

Autentiškumo poliarizacija šiuolaikinės Vakarų ir Vidurio Lietuvos moters individualumo paieškose

RASA BALSEVIČIENĖ

Klaipėdos universitetas, H. Manto g. 84, 92294 Klaipėda
El. paštas rasa.balseviciene@ku.lt

Straipsnyje analizuojama, kaip XXI a. Vakarų ir Vidurio Lietuvos moterys konstruoja savo individualumą per autentiškumo sampratą ir kasdienes kūno bei grožio praktikas. Autentiškumas suvokiamas kaip dinamiškas procesas, vykstantis tarp vidinės savasties jausmo ir išorinių socialinių normų, taip pat kaip šiuolaikinės kultūros reikalavimas nuolat dirbti su savimi. Tyrimas atskleidė, kad Lietuvos moterų patirtys formuojasi poliarizuotame kultūriniame kontekste. Viena vertus, akcentuojamas savęs priėmimas, kūno įvairovė ir teisė būti savimi. Kita vertus, grožio industrija, socialiniai tinklai ir vizualinė kultūra kuria aiškius estetikos ir elgsenos standartus, ribojančius šią deklaruojamą laisvę. Tad moters tapatybė formuojama nuolatinėje įtampoje tarp laisvo pasirinkimo ir struktūrinių apribojimų, kuriuos nustato medijos, šeimos lūkesčiai, profesinė aplinka ir kultūriniai stereotipai. Empiriniai apklausos duomenys atskleidė, kad autentiškumo diskursas veikia dviprasmiškai. Jis tiek įgalina moteris, skatindamas savivertę, individualumą, tiek ir disciplinuoja, nustatydamas, kokia „teisinga“ moteris turėtų būti – psichologiškai stabili, estetiškai saikinga, tvarkinga ir socialiai priimtina. Šie du aspektai dažniausiai veikia ne atskirai, o vienu metu, sudarydami subtilų kontrolės mechanizmą. Šiuolaikinės moters individualumo paieškos šiame kontekste vyksta kaip nuoseklus kelių fazių procesas, kuris niekada nėra galutinai užbaigtas. Autentiškumas čia funkcionuoja ne tik kaip asmeninė vertybė, bet ir kaip kultūrinė norma, formuojanti moterų savivoką ir grožio praktikų logiką. Tyrimas atskleidė, kad poliarizacija tarp autentiškumo, kaip išlaisvinimo, ir autentiškumo, kaip normos, yra viena esminių šiuolaikinės kultūros sąvybių, formuojančių Vakarų ir Vidurio Lietuvos moters savivoką ir grožio praktiką.

Reikšminiai žodžiai: autentiškumas, individualumas, pasitikėjimas savimi, natūralumas, poliarizacija

IVADAS

Temos aktualumas, naujumas ir problema. „Noras būti gražiam atsirado turbūt kartu su žmonija“ [39, 3]. Jau nuo bibliinių laikų kalbama apie moters grožį¹. Todėl grožio, puošy-

1 „Žavūs tavo skruostai, dabinti pintomis grandinėlėmis, tavo kaklas – karoliais. Iš aukso nukalsim tau grandinėles, išpuošime jas sidabru. <...> Kelkis, mano meile, mano gražioji, eikš! <...> leisk man pamatyti tavo veidą ir išgirsti tavo balsą, nes tavo balsas toks mielas ir tavo veidas gražus“ (GG 1, 10–11; 2, 13–14).

bos, kūno standartų problematika aktuali visais amžiais iki šių dienų ir tyrinėjama įvairių mokslo šakų. Žmogaus kūnas užima svarbią vietą ir kultūros tyrinėjimuose, nes kūno bruožai, jų kaita atspindi kultūrinius, etninius ypatumus, jų pokyčius. Claudia's Liebelt tyrimas atskleidė, kad grožis yra siejamas su moteriškumu, nors vyrai pastaruoju metu į grožį investuoja vis daugiau [40, 206–213]. Šiuolaikinės moters tapatybė formuojasi prieštaringoje erdvėje, kurioje susikerta individualumo siekis, kultūrinės tradicijos ir vartotojiškos estetikos logika. Autentiškumo paieškos virsta ne tik moraliniu ar dvasiniu siekiu, bet ir rinkos reikalavimu – nuolat atnaujinti, tobulinti ir reprezentuoti save. Šis reiškinys ypač ryškus moters kūno grožio sferoje, kur natūralumo ir dirbtinumo ribos išsitrina, o „būti savimi“ reiskia ir laisvę, ir išipareigojimą. Šiandienos pagrindiniu iššūkiu išlieka siekis skatinti įvairovę ir autentišką savęs priėmimą. Jeigu tradicinėje visuomenėje moters grožį reguliavo kolektyviniai stereotipai, tai postmoderniame pasaulyje moterys vis dažniau akcentuoja autentiškumą, individualumą ir pasitikėjimą savimi.

Šiuolaikiniame poliarizuotame pasaulyje moterys patiria dvigubą spaudimą: iš vienos pusės – skatinamas autentiškumas, savęs priėmimas ir kūno įvairovė, iš kitos – nuolat stiprėja grožio industrijos, socialinių tinklų ir vizualinės kultūros diktuojami standartai. Lietuvių tyrėjų darbuose šiuolaikinės lietuviškos moters autentiškumo, individualumo paieškų tema analizuojama žvelgiant iš sociologijos, literatūrologijos, psichologijos, lyčių studijų perspektyvos. Kalbama apie savęs suvokimą, identiteto konstravimą, lyčių savimonę, tyrinėjami moterų socialiniai vaidmenys ir savivoka. Kristina Čiukšytė savo darbe „Lyčių tapatybės samprata ir raiška pažinčių skelbimuose“ [30] tyrinėja, kaip vyrai ir moterys reprezentuoja save (tapatybę) minimuose internetiniuose skelbimuose. Solveiga Daugirdaitė tyrime „Moteriškumo reprezentacija naujausioje lietuvių moterų prozoje“ [31] analizuoja, kaip moteriškumas vaizduojamas šiuolaikinės moterų prozos tekstuose, kaip moterys rašytojos per literatūrą kuria alternatyvius savasties modelius. Tačiau ypač trūksta Lietuvos mokslininkų tyrimų, susijusių su lietuviškos moters autentiško grožio siekiu. Dėl šios priežasties sunku suprasti lietuvių moterų grožio ritualų prasmę bei jų požiūrį į globalius grožio standartus.

