

POLITINĖS PASLAUGOS KAIP VERTYBĖS KŪRIMO YPATUMAI KOMUNIKACIJOS KONTEKSTE

Valdas Pruskus

Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Kūrybinių industrijų fakultetas,
Filosofijos ir politologijos katedra, Saulėtekio al. 11, LT-10223 Vilnius, Lietuva
El. paštas *politologija@vgtu.lt*

Straipsnyje aptariamos politinės paslaugos kaip vertybės, išryškinami jų ir kultūrinių vertybių skirtumai kūrybiškumo aspektu. Pats kūrybiškumas nagrinėjamas kaip individo racionalių sprendimų priėmimo procesas ir kaip kūrėjo iracionalių galių pasireiškimas. Analizuojamos politinių paslaugų kūrimo sąnaudų didėjimo priežastys ir pasekmės, poveikis politinės veiklos skaidrumui. Remiantis trimis kūrybiškumo dėmenimis (vaizduotė, sveika nuovoka, skonis) išryškinami kūrybiškumo ypatumai, kuriant politinių paslaugų produktus kaip vertybes politinės komunikacijos kontekste.

Reikšminiai žodžiai: politinės paslaugos, kūrybiškumas, kultūra, menas, įvaizdis, kultūrinės vertybės, politinės vertybės, komunikacija.

doi:10.3846/cpc.2012.12

Ivadas

Šiandien politinė veikla vis labiau imama suvokti kaip paslauga. Tai ypatinga paslauga, susijusi su individų ir jų grupių tarpusavio interesų derinimu, kuris tampa neatsiejama komunikacijos dalimi. Šios paslaugos imasi ne tik politinė organizacija, bet vis dažniau ir pavienis politikas, siūlydamas derinti interesus, teikti daugiau ar mažiau abiem šalims priimtinus galimus alternatyvius nesutarimų sprendimo variantus. Politinės paslaugos teikimo sėkmė priklauso nuo dviejų dalykų – gebėjimo atspėti visuomenės (atskirų jos grupių) politinius interesus bei poreikius ir rasti tinkamas priemones bei būdus, kaip pateikti paslaugą, kad potencialūs rinkėjai ją paremtų. Tai reikalauja iš politiko ne tik tam tikrų kompetencijų, bet ir kūrybiškumo.

Teikiamos politinės paslaugos kaip vertybės atspindi politinio subjekto (politiko) politines orientacijas ir nuostatas bei vertini-

mus konkrečių socialinių, ekonominių bei kultūrinių reiškinių atžvilgiu. Jos itin svarbios jas skelbiančiam politiniam subjektui, nes tik tokiu būdu jis gali būti pastebėtas, atpažintas ir piliečių – potencialių rinkėjų tinkamai įvertintas (Kallos, Trasnea 1982).

Tačiau akivaizdu ir tai, kad šios vertybės pasižymi ir tam tikru savitumu, kuris geriausiai atsiskleidžia lygiant jas su kitomis – ypač kultūrinėmis vertybėmis.

Žymus britų kultūros sociologas D. Throsby nurodo tokius pagrindinius kultūrinių ir ekonominių vertybių savitumus. Ekonominės vertybės turi: 1) aiškius, apibrėžiamus ir konkrečiai įvardijamus siekinius pagal sutartus standartus; 2) tais siekiniais stengiasi gauti materialinę naudą; 3) nauda yra reali ir visų pripažįstama, dėl naudos kokybės savybių bei vertingumo abejonių ir ginčų nekyla.

Tuo tarpu kultūrinės vertybės nėra vienodai, pagal visuotinai sutartus ir visiems suprantamus standartus apibrėžiamos, nusakomos bei nėra susijusios tik su materialinės naudos gavimu (Throsby 2001: 28–30; Crane 1992).

Tie ypatumai ženkliną ir politines vertybes, kurios taip pat nėra vienodai visiems priimtinos, suprantamos ir apibrėžiamos, o materialinės naudos gavimo siekis yra dar menkesnis, jį užgožia kur kas svarbesnis – valdžios ir galios toškimas.

Nepaisant to, kuriant politinius produktus kaip politines ir kultūrinės vertybes, reikalinga tai, ką vadiname kūrybiškumu (Mansfield 1995: 326).

Kūrybiškumu kaip individo dinamiškų galių pasireiškimu iš seno domisi filosofai, politologai, psichologai, sociologai, ekonomistai, meno teoretikai. Ligi šiol daugiausia dėmesio skirta kultūrinių ir ekonominių vertybių kūrimo ypatumams nusakyti (Throsby 2001 ir kt.). Politinės vertybės aptariamos daugiausia kreipiant dėmesį į jų statusą ir atliekamas socialines funkcijas. Neretai jų aksiologinis konstravimas nepagrįstai spiritualizuojamas ir mistifikuojamas. Tačiau šiandien vis dažniau prabylama ir apie kūrybiškumą tokioje svarbioje žmogiškosios veiklos srityje, kaip politinių paslaugų teikimas. Juolab kad į tai kreipia ir šiuolaikinis politikos marketingas (Edelman 2002; Wiszniowski 2007 ir kt.).

Daugiausia aiškinamasi politinių paslaugų teikimo motyvai, politikų naudojamos priemonės savo projektams ir idėjoms skleisti (Barnes, Kaase, Klause 1989; Edelman 2002).

