami:

- vardas ir pavardė
- veiklos sritis

Sutinku, kad mano pateikta informacija studentės Jelenos Prusakovos magistro darbo tekste būtų viešinama:

- tiesiogiai cituojant, be redagavimo nurodant mano asmeninę informaciją

Prieš viešinant studentės Jelenos Prusakovos magistro darbą *(išbraukti netinkamą)*:

- Nepageidauju būti supažindinta (-s) su darbu

2025 12 30
Data

Mykolas Sauka
tyrimo dalyvio pavardė, vardas, parašas



BAIGIAMOJO MAGISTRO DARBO RENGIMO GRAFIKAS

Darbo tema Provokuojančių meno kūrinių komunikacijos strategija

Su darbo vadovu (-e) suderinta 2025 04 15



(data, parašas)

Studento (-ės) vardas, pavardė Jelena PrusakovaDarbo vadovo (-ės) vardas, pavardė Audronė Rimkutė

Atliktų užduočių apibūdinimas	Užduočių atlikimo galutinis terminas	Užduoties atlikimo data	Baigiamojo magistro darbo vadovo (-ės) parašas	Pastabos
Sprendimas dėl magistro darbo temos ir tipo aptariant su darbo vadovu (-e); darbo tikslo ir uždavinių formuluotės	Iki rugsėjo 8 d.	2025 09 08		
<i>BD darbo temos, jos aktualumo, darbo tikslo, uždavinių, darbo struktūros ir metodų pristatymas metodiniame seminare</i>	<i>Rugsėjo 22 d.</i>	2025 09 22		
Pirmo teorinės darbo dalies varianto pateikimas darbo vadovui (-ei)	Iki spalio 13 d.	2025 10 13		
Baigtos teorinės darbo dalies ir numatomo tyrimo metodikos arba projekto inicijavimo ir planavimo dalių pirmo varianto pateikimas darbo vadovui (-ei)	Iki spalio 20 d.	2025 10 20		
<i>Teorinės dalies svarbiausių išvadų, darbo problemos sprendimo modelio, planuojamo tyrimo metodologijos pristatymas metodiniame seminare</i>	<i>Spalio 27 d.</i>	2025 10 27		
Pirmo viso darbo varianto pateikimas darbo vadovui (-ei)	Iki gruodžio 1 d.	2025 12 01		
<i>Pirmo viso darbo varianto pristatymas metodiniame seminare</i>	<i>Gruodžio 15 d.</i>	2025 12 15		
Galutinio darbo varianto įkėlimas į VU studijų informacinę sistemą	Iki sausio 3 d.			