Charles'as Tayloras [43, 19–23, 26] autentiškumą apibrėžė kaip moralinį idealą – ištikimybę savo vidiniam balsui, tačiau šiandien ši sąvoka tapo paradoksali – ji komodifikuota ir vertinama išoriškai. Anthony'is Giddensas [34, 10, 66] pabrėžė refleksyvios tapatybės konstravimą vėlyvosios modernybės sąlygomis, kai asmenys nuolat kuria „gyvenimo projektą“, derindami vidines vertybes ir išorinius lūkesčius. Rosalinda Gill [35] ir Eva Illouz [38] analizavo, kaip neoliberalioji kultūra perkelia atsakomybę už grožį, emocijas ir savivertę iš struktūrų į individą, ypač moterį. Tad autentiškumo tyrimas šiame kontekste tampa ne tik kultūrinis, bet ir socialiniu bei etiniu klausimu. Juditha Butler [28, 25] teigė, kad tapatybė visada yra performatyvi – nuolat kartojama ir kuriama per veiksmus, kūną ir kalbą. Pagal tokį požiūrį moters kasdienės grožio praktikos – makiažas, kūno priežiūra, aprangos pasirinkimas – tampa kultūrinėmis scenomis, kuriose vyksta autentiškumo performansas. Remiantis aptartomis teorijomis, šiame straipsnyje analizuojamas autorės 2023–2025 m. atliktas etnografinis lauko tyrimas siūlo žvelgti į autentiškumą kaip į derybų procesą, o ne kaip į stabilų bruožą. Šio tyrimo naujumas slypi ne dichotominiame (natūralu – dirbtina), bet santykiname požiūryje į autentiškumą: kaip moterys derina vidinį savęs suvokimą ir išorinį reprezentacijos lauką, kaip jos reflektuoja savo praktikas tarp socialinio spaudimo ir saviraiškos. Empirinė medžiaga – moterų apklausų duomenys – atveria Vakarų ir Vidurio Lietuvos moters patirties pjūvį, kuris papildo vyraujančius diskursus apie moters kūną, tapatybę ir grožį.

Autentiškumo sąvoka šiandien veikia dviprasmiškai – vienu metu ji žymi ir laisvės siekį, ir normatyvinį įsipareigojimą. Problema ta, kad moters autentiškumas dažnai matuojamas pagal išorinius kriterijus – grožio, jaunystės, sveikatos, efektyvumo. Taip moteris priversta balansuoti tarp „būti savimi“ ir „atitikti“. Pasak E. Illouz [37], emocinis kapitalizmas verčia individą nuolat reflektuoti ir optimizuoti savo būsenas, o tai iškreipia autentiškumo moralinį pamatą. Šiame tyrime keliamas klausimas: kaip Vakarų ir Vidurio Lietuvos moterys, veikdamos tarp kultūrinės tradicijos, technologinės modernybės ir globalių standartų, apibrėžia savo autentiškumą per kūno ir grožio praktikas? Kaip keičiasi šios reikšmės skirtingose kartose?

Analizuojant autentiškumo dviprasmybes moters individualumo paieškose, atskleidžiamos platesnės šiuolaikinės kultūros įtamos tarp laisvės ir priklausomybės, tarp moralės ir vartojimo, tarp vidinės savasties ir viešo įvaizdžio. Tyrimas išplečia autentiškumo sampratą nuo individualaus bruožo iki santykinės praktikos – nuolatinių derybų tarp savęs ir pasaulio. Empiriniai duomenys leidžia identifikuoti kartų požiūrių skirtumus ir prisideda prie platesnės diskusijos apie tapatybės transformacijas XXI amžiuje.

Šio tyrimo objektas – Vakarų ir Vidurio Lietuvos moterų autentiškumo diskursai šiuolaikinėje kultūroje, atskleidžiamas jų veikimas individualumo, savirefleksijos ir normatyvumo laukuose. Tyrimo tikslas – atskleisti, koku būdu autentiškumas veikia šiuolaikinėje kultūroje kaip dviprasmiškas reiškinys – vienu metu skatinantis moterų saviraišką ir įtvirtinantis naujas socialines normas bei savidisciplinos režimus.

Tikslui pasiekti išsikelti uždaviniai:

- apibrėžti teorinį kontekstą aptariant autentiškumo, postfeminizmo ir neoliberalizmo sąvokas;
- išanalizuoti teorinio konteksto koreliaciją su empirine medžiaga – moterų pasakojimais apie grožį ir atskleisti, kaip autentiškumas veikia jų kasdienėje aplinkoje;
- nustatyti autentiškumo normos mechanizmą, transformuojantį laisvės ir pasirinkimo idėjas į moralinius bei estetinius įsipareigojimus.

Tyrimo šaltiniai: mokslinės publikacijos, etnografinė lauko tyrimų medžiaga (pusiau struktūruoti interviu). Tyrimo objektas, tikslas ir uždaviniai nulėmė darbe taikomų tyrimo metodų pasirinkimą. Siekiant įgyvendinti uždavinius, renkant ir analizuojant šaltinius ir literatūrą buvo taikomas istorinis ir analitinis aprašomasis metodai, mokslinės literatūros teminė analizė, diskurso analizė, surinktos medžiagos sisteminimas, apibendrinimas, pateiktųjų anonimizavimas.