Tuo tarpu politinių paslaugų kaip vertybių kūrimo ypatumai, palyginti su kitų vertybių kūrimu (ypač kultūrinių), nesusilaukia didesnio dėmesio, išskyrus bendro pobūdžio pastebėjimus įvairių autorių publikacijose (Frey 1997; Kallos, Trasnea 1982 ir kt.). Savo ruožtu tai leistų ne tik aiškiau apibrėžti ir įvardyti tuos savitumus, bet ir geriau suvokti pačių politinių paslaugų kaip vertybių prigimtį. Tai ir yra šio straipsnio tikslas.

Kūrybiškumo samprata

Norint geriau suvokti politinių paslaugų kaip vertybių kūrimo ypatumus, dera palyginti jas su

kultūrinių vertybių (pvz., meno) kūrimu. Meno kūrinio gaminimas gali būti siejamas su vienu asmeniu (pavyzdžiui, paveikslu nutapytas) ir gali būti grupės asmenų bendrų pastangų vaisius (spektaklio, kino filmo kūrimas ir pan.). Suprantama, kad kiekvienu atveju kūrybiškumo procesas bus specifinis: paveikslas – dailininko asmeninės kūrybos vaisius, tuo tarpu spektaklio, filmo sėkmė priklausys nuo visų jame dalyvaujančiųjų aktorių vaidybos. Savo ruožtu ši vaidyba bus kryptingai reguliuojama ir formalizuojama.

Tačiau ar mes galime žiūrėti į meno kūrinį, kaip į sumodeliuotą racionalių sprendimų priėmimo procesą? Kiek šis procesas yra iracionalus ir kiek jis gali būti „valdomas“? Galima paklausti ir taip: Ar įmanu sumodeliuoti menininko veiksmus taip, kad jis sukurtų šedevrą?

Čia verta prisiminti, kad per visą XVII a. ir XVIII a. daugelyje traktatų buvo visai aukštinamas individo kūrybinis genijus. Pats žodis „genijus“ talpino savyje ne tik paprastą žmogaus išaukštinimą, egzaltuoto individo iškėlimą, bet ir atspindėjo tam tikrą mąstymą bei požiūrį į kūrybinio įkvėpimo šaltinį. Ši savoka pirmiausia apibūdino individo religines ar mažiausiai dvasinės aspiracijas: menininkas kaip dvasinių galių (super jėgų) kanalas, o kūrybiškumas jam dovanotas Dievo, dieviškosios apvaizdos kibirkštis. Dailės, poezijos ir literatūros kūrinių gaminimas (kūryba) buvo suvokiamas kaip išskirtinio individo dvasinės patirties išraiška (emanacija). Ši tendencija buvo tęsiama ir vėlesniais laikais.

Daugelyje traktatų menininko pastangos buvo vaizduojamos kaip jo vidinės energijos emanacija. Kartu buvo stengiamasi suprasti ir paaiškinti, kaip šis kūrybinis procesas vyksta ir kokie yra svarbiausi to genealumo dėmenys: ko reikia individui, kad jis galėtų kurti? Kaip pastebi šiuolaikinis anglų kultūros sociologas Richardas Etlinas, dar XVIII a. gyvenęs meno istorikas V. Duff savo esė „Apie genealumo prigimtį“ (1767 m.) yra nurodęs tris kūrybiškumo dėmenis (sudedamąsias dalis): pirma, *vaizduotė* (imagination) – ji sutelkia egzistuojančias idėjas ir nustato naujus

jų tarpusavio ryšius; antra, *sveika nuovoka, nuomonė* (judgement) – ji reguliuoja ir kontroliuoja vaizduotės žaismą ir įvertina tų idėjų kiltį ir raišką; trečia, *skonis* (taste) – tai vidinis menininko jausmas, kuriuo jis sprendžia apie gėrį ir blogį, grožį ir bjaurumą, santūrumą ir juokingumą (Etlin 1996: 38–39).

Šiuolaikiniai postmoderno kritikai skeptiškai vertina kuriančio genijaus idėją. Egzistuoja dvi plačiausiai paplitusios opozicinės kryptys.

Pirmieji teigia, kad kūrybiškumą galima apibrėžti tik individualiais – specifiniais terminais, kitaip tariant, negalima nustatyti genialumo standartų. Dėl to bet koks meno kūrinio vertinimas visada yra reliatyvus ir permainingas (Kačerauskas 2008). Antrieji laikosi pažiūros, kad meninė kūryba ir jos vertinimas visada atsiremia į socialinį bei politinį kontekstą, kurio kūrėjas gali būti paveiktas. Tarp dalykų, kurie turės įtakos kūrėjo skoniui, visų pirma minėtina priklausomybė tam tikrai socialinei grupei. Taigi meno kūriniiui tam tikro kanono suteikimas (jo kononizavimas) arba paties kūrėjo asmens išaukštinimas – esanti paprasčiausia meninio ar intelektualinio elito nesaikingumo pastanga, o ne realus dalykas (Etlin 1996).

Sunku vienareikšmiškai pritarti vienai ar kitai pusei – tradicionalistams ar postruktūralistams. Abi pusės turi pakankamai svarių argumentų. Neabejotina ir tai, kad meno kūrėjas – tai žmogus, pasižymintis ypatingu skoniu ir vaizduote. Taip pat neginčytina, kad jo kūrybiškumo raiškai turi įtakos ir socialinis bei politinis kontekstas. Tačiau nė vieno iš minėtųjų dalykų nederėtų suabsoliutinti, suteikiant primatą. Kur kas svarbiau yra suvokti, koku mastu kūrybiškumas gali būti sietinas su racionalių sprendimų priėmimu. Juolab kad būtent čia ir ryškėja meninio kūrinio (kultūros produkto) ir politinių paslaugų produkto skirtingumai.

Kūrybiškumas kaip racionalių sprendimų priėmimo procesas

Meno kūrinys daugelio akyse yra akivaizdi menininko kančių ir pergyvenimų išraiška. Kartu

jame ieškoma ir sistemos elementų, loginės struktūros, kuri siejama su menininko mąstymo ypatumais. Tokiu būdu stengiamasi atspėti, menininkas ką norėjo pasakyti savo kūriniu (paveikslu). Taigi iš esmės stengiamasi atspėti menininko „logiką“ – kaip jis suvokia pasaulį, kokiais simboliais bei ženklais tai išreiškia ir kokia tos išraiškos „loginė“ seka. Būtent tam ir atliekama kūrinio analizė.

Pirmiausia nustatoma (subjektyviai), ką menininkas norėjo pasakyti savo kūriniu (koks tikslas) ir kokiomis priemonėmis (technika) jis tai atliko. Kitaip tariant, pirmiausia įvardijamas „grynas“ kūrybinis modelis (idėja), o toliau žiūrima, kokiomis techninėmis priemonėmis tai įgyvendinta.

Paprastai idėja, kurią menininkas bando išreikšti savo kūrinyje, neturi politinės inspiracijos. Menininkas savo darbu pirmiausia siekia sukurti kultūrinę vertybę ir tuo padidinti jau visuomenėje esančių kultūrinių vertybių visumą. Tai pirmaeilis jo tikslas ir misija. Kultūrinė vertybė kūrinyje yra įkūnyta menininko kūrybiškumo, pasireiškiančio jo gebėjimu paslaptinai perteikti vaizduotėje susikurtą tikrovę (ją išreikšti), paversti vaizdais, žodžiais bei garsais ir pasiūlyti žiūrovui kaip alternatyvą esamoms vertybėms ir jų įsivaizdavimams. Galima pasakyti ir taip: menininkas yra savotiškas vertybių interpretatorius. Sudėliodamas jas į tam tikras gupes ir tam tikrus „aukštus“, parodo mums, kaip jis tai supranta, ir siūlo mums irgi į jas taip pasižiūrėti. Siūlo, bet ne verčia.

Tuo tarpu politiko siūlymas visada yra angažuotas, primetantis, verčiantis rinktis siūlomą projektą, kaip geriausią alternatyvą. Tam naudoja ir visą įtaigos priemonių arsenalą, pasinaudodamas naujausiomis medijų ir informacinių technologijų galimybėmis (Fishman 2006).

Menininko pateiktas šis „grynas“ kūrybinis modelis neturi jokių taisyklių ir neįmanoma jo aprašyti. „Žaidimo taisyklės“ čia nustato menininko genijus. Vienintelis dalykas, ką galima padaryti, – tai aiškintis, kokiomis techninėmis priemonėmis ir būdais menininkas perteikia tą savo „tikrovės įsivaizdavimą“. Tai

pasakytina, pavyzdžiui, apie rašytojus, skulptorius, dailininkus, kurie naudojami tam tikromis „medžiagomis“ bei atlikimo technika, ir mes galime realiai jas įvardyti, palyginti ir pan.

Taip pat galima pasakyti, kiek menininkų naudojami šia technika ir kokie išraiškos būdai tam tikru laikotarpiu yra labiausiai paplitę. Savo ruožtu tai leidžia kalbėti apie vyraujančius tam tikru laikotarpiu meninius sprendimus, jų priėmimo būdą ir įgyvendinimą.

Tačiau naudojama technika nedaug pasako apie paties menininko kūrybiškumą. Tiesa, galima kalbėti apie jo sugebėjimą gaminti laikmečio poreikius atitinkančias kultūrinės vertybes, t. y. pagal visuotinai aprobuotas „taisykles“, ir visai nepastebėti dirbančio ne pagal taisykles, kurios galbūt bus pripažintos tik ateityje. Tačiau dabar jį laikyti „nekūrybišku“.

Kiekvienam kūriniui pagaminti reikalingas laikas. Nuo to iš dalies priklauso ir jo vertingumas. Tačiau meniniam kūriniui sugaištas laikas nėra taip paprastai nustatomas, kaip pavyzdžiui, ekonominei vertybei (plataus vartojimo prekei) pagaminti.

Iš tikrųjų labai sunku nustatyti, kiek sugaišta laiko meno kūriniui pagaminti (o būtent tai yra svarbu ekonomistams). Tai susiję su pačia kūrybos prigimtimi. Meno kūrinio pagaminimas nėra tiesiogiai susijęs su menininko techniniais gebėjimais ir įgūdžiais jį atlikti. Esmė ta, kad menininkas daug laiko praleidžia „veltui“, lyg ir nieko neveikdamas, bet kartu nuolat ruošdamasis vidujai būsimam veikimui: jame vyksta nuolatinis kūrybinis darbas – realybė transformuojama į vaizdus, simbolius, kuriems išreikšti ieškoma reikiamos formos ir priemonių. Tokiu būdu kultūrinei vertybei pagaminti sugaištas laikas gali būti padalytas į dvi dalis: pirma dalis – tai laikas, sugaištas „grynai“ idėjai sugeneruoti ir rasti būdą jai materializuoti (garsais, vaizdais, žodžiais); antra dalis – tai laikas, sugaištas tai materializacijai atlikti.