Etnografinio tyrimo metodologija. Straipsnyje remiamasi 2023–2025 m. autorės atliktų etnografinių lauko tyrimų duomenimis. Tyrimas buvo atliekamas Vakarų ir Vidurio Lietuvos rajonuose pagal praktinius ir metodologinius etnografinių lauko tyrimų principus. Į tyrimo lauką buvo įtraukti 6 vienas nuo kito nutolę rajonai: Kretinga, Telšiai, Dreverna, Klaipėda, Kaunas, Rietavas. Šios vietovės sudaro geografiškai išskaidytą, tačiau sociokultūriškai palyginamą regioninį lauką, leidžiantį aprėpti tiek miestų, tiek kaimiškų vietovių patirtį. Etnografinio lauko tyrimo metu iš viso buvo apklaustos 23 moterys iš skirtingų Vakarų ir Vidurio Lietuvos rajonų. Lauko tyrime dalyvavusių moterų amžius – nuo 21 iki 92 metų. 17 pateiktųjų gyvena miestuose, 6 – kaimiškose vietovėse. Visos pateikėjos lietuvės. Išsilavinimas – nuo pagrindinio iki aukštojo. Pateikėjoms buvo užduota 10 klausimų apie jų požiūrį į moters grožį ir įtaką šiam požiūriui.

Pirminė duomenų analizė neatskleidė nuoseklių, analitiškai reikšmingų regioninių skirtumų tarp skirtinguose Vakarų ir Vidurio Lietuvos rajonuose gyvenančių moterų atsakymų,

todėl gyvenamoji vieta nebuvo išskirta kaip pagrindinis analitinis kintamasis. Tyrimo tikslas buvo ne regionų palyginimas, bet moterų grožio sampratos formavimosi socialinių ir kultūrinių patirčių analizė. Todėl šis kokybinis etnografinis lauko tyrimas yra orientuotas į moterų grožio sampratos formavimosi patirtį, diskursus ir socialines reikšmes, o ne į teritorinių skirtumų sisteminę analizę, siekiant identifikuoti pasikartojančias temas, interpretacinius modelius ir prasmines struktūras, būdingas įvairių kartų patirtims. Regioninė perspektyva galėtų būti atskiro, specialiai tam skirto tyrimo kryptis. Atsižvelgiant į kokybinio etnografinio tyrimo logiką, vadovautasi ne statistiniu duomenų fiksavimu, bet duomenų prisotinimo (angl. *data saturation*) principu – naujuose interviu nebeišryškėjo iš esmės naujos temos ar interpretacijos kategorijos moterų grožio sampratos analizėje.

TEORINIS KONTEKSTAS

Autentiškumo samprata. Autentiškumas socialinių mokslų literatūroje dažnai suprantamas kaip savęs atpažinimo ir saviraiškos procesas, kai asmuo elgiasi pagal vidines vertybes ir norus, o ne vien dėl išorinio spaudimo. Tačiau kartu autentiškumas nėra vien asmeninis ir nekintantis reiškinys – jis yra socialiai konstruojamas, tai reiškia, kad tapatybė ir jos tikrumas formuojami kultūrinių, istorinių ir sąveikos su kitais žmonėmis kontekstų. Pavyzdžiui, tyrimuose nurodoma, kad tikros tapatybės samprata nėra universalus standartas, o veikiau kintantis kultūrų ir situacijų rinkinys [44, 105]. Tad jeigu nagrinėjame moters autentiškumą kultūriniame kontekste, būtina atkreipti dėmesį į tai, kad moters savęs suvokimas, saviraiška ir identiteto konstrukcija yra veikiami ne tik individualios psichologijos, bet ir socialinių normų, ritualų, medžiaginės kultūros (daiktų, drabužių, erdvių) bei kolektyvinių lūkesčių. Taip autentiškumo sąvoka tampa tinkama analizei, kuri derina ir subjektą, ir kultūrinę aplinką.

Autentiškumas: nuo moralinio idealo iki rinkodaros ženklo. Autentiškumas klasikinėje politinės filosofijos ir kultūros kritikos tradicijoje apibrėžiamas kaip ištikimybė vidiniam balsui ir savosios tapatybės refleksyvus kūrimas [43, 26–27]. Tačiau vėlyvojo modernumo sąlygomis šis idealas tampa dvilypis: viena vertus, jis išlieka etine nuostata būti savimi, kita vertus, tampa rinkos vertybe ir reputacine valiuta, kurią reikia kurti ir palaikyti. Sarah Banet-Weiser [24; 25] pažymi, kad autentiškumas šiuolaikinėje prekės ženklų kultūroje virto parduodamu, platformų metrikomis (sekėjai, įsitraukimas) pamatuojamu nuoširdumo įvaizdžiu. Tai ypač ryšku kūno ir grožio sferoje, kur tikrumas komunikuojamas per „be filtro“ estetiką, kasdienybės ritualų demonstravimą ir nuoširdumo liudijimus, kurie iš esmės yra reputacinis darbas algoritminėse erdvėse.

Individualumo paieškos iš moters perspektyvos. Individualumo paieškos šiuolaikinėje lyčių studijų literatūroje gali būti traktuojamos kaip moters savirealizacijos, savęs atpažinimo, savarankiškumo, tačiau kartu ir santykio su kultūrinėmis bei lyčių lūkesčių sistemomis refleksija. Pavyzdžiui, kultūros tyrimuose nustatyta, kad individualistinės vertybės (autonomija, savarankiškumas) yra susijusios su lyčių lygybės diskursais [32, 2–3]. Tai leidžia pastebėti, kad moters individualumas neatskiria jos nuo socialinių sąlygų, priešingai – į jas įveda: moters tapatybė gali formuotis kaip reakcija į lyties vaidmenų lūkesčius, bendruomenės normas, šeimos tradicijas. Lyčių normų tyrimai atskleidė, kad lyčių ir socialinės normos dažnai nustato moters saviraišką ribojančius rėmus [29, 410]. Todėl šiame straipsnyje individualumo paieškos gali būti suvokiamos kaip moters veiksmų, pasirinkimų, savęs tobulinimo procesas, kuriuo ji siekia išreikšti savo unikalumą, tačiau kartu turi derintis, adaptuotis arba priešintis kultūrinėms, socialinėms ir istorinėms riboms.