Iš esmės tai dvi kūrybiškumo apraiškos, kurias galima įvardyti kaip – genealumą ir talentingumą (t. y. sugebėjimą techniškai tobulai, meistriškai atlikti sumanymą). Kiekvienas iš minėtųjų „laikų“, sugaištas kultūrinei vertybei

pagaminti, yra svarbus, tačiau nevienodai gali būti išmatuotas ir įvertintas. Idėjos paieškos laikas, tiksliau, jo ribos iš esmės negali būti nustatytos, kadangi kūrybinis procesas vyksta nuolat. Tuo tarpu idėjos techninio įgyvendinimo laikas gali būti daugiau ar mažiau nustatytas, taip pat kaip ir su idėjos realizavimu susijusios išlaidos. Kokios yra būtinausios su kūrinio gaminimu susijusios išlaidos?

Akivaizdu, kad menininkas, kaip ir kiekvienas žmogus, turi pirmiausia patenkinti savo elementarius poreikius: jam reikalingas maistas, pastogė, drabužiai. Kita vertus, jam reikalingos ir tam tikros sąlygos kūrybiniam darbui. Nenuostabu, kad daugelis žymių menininkų ieško atokesnių, juos įkvepiančių vietų (neretai gamtos prieglobstyje ir pan.). Suprantama, kad tam būtinos lėšos. Visais laikais jos buvo svarbus dalykas menininkams. Nuo seno daugelis meno žmonių turėjo savo mecenatus (globėjus), kurie rūpinosi jų finansais. Ir šiandien pasaulyje yra nemažai fondų (visuomeninių ir privačių), kurie skiria lėšas menininkams palaikyti.

Politikas, kurdamas politinį projektą, taip pat naudojami įvairiais informaciniais šaltiniais, kitų sukurtais intelektualiais produktais, siekdamas paimti iš jų tai, kas jam atrodo naudinga jo sumanymui. Jo laikas, sugaištas politinei vertybei pagaminti, pat pat gali būti padalytas į dvi dalis: pirma dalis – tai laikas, sugaištas „grynai“ idėjai sugeneruoti ir rasti būdą jai materializuoti (siūlomoms programoms, įstatymo teksto parengimas, pasitelkiant specialistus). Šio laiko taip pat negalima tiksliai išmatuoti – tiksliai nustatyti, kiek jo sugaišta rengiant įstatymo projektą. Antra dalis – tai laikas, sugaištas tai materializacijai atlikti ir naujai paslaugai visuomenei pristatyti. Jo taip pat negalima tiksliai išmatuoti ir įvertinti (pinigine išraiška).

Taigi galima tarti, kad bet kokia meninė ir politinė kūryba yra susijusi su tam tikromis išlaidomis (reikalinga kūrėjo finansinio palaikymo, kad jis galėtų materializuoti savo sumanymą). Suprantama, kad tai savo ruožtu daro įtaką ir pačiam kūrybos procesui.

Meno kūrinys ima vis daugiau kainuoti. Ypač tai pasakytina apie meno kūrinius, kurie yra

ne vieno, bet daugelio kūrėjų pastangų vaisius. Pavyzdžiui, kino filmas ar teatro spektaklis (vizualinis reginys) – jam reikalinga speciali įranga, reklama, reikia apmokėti aktoriams, scenos darbuotojams ir t. t. Natūralu, kad kyla ir bilietų kaina. Tokiu būdu didėja ir pajamos už meno kūrinį.

Savo ruožtu ir politinė paslauga, kurią kuriant dalyvauja ne vienas politikas, o žmonių grupė (konsultantai, ekspertai ir pan.), taip pat ima vis daugiau kainuoti. Todėl natūralu, kad ieškoma būdų, kaip padidinti pajamas.

Egzistuoja trys būdai, kurie naudojami siekiant padidinti pajamas už meno kūrinį:

- pajamų didinimas suvaržant (ribojant) kūrinio prieinamumą galimybę;
- pajamų didinimas komercializuojant meno kurinius;
- maksimalus pajamų didinimas (kaip vienintelis siekis), panaudojant visas tam reikalui įmanomas priemones.

Minėtieji būdai gali būti taikomi ir siekiant padidinti pajamas ne tik už meno kūrinius, bet ir kitas prekes, kurios atsiduria rinkoje ir yra siūlomos vartotojams.

Pajamų didinimas, ribojant priėjimą prie meno kūrinio. Kiekvienas meno kūrinys turi savo gerbėjus, kurie pasirenę viskam už galimybę jį regėti (girdėti). Paprastai jie nesudaro daugumos, greičiau mažumą. Tačiau aktyvią mažumą. Tokiai mažumai tarnauja nekomerciniai teatro ir kino pastatymai, klasikinės muzikos, operos spektakliai, džiazo ar poezijos vakarai ir pan. Paprastai į šiuos renginius ateina tie, kurie pasirenę sumokėti gerokai daugiau nei šie galbūt yra verti.

Pajamų didinimas komercializuojant meno kūrinius, suteikiant jiems komercinę orientaciją. Akivaizdu, kad šiuolaikiniai meno žmonės siekia vis patogesnio ir materialiai aprūpinto gyvenimo. Dėl to reikalauja už savo kūrinius vis didesnį atlygį. Jie negaili pastangų ir laiko, kad jų kūriniai pasiektų kuo platesnę publiką, įgytų „vartojamumo“ koeficientą. Todėl nenustabu, kad meno kūrinių komercializacija pastaruoju metu įgyja vis didesnę mastą: meno kūrinys tampa tokia pat preke, ieškančia savo

pirkėjo, kaip ir bet kuri kita prekė. Pripažinti, vardą turintys menininkai multiplikuoja savo meno kūrinius, tampančius ekonominėmis vertybėmis, duodančiomis jų autoriams nemažą pelną (pvz., komiksų, „muilo operų“, miuziklų, vaizdo klipų gamyba ir pan.). Savo ruožtu tai sudaro galimybes jų kūrėjams pagerinti savo materialinę padėtį.

Maksimalus pajamų didinimas, panaudojant visas įmanomas priemones. Nepaisant idealizuotų vaizdinių, kuriuos sukuria aktoriai ir kiti kultūros veikėjai, egzistuoja daugybė žmonių, kurie taip pat gali būti pavadinti „kultūrinės produkcijos kūrėjais“. Būtent jie, panaudodami naujausias technologijas ir savo techninį išradingumą, suteikia esamoms vertybėms (kultūrinėms, ekonominėms ir kt.) naują, patrauklų „veidą“, jos tampa pageidaujamos visuomenei ar atskiroms socialinėms grupėms. Suteikdami kūriniams naują išorę, jie įneša ir savo kūrybiškumą. Ilgainiui susiformuoja ir tam tikri tokių gaminių meninio konstravimo standartai, kurie patys įgyja kultūrinę vertę. Ši kultūrinė produkcija sietina su amatininkyste, taip pat tokiomis veiklos sritimis kaip žurnalistika, reklama, dizainas, architektūros paslaugos. Būtent šių profesijų atstovų pastangomis kūrinys gali tapti dar pajamingesnis. Taigi kartu tapti ir realia ekonomine vertybe.

Tiesa, ne visi laikosi tokio požiūrio. Egzistuoja du visiškai skirtingi požiūriai į menininko darbą ir jo vertingumą.

Pirmojo šalininkai laikosi požiūrio, kad menininko darbas yra toks menkas, kad negali būti laikomas savarankiškai turinčiu kokią nors vertę. Tik atsidūręs realioje rinkoje meno kūrinys tampa ko nors vertas, nes tik čia jis gali būti kam nors įdomus ir reikalingas. Taigi tik reali fizinė rinka suteikia menininko darbui (kūriniui) ekonominę vertę. Galima pasakyti ir taip: rinka determinuoja ir kultūrinės vertybes. Fizinis darbas transformuoja „paprastas ekonomines gėrybes“ į „kultūrinės gėrybes“ (Brown 1993).

Antrieji mano, kad bet kuri žmogaus sukurta ekonominė gėrybė kartu yra ir kultūrinė

vertybė, nors mums dažnai tenka pripažinti, kad abi vertybės (ekonominė ir kultūrinė) nėra tiesiogiai susijusios, kadangi vartotojai, žvelgdami į meno kūrinius, juos „matuoja“ pirmiausia remdamiesi kultūrinės vertybės argumentais. Taigi egzistuoja tam tikra skirtis tarp meno kūrinių ir ne meno, nors ir juose neretai galima išvystyti ryškių meniškumo elementų.

Politinės paslaugos taip pat yra kūrinys. Tačiau politikas už teikiamą politinę paslaugą (idėjos, įstatymo siūlymą) negauna tiesioginės materialinės naudos. Įstatymų projektų teikimas yra jo pareiga. Jų kiekis neturi tiesioginės įtakos ir politiko materialinei padėčiai, tačiau padeda susikurti gerą vardą ir pelnyti rinkėjų palaikymą. Taip pat padeda būti pastebėtam suinteresuotų asmenų, kurie yra pasirengę dosniai atsilyginti už jiems palankių sprendimų prastūmimą Seime.

Tas atsilyginimas galimas tiesioginis (materialinis atlyginimas) ir netiesioginis (paramos suteikimas rinkimuose, apmokant politikų sąskaitas. Suprantama, kad kuo didesnę naudą turės verslas ar suinteresuotos grupės iš siūlomo įstatymo pataisų, tuo didesnio atlygio gali tikėtis politikas.

Nors visose šalyse egzistuoja griežti įstatymai, reglamentuojantys politiko veiklą ir nustatantys ribas, kurių jis neturėtų peržengti, tačiau visada buvo ir bus pasiryžusių rizikuoti. Tai lemia ne tik subjektyvios priežastys, kurios sietinos su kokrečiau individo vertybinėmis orientacijomis, gyvenimo būdu, bet ir objektyvios priežastys. Bene svarbiausia – nuolat auganti buvimo politikoje kaina – didėjančios išlaidos prisistatymui visuomenėje, naudojantis žiniasklaidos ir reklamos teikiamomis galimybėmis. Lėšų stygius – bene didžiausias iššūkis, su kuriuo susiduria tiek menininkas, tiek politikas. Tad pajamų didinimas už teikiamas paslaugas aktualus abiem.