Postfeminizmas: įgalinimo retorika ir savivaldos įpareigojimas. Rosalinda Gill [35, 154] postfeminizmą apibrėžia kaip kultūrinę jautą, kuriai būdinga individualizmas („tai mano pasirinkimas“), pasirinkimo ir įgalinimo retorika, seksualumo kaip kapitalo mobilizacija, kūno valdymo ir savęs priežiūros režimai bei nuolatinė savistaba. S. Banet-Weiser [25, 9, 69] priduria, kad postfeminizmas glaudžiai siejasi su prekinio aktyvizmu ir matomumo politikomis: „gera“ moteris šiandien yra ta, kuri geba skleisti savo tikrąją savastį ir nuolat ją įrodyti viešumoje. Taip įgalinimas virsta darbu su savimi, o autentiškumas – nuolatinio projektu.

Poliarizacijos kontekstas. Analizuojant moters autentiškumo ir individualumo paieškas, būtina apimti platesnį polarizacijos kontekstą – kultūros ir visuomenės įtampas ar kontrastus. Globalizacijos ir lokalumo įtampa: globalios kultūros vertybės (pvz., mobilumas, individualizmas, karjera) gali konfliktuoti arba derėti su vietinėmis tradicijomis, šeimos struktūromis, ritualais. Miesto ir kaimo paradigma: miesto aplinka dažnai skatina mobilumą, savarankiškumą, individualumą, o kaimo kontekstas gali būti stipriau susietas su bendruomene, tradicija, stabilumu. Tradicija ir modernumas: tradicinės kultūros normos (ritualai, šeimos vaidmenys, bendruomenės moralė) ir modernios vertybės (autonomija, pasirinkimo laisvė, lyčių vaidmenų kaita) dažnai sudaro polarizuotą lauką, kuriame kinta moterų tapatybės perspektyvos.

Neoliberali subjektyvacija: kūnas kaip kapitalas ir projektas. Chriso Shillingo [42, 2] teigimu, vėlyvosios modernybės visuomenėje kūnas tampa centrine tapatybės ašimi – jis veikia kaip kapitalas ir projektas, į kurį individas nuolat investuoja laiką, pinigus ir emocijas. Šiame kontekste neoliberalizmas atsakomybę už sėkmę, grožį ir sveikatą iš struktūrų perkelia į individą. R. Gill [35, 147–166] ir S. Banet-Weiser [25; 23] pažymi, kad ši moterų atsakomybės našta ypač didelė: savęs optimizacija, kūno disciplina ir vizualus tikrumas tampa moraliniais reikalavimais. Autentiškumas čia matuojamas kūno disciplina, sveikatos ir produktyvumo naratyvais, kurie sujungia moralę ir rinkos logiką.

AUTENTIŠKUMO DVIPRASMYBĖS KAIP DERYBŲ LAUKAS

Remiantis aptartomis teorinėmis perspektyvomis, moters autentiškumas individualumo kontekste suvokiamas kaip derybų laukas tarp vidinės savasties ir išorinių normų, performatyvus scenarijus, kūno kapitalizacija ir neoliberalus įpareigojimas nuolat save tobulinti. Tai leidžia tyrinėti moterų kasdienės kūno ir grožio praktikas bei atskleisti, kaip jos tampa autentiškumo derybų vieta – tarp saviraiškos ir prisitaikymo, tarp emancipacijos ir kontrolės.

Kaip tyrime dalyvavusios pateikėjos apibrėžia autentiškumą, kalbėdamos apie grožį, atskleidė atsakymai į klausimą – „Kokia moteris Jums yra graži?“ „Pasitikėjimas savimi“ – tai viena iš dažniausiai įvardytų moters grožį atspindinčių savybių. Pateikėjos pabrėžia, kad grožį formuoja ne tik fiziniai bruožai, bet ir vidus – charakteris, vidinė ramybė, savivertė: „spinduliuojanti vidine laime“, „savimi pasitikinti ir žinanti savo vertę“, „natūraliai graži, t. y. iš prigimties simpatišku bruožu, pozityviai nusiteikusi, besišypsanti“, „pirmiausia – natūralumas“, „myli save tokią, kokia yra, graži moteris yra ta, kuri yra elegantiška, nebijo savęs išreikšti“, „iš vidaus graži“, „pirmiausia: skleidžia gerą energiją“. Šie atsakymai rodo, kad grožio suvokimas yra subjektyvesnis ir individualizuotas. Tai dera su postmodernizmo idėja, kad grožis nėra vienas universalus standartas, o daugybė individualių pasakojimų. Net 8 kartus buvo paminėta tvarkingumas, švara, higiena, rūpinimasis savimi. Kartu įvardijamos ir išorinės savybės: „puoselėjanti savo plaukus, odą, figūrą“, „atitinkamai parenkanti rūbą“, „žvilgsnis, akių kontaktas“, „geros akys“, „ilgakasė,

šviesiaplaukė“, „veido bruožai“, „laikysena“, „liekna, neaukšto ūgio, šviesi“. Daug dėmesio skiriama vidinėms savybėms: „kultūringa, neišsišokanti“, „rami, išlaikyta“. Lyginant miestų ir kaimiškų vietovių moterų atsakymus, „pasitikėjimą savimi“ akcentuoja miesto gyventojos. Kaimiškose vietovėse gyvenančios moterys grožį sieja su išorinėmis savybėmis: „senoji lietuvių moteris: ilgakasė, šviesiaplaukė, kukli“ [19], „tvarkinga, iš vidaus graži“, „kuklios moterys“, „aukšta, gražūs plaukai“, „žvilgsnis, akių kontaktas“, „geros akys“. Ši tendencija atspindi poliarizuotą miesto ir kaimo lauką, kuriame kinta moterų tapatybės perspektyvos. Šiame tyrime dėl skirtingos miesto ir kaimo pateikėjų imties giliau neanalizuota miesto ir kaimo poliarizacija. Poliarizuotam kaimo ir miesto moterų požiūriui tikslinga skirti atskirą tyrimą.