Menininkas, siekdamas pajamų didinimo, stengiasi suvaržyti (riboti) kūrinio prieinamumą galimybę vartotojui (žiūrovui), o politikas stengiasi kuo plačiau paskleisti savo pasiūlymą, siekia supažindinti su juo kuo platesnę auditoriją, nes žinomumas jam yra svarbiausia. Kiek politi-

kas yra žinomas, tiek jis gali būti pastebimas politinėje erdvėje. Būti pastebimam – tai turėti šansą, kad į tavo kreipsis suinteresuotos grupės, visada turinčios problemų, kurias gali išspręsti tik politiniai sprendimai, priėmus naujus ar papildžius pataisomis senus įstatymus.

Menininkas pajamų didinimą sieja su kūrinių komercializavimu, siekdamas juos kuo brangiau viešai parduoti, o politikas vengia tokio viešumo. Paprastai jis renkasi tuos rėmėjus, kurie dosniausiai atsilygina už jo teikiamas paslaugas. Viešumas čia nėra itin pageidaujamas dalykas, todėl nenuostabu, kad menkiausi politiko judesiai susilaukia padidinto žiniasklaidos dėmesio.

Taigi, į menininko ir politiko darbą galima žiūrėti kaip į atitinkantį dvigubą rinkos reikalavimą. Viena vertus, menininko vizijos ir politiko įžvalgos, paskatintos komplekso aplinkybių, sužadina idėjas, kurias techniniai gebėjimai leidžia įkūnyti meno kūrinyje, politinėje paslaugoje (teikiamame įstatyme) ir atliepia rinkos poreikį. Kita vertus, meno kūrinys, teikiama politinė paslauga įgyja ekonominę vertę (nustatoma jo kaina) per mainus rinkoje. Kartu čia nustatoma ir „kultūrinė kaina“ (meno kūriniui) ir „politinė kaina“ (politinei paslaugai), kuri pasireiškia per kūrinio priėmimą visuomenėje, jo populiarumą tarp atskirų suinteresuotų grupių ir jų teikiamą paramą.

Kūrybiškumo ypatumai kuriant politines vertybes

Politinių paslaugų kaip vertybių kūrimas yra sąmoningai organizuota individo veikla, kurios motyvas yra santykių tarp įvairių socialinių grupių harmonizavimas, už tai pelnant teisę jiems atstovauti.

Suprantama, kad toks siekis savaip paženkliną ir politiko kūrybiškumą. Nors galima čis išvystyti ir atsitiktinumo, ir netgi tam tikro iracionalumo apraiškų, tačiau vis tik vyrauja racionalusis pradai: aiškus suvokimas, ką norima padaryti, kokiais būdais ir priemonėmis, kokios reikalingos sąnaudos ir kiek iš to visuomenei ar jų grupėms bus naudos.

Šia prasme politinių paslaugų kūrėjo (politiko) veikimas yra daug aiškiau apibrėžiamas ir nusakomas nei menininko, kuriam neretai pradedant kūrinio „gamybą“ dar nėra visiškai aiškus ir pats sumanymas, ir keliai bei būdai jam realizuoti, taip pat ir atlygis, kurio jis gali tikėtis už šį darbą. Tiesa, menininko, kaip ir politiko, „kūrinio“ vertę nustato rinka (čia ji įgyja meninę ar politinę vertę), tačiau pati rinka menininkui nėra ta vieta, į kurios permainingus vėjus jis visada orientuotųsi: menininkas yra kūrėjas, bandantis priversti šios rinkos dalyvius (tiek kolegas menininkus, siūlančius savo darbus, tiek meno kūrinį vartotojus) jį pripažinti. Vardan to pripažinimo jis gali aukoti save ir savo gyvenimo laiką.

Nors jis tikisi ir laukia sėkmės, tačiau vardan jos tikras menininkas neatsisakys savo meninės kūrybos principų ir nesitaikys prie rinkos poreikių (čia nekalbama apie vidutinybes – masinės kultūros produktų gamintojus).

Tuo tarpu politikas yra daug labiau priklausomas nuo politinių paslaugų rinkos. Politiko misija – tenkinti visuomenėje egzistuojantį poreikį, teikiant politines paslaugas, ir už tai gauti atlygį – palaikymą rinkimuose (Pruskus 2000).

Taigi politikas suvokia save kaip pajėgų ir galintį padėti kitiems, teikti jiems reikalingas politines paslaugas, t. y. jiems pasitarnauti, nors ir už minėtą atlygį.

Savo ruožtu politinių paslaugų kūrimas reikalauja iš politiko ne tik žinojimo, kaip tai padaryti (profesinės kvalifikacijos ir tam tikros informacijos turėjimo), bet ir to, kas irgi gali būti pavadinta kūrybiškumu. Tačiau šis kūrybiškumas yra savitas. Kuo jis pasireiškia?

Norint geriau suprasti jo savitumą, derėtų pasiaiškinti jo raišką, turint prieš akis minėtojo V. Duffo pateiktus tris kūrybiškumo dėmenis (sudedamąsias dalis): vaizduotę, skonį ir sveiką nuovoką. Kaip šie dėmenys veikia politiko kūrybiškumą?

Vaizduotė. Kaip minėta, vaizduotė menininkui padeda sutelkti egzistuojančias idėjas bei bandyti įžvelgti tarp jų ryšius ir tokiu būdu kurti naujus idėjų darinius, siekiant vėliau juos materializuoti žodžiais, garsais ar vaizdais.