Tyrime dalyvavusias pateikėjas galima suskirstyti į tris amžiaus grupes: 21–39 m., 40–59 m. ir 60–92 m. Jauniausios pateikėjos (21–39 m.) grožį dažniausiai siejo su natūralumu, individualumu ir pasitikėjimu savimi. Jos pabrėžė autentišką stilių, savitą asmenybės išraišką, o ne visuomenės primestus standartus. Dažnos formuluotės: „graži moteris ta, kuri pasitiki savimi“, „savimi pasitikinti ir žinanti savo vertę“, „pirmiausia – natūralumas, graži moteris bus ta, kuri savimi pasitiki, myli save tokią, kokia yra“, „graži moteris yra ta, kuri yra elegantiška, nebijo savęs išreikšti“. Vidurinės grupės pateikėjoms (40–59 m.) grožis dažniausiai reiškė harmoniją, vidinę pusiausvyrą, išmintį ir moteriškumą. Jos dažnai mini išorės ir vidaus grožio santykį: „savimi pasitikinti, spinduliuojanti vidine laime“, grožis suvokiamas kaip gyvenimo patirties atspindys. Vyrauja nuostata, kad moteris turi būti tvarkinga, prižiūrėta, bet neišsišokanti: „save prisžiūrinti, tvarkinga, puoselėjanti savo plaukus, odą, figūrą, sportuojanti“, „harmoninga, šiek tiek savimi besirūpinanti“. Vyriausios pateikėjos (60–92 m.) grožį apibūdino kaip dvasinės būsenos ir sveikatos atspindį – vyrauja etikos ir dorovės aspektai, grožis suvokiamas kaip moralinė ir emocinė kategorija: „minimaliai estetiškai tvarkinga, švari, kultūringa, neišsišokanti“ (1 pav.)

Atsakymuose į klausimą, „Ar moteriai reikia stengtis atrodyti gražiai ir kodėl?“, pastangos gražiai atrodyti yra siejamos su skirtingų amžiaus grupių vertybiniais akcentais. Remiantis apklausų duomenimis, galima išskirti šiuos esminius skirtumus: 21–39 metų moterys grožį sieja su savijauta ir pasitikėjimu savimi („jei ji jaučia, kad jai to reikia“, „jaustis gražiai“), dažnai kartojamas „pasitikėjimas savimi“. Jų manymu, grožis nėra socialinis įsipareigojimas, o autonominis pasirinkimas: „jei ji jaučia, kad jai to reikia“. Estetinės pastangos pateisinamos, kai jos padeda jaustis geriau psichologiškai. Vyrauja „geros savijautos grožio“ paradigma – svarbiau kaip jaučiuosi, nei kaip atrodau. Tvarkingumas minimas kaip neutralus minimumas: „kiekviena turėtų stengtis atrodyti tvarkingai“, bet be spaudimo būti „gražiai“. Tai atspindi neoliberalios savireguliacijos logiką [34]: grožis

Amžiaus grupė	Pagrindinis grožio suvokimo akcentas	Santykis su autentiškumu
21–39 m.	Asmenybės unikalumas, savireprezentacija	Autentiškumas kaip saviraiškos forma
40–59 m.	Pusiausvyra tarp vidaus ir išorės	Autentiškumas kaip vidinė darna
60–92 m.	Dvasinis grožis, natūralumas	Autentiškumas kaip dorovinė vertybė

1 pav. Pateikėjų įvardytos grožio sąsajos (2025 m.)

pateikiamas kaip „savęs priežiūra dėl savęs“, tačiau vis tiek išlieka moralinė pareiga jaustis gerai ir būti prižiūrėti. Autentiškumas čia įgyja emocinės savijautos formą: atrodyti gražiai lygu būti psichologiškai stabiliai. 40–59 metų moterų būtinybę atrodyti gražiai tapatina su rūpesčiu ir socialine atsakomybe: „moteris yra grožio etalonas“, „tai moters prigimtis“, „rūpintis savimi“, „dėl savęs ir dėl kitų“. Grožis suprantamas kaip moters pareiga ir socialinė funkcija, t. y. „moteriškumo norma“. Dažnai kartojamas dualumas „dėl savęs ir dėl kitų“ – reikia atrodyti gražiai, kad „geriau jaustumėsi“ ir kad būtum pavyzdžiu, suteiktum džiaugsmo aplinkiniams. Išryškėja socialinio žvilgsnio motyvai: komplimentai, vyro nuomonė, lyginimas su kitomis. Kartu atsiranda saiko kategorija – „kukliai vis tiek turi save prisžiūrėti“. Ši grupė balansuoja tarp autonomijos ir socialinio vaidmens: grožis vis dar suvokiamas kaip moters atsakomybė, tačiau argumentacija nukreipiama į savijautą, orumą ir santykių darną. Tai atitinka A. Giddenso aprašytą „refleksyvų modernumą“ – tradiciniai vaidmenys išlaikomi, bet pateikiami per savęs tobulinimo kalbą. 60–92 metų moterų atsakymuose grožis apibūdinamas kaip gyvenimo saikas ir dvasinės pusiausvyros išraiška: „grožis antroje vietoje“, „būti protinga, išmintinga“, „50 × 50“, „jaustis gerai“. Nors grožis yra svarbus, jis ne pirmoje vietoje: svarbiau „išmintis“, „šeimos išsaugojimas“, „vidinė būseną“. Grožio pastangos pateisinamos tik tiek, kiek jos pagerina savijautą ir suteikia orumo: „reikia stengtis – tuomet moteris jaučiasi gerai“. Atsiranda laikinumo suvokimas – grožis padeda ne tik „ilgiau išlikti jaunesnei“, bet ir išsaugoti gyvybingumą, ne tik išvaizdą. Matomas saiko ir balanso etosas: nei neigimas, nei perdėtas dėmesys. Vyresnės moterų estetika suvokia kaip emocinės ir dvasinės sveikatos palaikymą, o ne kaip socialinę pareigą. Autentiškumas čia įgauna dorovinę formą – būti gražiai reiščia gyventi harmoningai, oriai. Pateikėjų atsakymuose apie gražiausius savo išvaizdos bruožus keli iš jų pasikartoja visose amžiaus grupėse (2 pav.).

Kūno bruožas	Dažnumas	Semantinė reikšmė
Plaukai (ypač ilgi, šviesūs, stori)	Labiausiai kartojamas	Moteriškumo, gyvybingumo, natūralumo ženklas
Kūno forma / figūra / moteriška kūno forma	Dažnas	Harmonijos, saiko ir sveikatos simbolis
Akys (mėlynos, žydros)	Kartojasi kelis kartus	Gyvumo, nuoširdumo, emocinės išraiškos simbolis
Veidas / oda / lūpos	Vidutiniškai dažnas	„Šviesos“, jaunatviškumo ir gyvybingumo ženklas
Eisena, laikysena	Rečiau minimas, bet reikšmingas	Kūno sąmoningumo, pasitikėjimo simbolis

2 pav. Pateikėjų įvardyti gražiausi savo išvaizdos bruožai (2025 m.)

Be išorinių išvaizdos bruožų, minimos nefizinės savybės, rodančios refleksyvų santykį su savimi: „pasitikėjimas savimi“, „humoro jausmas“, „optimistiškumas“, „buvau savimi patenkinta“. Taigi grožis suvokiamas ne vien per kūno materialumą, bet ir per dvasinę laikyseną bei emocinį toną.

Nepaisant aptarto vyraujančio moterų autentiškumo siekio, atsakydamos į klausimą, „Kas nulemia ar nulėmė tokį požiūrį į savo išvaizdą?“, net 12 pateikėjų įvardijo „aplinkinių nuomonę“, „kultūrą“, „madą“, „stereotipus“. Dėl šių socialinių kanalų (šeima, popkultūra, rinka) tokios vertės tampa normatyvios. Trys pateikėjos mamą, brolių, močiutę paminėjo kaip socialinius kanalus, per kuriuos grožio vertės tampa normatyvios: „močiutės pasakymas: būk kukli, graži“ [19], „mama kritikuodavo išvaizdą, ateina iš šeimos“ [17], „vaikystės trauma dėl kūno linijų, broliai erzindavo“ [18]. Atsakymuose išryškėjusi mikrodiskurso (šeimos komentarai) ir makrodiskurso (rinka, žiniasklaida) jungtis rodo autentiškumo politikos įtampas. Kitos išskyrė sveikatą, savijautą, psichologinę būklę: „dėl nepatogumų, dėl sveikatos“, „puošiuisi ir save prižiūriu dėl savęs, man labai patinka savimi rūpintis, nusiramino būdas“, „darbas su savimi, psichologija“, „savijauta“. Tik dvi pateikėjos iš vyriausio amžiaus grupės pripažino, kad jų nuomonei niekas neturi įtakos.

Dalies pateikėjų atsakymuose slypi subtilus pasipriešinimas grožio industrijos reikalavimams: jos riboja išlaidas kosmetikai, vengia rizikingų procedūrų, reguliarių grožio paslaugų ir renka natūralesnius, mažiau intervencinius kūno priežiūros būdus. Taip moterys konstruoja savąjį „Aš“, nepriklausomą nuo vyraujančių normų. Minimalizmas išryškėja kasdienėje rutinoje, kai naudojamos vos kelios priemonės ar apsiribojama rankų darbo muilu bei vandeniu, atsisakoma reklamuojamų procedūrų, tokių kaip gelinis lakavimas ar hialurono injekcijos. Kai kurios pateikėjos pabrėžia, kad nenori būti priklausomos nuo paslaugų atlikimo grafikų ar industrijos diktuojamų ciklų, todėl renka pačios atlikti manikiūrą ir pedikiūrą, o brangesnes ar invazines procedūras vertina pagal poveikį sveikatai ar ankstesnes patirtis [18]. Šioms pateikėjoms natūralumas tampa ne tik estetiniu, bet ir etiniu pasirinkimu – būdu atsiriboti nuo vartotojiškos logikos ir permąstyti santykį su savo kūnu. Tokie sprendimai ne atvirai konfrontuoja, bet tyliai perbraižo industrijos siūlomas ribas ir leidžia moterims kurti autentišką, jų pačių vertybėmis pagrįstą tapatybę.

Vis dėlto ir individualumo paieškos vyksta socialinių diskursų fone. Antai moteris, pabrėžianti „pasitikėjimą savimi“, iš tikrųjų atsiliepia į šiuolaikinę popkultūros retoriką, kurioje autentiškumas yra tapęs norma. Pasak Ch. Shillingo [42], net „laisvas kūnas“ išlieka socialiai įremintas – jis privalo demonstruoti savitą, bet kartu socialiai priimtą autentiškumą. Pvz.: „myli save tokią, kokia yra“, „graži ta, kuri savimi pasitiki, prisiziūri higieną, skiria laiko sau, myli save, kokia yra“, „nebijo išreikšti moteriškumo“. Apklaustos duomenimis, net jei pateikėjos akcentuoja „vidinį“ individualumą – pasitikėjimą savimi, savęs meilę, „darbą su savimi“, jų atsakymai persipina su vyraujančiais grožio ir autentiškumo diskursais, matomais socialiniuose tinkluose. Dažnos frazės socialinėje erdvėje skelbiamame turinyje – „autentiškumas“, „pasitikėjimas savimi“, „būk savimi“, „nebijok būti savimi“ yra tarsi reklama, kuri pasyviai skatina tokiomis būti. 2025 m. instagrame buvo paskelbtas toks pranešimas: „Autentiškumas – tai būti savimi be kaukių ir prisitaikymo prie kitų lūkesčių, tačiau iš tiesų, ar tikrai visada pavyksta išlikti visiškai atvirai su savimi? Autentiškumas – tavo supergalia! Kai esi tikra, spinduliuoji pasitikėjimą, įkvepi kitus ir kuri gyvenimą pagal savo taisykles.“ Dar kitas tais pačiais metais skelbtas pranešimas pabrėžia: „Drąsa būti savimi yra pati gražiausia kūrybos forma!“ Šie socialinių tinklų diskursai tarsi veidrodyje atsispindi pateikėjų atsakymuose. Antai viena pateikėja [10] gražią moterį