Politikas, pasitelkęs vaizduotę, gali bandyti atspėti, kokio pobūdžio paslaugų trūksta politinių paslaugų rinkoje, kad galėtų pasiūlyti jas vartotojui (potencialiam rinkėjui). Menininkas savo vaizduotės neriboja (leidžia jai laisvai reikštis), kadangi neturi išankstinio „užsakymo“ patenkinti vieną ar kitą kultūrinės vertybės vartotojo poreikį (greičiau tai vartotojo reikalas – priimti siūlomą kūrinį ar ne), o politikas kur kas labiau „įžemina“ savo vaizduotę. Jo vaizduotė turi remtis į realybę: jis visada prieš akis turi realius žmones su realiomis galimybėmis priimti siūlomas inovacijas. Šia prasme galima tarti, jog tikro politiko, kuriančio ir siūlančio visuomenei politines paslaugas, vaizduotė visada bus realistiškesnė, arčiau žemės nei menininko.

Sveika nuovoka (protas). Menininkui sveika nuovoka yra tam tikras instrumentas (galimybė) kontroliuoti vaizduotės žaismą, laikyti ją tam tikruose rėmuose, neleisti jų peržengti. Tuo tarpu politikui sveika nuovoka reiškia ne tik tai, kad jis turi paisyti vartotojo (rinkėjo) poreikių, bet ir gebėti patenkinti juos jiems suprantamu ir priimtiniu būdu, atsižvelgiant į jų mentalitetą, išsilavinimą, pomėgius ir t. t. Taip pat realiai įvertinti ir savo galimybes patenkinti tuos poreikius. Nesėkmė politikui reiškia iškritimą, ilgesniam ar trumpesniam laikui iš politinio veiksmo arenos, o kartais ir visišką užmaršį bei politinę mirtį.

Tuo tarpu menininkui, nors tokia grėsmė irgi egzistuoja (būti nesuprastam kultūrinių vertybių vartotojo ir likti „nenupirktam“), tačiau visada dar lieka viltis susilaukti pripažinimo ateityje. Tuomet išaugsianti ir kūrinio kaina.

Skonis. Menininkui skonis – tai vidinis jausmas, kuriuo vadovaudamasis jis skiria gėrį nuo blogio, melą nuo tiesos, ir tai parodo savo kūrinyje. Tą „skirti“ meno vertybių vartotojas priima arba nepriima. Tokiu būdu ji visada išlieka kaip vienas iš daugelio pasiūlymų kultūrinių vertybių vartotojui, ir tiek). Tuo tarpu politikui skonis – tai vidinė nuojauta, sakanti, ko reikia rinkėjui *čia ir dabar*. Tad jam svarbu ne tiek „mano skonis“ (menininko atveju), bet vartotojo – rinkėjo skonis. Svarbu atspėti rinkėjo skonį ir paversti konkrečiu pasiūlymu (politine preke ar paslauga). Būtent tai kaip tik ir yra pagrindinis politiko rūpestis.

Taigi, kaip matyti, politiko, kaip politinių paslaugų kūrėjo ir teikėjo, veiksmus rinka žymiau daugiau įrėmina nei menininko. Todėl nenuostabu, kad politiko veiksmai, kuriant politines paslaugas, yra labiau racionalizuoti.

Nepaisant to, jie ne visada užtikrina jam sėkmę, kadangi neįmanoma visiškai atspėti ir tuo labiau tiksliai nusakyti rinkėjų elgsenos politinių paslaugų rinkoje. Tas pasakytina tiek apie politines, tiek apie kultūrines vertybes, kurių žmonės siekia.

Kita vertus, politinių paslaugų ir kultūrinių vertybių priėmimas paprastai reiškia pripažinimą, o pripažinimas – tai pirmas žingsnis į įsiamžinimą. Patirtis rodo, kad menininkas retai susilaukia pripažinimo dar jam gyvam esant. Daugelį guodžia mintis, kad jie bus pripažinti, tegu ir po mirties. Todėl jiems pripažinimas *čia ir dabar* nėra toks jau svarbus ir aktualus.

Tuo tarpu politikui svarbu būti pripažintam *čia ir dabar*. Visuomenės pripažinimas ateityje jį mažai guodžia. Todėl tam, kad įgytų tą pripažinimą, jis pasirengęs pats aukotis ir aukoti kitus, neretai netgi artimuosius ir draugus, bet išlikti visuomenės dėmesio centre. Čia jam į pagalbą ateina žiniasklaida. Ši judviejų draugystė nėra paprasta. Kiekviena iš pusių stengiasi patenkinti savo interesus.

Žiniasklaidos priedermė, tenkinant visuomenės smalsumą, rodyti politikų nedorus darbus ir uždavinėti nepatogius klausimus, o politiko vienas iš pagrindinių rūpesčių yra nusišluoti praeities nuodėmes ir susikurti palankų įvaizdį visuomenės akyse.

Turėti užtarėją politiko asmenyje nadinga ir žiniasklaidai. Tai panašu į santuoką, bet ne iš meilės, o iš išskaičiavimo. Daugelis tokių santuokų nėra ilgalaikės. Ne išimtis ir ši. Nedaug tereikia, kad ši draugystė išsirtų, o jai iširus abi pusės vėl ieško naujų partnerių.

Išvados

Politinių paslaugų produktai, kaip politinės ir kultūrinės vertybės, yra individo kūrybinės veiklos (kūrybiškumo) rezultatas. Tiek me-

nininkui kaip kultūrinių vertybių (prekių, paslaugų) teikėjui, tiek politinių paslaugų srityje veikiančiam politikui kaip politinių vertybių teikėjui būdingas kūrybiškumas, kurį sudaro trys svarbiausi dėmenys: vaizduotė, sveika nuovoka (protas) ir skonis. Jų raiška menininko ir politiko veikloje turi savų ypatumų.