apibrėžia kaip „savimi pasitikinčią“, „mylinčią save tokią, kokia yra“, skiriančią laiko sau ir nebijančią „savęs išreikšti“, tačiau atsakydama į klausimą apie aplinkos įtaką, kartu pabrėžia, kad būtent tokį santykį su kūnu diktuoja dabartiniai standartai, aplinkinių nuomonė, žiniasklaidos kuriami grožio etalonai ir nusistovėję stereotipai, taip tiesiogiai parodydama, jog subjektyvus autentiškumas kyla iš socialinių normų lauko. Kita pateikėja [11] teigia, kad grožį lemia „darbas su savimi, psichologija“, o tai yra tipiška šiuolaikinė socialinių tinklų retorika, pagal kurią „vidinis autentiškumas“ tampa moraline norma, o ne laisvu pasirinkimu. Individualumas čia aiškiai siejamas su normatyvine autentiškumo prievole – moteris turi būti ne tik „tvarkinga“ ir „estetiška“, bet ir psichologiškai „sutvarkyta“, dirbanti su savimi ir demonstruojanti socialiai priimtą pasitikėjimą savimi. Nikolas Rose [41, 259] rašo apie psichologizuotą subjektyvumą, kai žmogus kviečiamas nuolat reflektuoti, ar jis pakankamai pasitiki savimi, pakankamai savimi rūpinasi, ar „teisingai“ jaučiasi, tą patvirtina ir socialinių tinklų diskursai. Pateikėjų atsakymai labai tiksliai tai atkartoja: savo savijautą jos vertina per psichinio tonuso, savivertės, emocinio balanso kategorijas – „jei esi sudribęš, kenčia psichika“ ir pan., nors tai pateikiama kaip individualus pasirinkimas, o ne socialinis reikalavimas. Pateikėjų [6; 8] atsakymai patvirtina, kad pasitikėjimas savimi ir nuosaikus „tvarkingumas“ suvokiami kaip būtini, nors požiūrį į išvaizdą formuoja mada, kultūra ir aplinkiniai. Net „natūralumo“ diskursas, kaip rodo tyrimo duomenys [17], kyla iš šeimos kritikos, stereotipų apie kūno formas ar plaukų spalvą, todėl individualūs pasirinkimai yra socialiai perduoti. Viena pateikėja [1] „vidinę laimę“ sieja su pasitikėjimu savimi, bet pati pripažįsta, kad ši savijauta priklauso nuo aplinkos, taip atskleidžianti autentiškumo priklausomybę nuo socialinio pripažinimo. Dar kitas pavyzdys [14] puikiai iliustruoja vėlyvojo modernumo paradoksą: pasitikėjimas turi „eiti iš vidaus“, tačiau mada, kultūriniai idealai ir noras būti „išskirtinei“ nulemia, kaip tas „vidus“ formuojamas. Šie pavyzdžiai atskleidžia, kad pateikėjų kalbėjimas apie individualumą atkartoja normatyvinį autentiškumo diskursą: moteris turi būti savimi, bet taip, kaip socialiai priimtina. Empirinė tyrimo medžiaga ypač tiksliai patvirtina Ch. Shillingo mintį, kad net „laisvas kūnas“ išlieka socialiai įrėmintas – laisvė būti savimi funkcionuoja kaip nauja, subtili disciplina [42]. Jo teigimu, net „laisvas kūnas“ nėra laisvas nuo socialinių rėmų: jis turi išlikti atpažįstamai savitas ir kartu derėti su priimtinais grožio, kūno formos, elgesio ir emocinio tonuso standartais – iš moters tikimasi ne abstraktaus autentiškumo, o tokio, kuris dera su vyraujančiomis normomis – lieknumu, tvarkingumu, emociniu stabilumu.

Apklaustos duomenys patvirtina, kad individualumo ir autentiškumo paieškos vyksta socialinių diskursų fone. Kai pateikėjos kalba apie „pasitikėjimą savimi“, „darbo su savimi“ svarbą ar tai, kad „myli save tokią, kokia yra“, jos iš esmės atkartoja šiuolaikinėje popkultūroje įsitvirtinusių autentiškumo retoriką. Individualumo ir autentiškumo paieškos pateikėjų atsakymuose nuolat persipina su visuomenėje vyraujančiais diskursais, nurodančiais, „kaip“ reikia būti „savimi“. Be to, kalbėjimas apie „pasitikėjimą savimi“, „darbą su savimi“, „savo vertės žinojimą“ atspindi vėlyvojo modernumo teorijas apie refleksyvų savęs projektą. Kūnas čia veikia kaip nuolat koreguojamas projektas, kuriame „Aš“ turi būti ne tik estetiškai prižiūrėtas, bet ir psichologiškai „sutvarkytas“ – reikia „dirbti su savimi“, „rūpintis savimi dėl savęs“, „pasitempti“, kad nenukentėtų psichinė sveikata.

Individualumo ir autentiškumo paieškos atskleidžia, kad moterys geba reflektuoti ir kritikuoti išorinius grožio standartus. Jos bando atrasti savąjį grožio apibrėžimą, kuris grindžiamas ne tik fiziniais bruožais, bet ir vidiniu pasauliu, pvz.: „Nuo kiekvieno žmogaus priklauso. Nesinori atrodyti kitų akyse klounu. Kai pats sau gerai atrodo, ir kitiems

patiksi“ [4]; „kiekviena moteris yra skirtinga, ir kas šiuo metu yra madinga, nebūtinai tinka kiekvienai“ [11]. Tačiau net šis individualumas yra įrėmintas postmodernių kultūrinių diskursų, kuriuose autentiškumas tapo naująja socialine norma. Beveik kiekvienos pateikėjos atsakymuose galima išvengti autentiškumo troškimą ir kartu paklusimą socialinėms normoms. Viena iš jų tai patvirtino, pokalbio metu pripažinusi, jog pastebėjo save nesąmoningai paklūstančią socialinėms normoms, nors visada save laikė individualia, išskirtine ir neatsižvelgiančia į madas bei tendencijas. Ji prisiminė atvejį, kai buvo sukritikuota mamos dėl per ilgų priaugintų blakstienų. Pateikėja pažymėjo, kad ši nuomonė pasąmoningai paveikė ir jos pačios išvaizda jai tapo nepriimtina [9]. Šis atvejis atskleidžia, kad net autentiškumas tampa socialiai normuojamas, tą pažymi ir Ch. Shillingas [42].