Politinių paslaugų srityje veikiančiam politikui vaizduotė padeda sutelkti egzistuojančias idėjas, bandyti įžvelgti tarp jų sąsajas ir tokiu būdu kurti naujus idėjų darinius, siekiant vėliau juos materializuoti žodžiais, garsais ar vaizdais, suteikiant galimybę individui pažvelgti į juos netikėtu rakursu ir darant jį savo sumanymo bendrakūrėju bei palaikytoju, tikintis pelnyti jo palaikymą rinkimuose. Taigi turėti ir apčiuopiamos naudos. Menininkui vaizduotė – kaip Dievo dovana ir sunkiai nuspėjamas jos žaismas, dėl kurio jis nė kiek nesijaudina. Taip pat jam mažai rūpi, ar jo kūrinį supras vartotojas – jam svarbu sumanymas ir jo realizavimo išbaigtumas.

Kuriančiam menininkui sveika nuovoka yra tam tikras instrumentas (galimybė) kontroliuoti vaizduotės žaismą, laikyti ją tam tikrose ribose, neleisti jų peržengti. Tuo tarpu politikui sveika nuovoka reiškia ne tik tai, kad jis turi paisyti rinkėjų interesų bei poreikių, bet ir gebėti įtikinamai parodyti, kad jam tie jų poreikiai itin svarbūs ir jis pasirengęs visais įmanomais būdais siekti jų įgyvendinimo. Tokiu būdu pelnyti pripažinimą (pirkimą) *čia ir dabar*. Tuo tarpu kuriančiam menininkui, nors ir egzistuoja grėsmė būti nesuprastam ir „nenupirktam“ kultūrinių vertybių vartotojo, tačiau visada lieka viltis susilaukti pripažinimo ateityje.

Kuriančiam menininkui skonis – tai vidinis jausmas, kuriuo vadovaudamasis jis kuria ir siūlo savo kūrinius kaip vieną iš daugelio pasiūlymų kultūrinių vertybių vartotojui, palikdamas jam pasirinkimo teisę ir nesiekdamas pernelyg pataikauti jo įgeidžiams. Politikui skonis – tai taip pat vidinė nuojauta, sakanti, ko rinkėjui reikia ir kaip galima patenkinti tą poreikį. Tačiau jam svarbu ne „mano skonis“ (menininko atveju), bet rinkėjo skonis, kurį reikia nuspėti. Todėl nenuostabu, kad jo veiksmai,

kuriant politines vertybes, yra labiau racionalizuoti. Tačiau jie ne visada užtikrina jam sėkmę, kadangi neįmanoma atspėti, o tuo labiau tiksliai nusakyti rinkėjų elgsenos rinkimų mugėje.

Literatūra

- Barnes, S. H.; Kaase, M.; Klause, A. 1989. *Political Action*. Beverly Hills: Sage.
- Brown, M. 1993. An entrepreneur in spite of himself. Edgar Degas and the Market, in Haskell Thomas L. and Teichgraber Richard F. (Eds.). *The Culture of the Market: Historical Essays*. Cambridge University Press, 261–268.
- Crane, D. 1992. *The Production of Culture*. London-New York: Sage Publications.
- Edelman, M. 2002. *Politinio spektaklio konstravimas*. Vilnius: Eugrimas.
- Etlin, R. A. 1996. *In Defence of Humanism: Value in the Arts and Literature*. Cambridge University Press, 398–399.
<http://dx.doi.org/10.1017/CBO9781139172790>
- Fishman, J. 2006. *Do not Leave Your Language Alone: The Hidden Status Agendas Within Corpus Planning in Language Policy*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Frey, S. R. 1997. *Not Just for Money: An Economic Theory of Personal Motivation*. Cheltenham; Edward Elgar, 346.
- Kačerauskas, T. 2008. *Tikrovė ir kūryba*. Kultūros fenomenologijos metmenys. Vilnius: Technika.
<http://dx.doi.org/10.3846/1444-M>
- Kallos, N.; Trasnea, O. 1982. Political values Their Status and Social Function, *International Political Science Review* 3(April): 182–189.
<http://dx.doi.org/10.1177/019251218200300204>
- Mansfield, E. 1995. *Innovation in Technology and The Economy: Selected Essays of Edwin Mansfield*. Aldeshot: Edward Elgar.
- Pruskus, V. 2000. *Politinių paslaugų teikimo pagrindai*. Vilnius: VPU leidykla.
- Throsby, D. 2001. *Economics and Culture*. Cambridge University Press.
- Wisniewski, R. 2007. *Marketing wyborczy*. Warszawa-Wrocław: Odis.

THE PECULIARITIES OF CREATION OF POLITICAL SERVICE AS A VALUE IN COMMUNICATION CONTEXT

Valdas Pruskus

The article discusses the differences between political services presented as values and cultural values as presented the aspects of creativity. The creativity itself is analysed as a process of individual's rational decision-making as well as a manifestation of irrational powers of the creator. The reasons behind the increasing expenditure for creation of political services as well as influence on transparency of political activity are analysed. The peculiarities of creativity in creation of products of political services as values are highlighted by three components (imagination, sobriety, taste) of creativity.

Keywords: political services, creativity, culture, art, image, cultural values, political values, communication.

Įteikta 2012-06-16; priimta 2012-09-03