Galiausiai šį „laisvo, bet įrėminto“ kūno paradoksą galima išvengti ir Michelio Foucault [33, 135–141] disciplinos bei Pierre'o Bourdieu [27, 3–20] simbolinio smurto sąvokose. Aplinkinių nuomonė, šeimos kritika, „nuo vaikystės lydintys leitmotyvai“, žiniasklaidos grožio etalonai bei mada, minimi pateikėjų, yra tarsi veikimo laukas, kuriame tam tikras moters kūno tipas, „natūralumo“ stilius ir „pasitikėjimo savimi“ režimas tampa savaime suprantamas. Moteris gali jaustis laisvai pasirenkanti „natūralų“ grožį ar „rūpestį savimi dėl savęs“, bet šie pasirinkimai iš anksto yra struktūruoti – jie atitinka priimtina, socialiai konstruojamą autentiškumo formą. Taip empiriniai apklausos duomenys labai tiksliai iliustruoja teorinę išvargą, kad net „laisvas“ kūnas yra valdžios santykių perdirbamas ir nukreipiamas – moterys stengiasi būti savitos, bet būtent taip, kaip priimtina, gražu ir „psichologiškai sveika“.

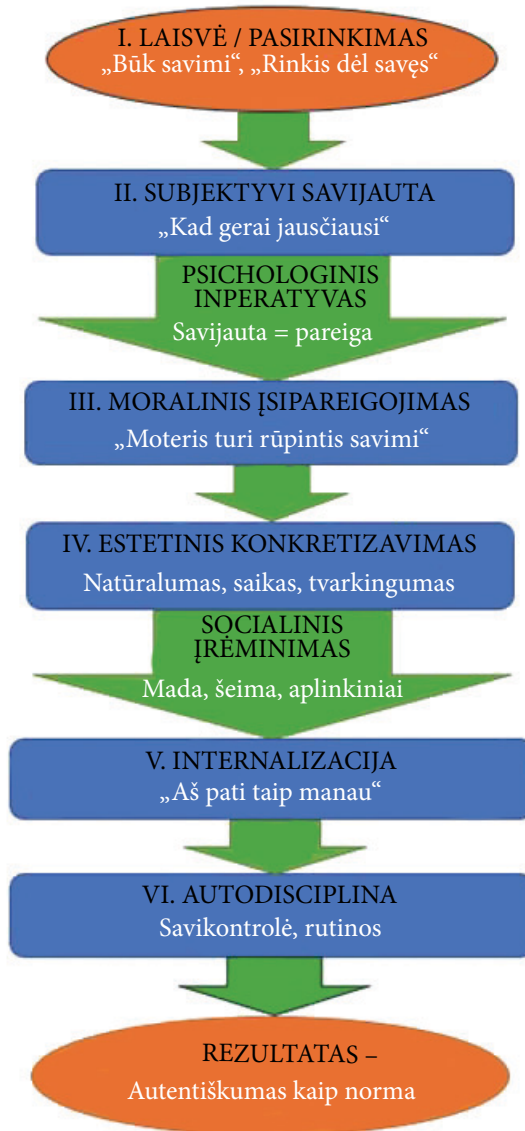
XXI a. Vakarų ir Vidurio Lietuvos moters poliarizuotas „Aš“ konstruojamas tarp deklaruojamos laisvės rinktis ir labai konkrečių medijų, šeimos, profesinių laukų ir kultūrinių stereotipų nustatomų ribų. Apklausų duomenimis, autentiškumo diskursas sukuria du įgalinimo poliūs: moteris kalba – „aš renkuosi“, „aš vertinga“, „man svarbu jaustis gerai“, „aš myliu save“ ir kartu reikia būti „teisingai savimi“ – psichologiškai tvirta, estetiškai saikinga, tvarkinga, socialiai priimtina; o neatitikimas įgauna moralinę / psichologinę rizikos reikšmę. Poliarizacija čia nėra „arba – arba“, ji dažnai veikia vienu metu: autentiškumas įgalina per tą pačią logiką, kuri disciplinuoja. Tai ir yra šiuolaikinės kultūros dviprasmybė.

AUTENTIŠKUMO NORMOS TRANSFORMACIJOS MECHANIZMAS

Analizuojant atlikto tyrimo duomenis pastebėta, kad šiuolaikinės Vakarų ir Vidurio Lietuvos moters individualumo paieškų procesą poliarizuotame pasaulyje galima suskirstyti į šešis etapus / fazes ir įvardyti kaip *autentiškumo normos mechanizmą* (3 pav.). Minėtų Lietuvos regionų moters individualumo paieškos XXI a. – tai tarsi viena iš kitos peraugančių fazių procesas.

Moters individualumo paieškų **pirmas etapas** – tai įėjimo taškas, maskuojantis normatyvumą. Tyrime dalyvavusios moterys savo grožio praktikas pirmiausia apibūdina kaip laisvą ir individualų sprendimą, susijusį su asmeniniu komfortu ir savijauta. Diskursyviai tai galima apibrėžti kaip „laisvę rinktis“. Pateikėjų atsakymai išreiškia liberalią laisvo pasirinkimo poziciją: „jei ji jaučia, kad jai to reikia, jei nuo to geriau jaučiasi, individualus dalykas“ [3]; „puošiuisi ir save prižiūriu dėl savęs, man labai patinka savimi rūpintis“ [4]; „jei jai geriau psichologiškai“ [15] (atsakymai į klausimą „Ar moteriai reikia stengtis atrodyti gražiai?“).

Antras etapas – subjektyvios savijautos būseną. Šiame etape kūnas ir išvaizda susiejami su emocija būseną („kad gerai jausčiausi“). Tai, kas buvo pateikta kaip laisvas pasirinkimas,



3 pav. Autentiškumo normos mechanizmo transformacijos (2025 m.)

sujungiama su geros savijautos, psichinės sveikatos imperatyvu: „rūpintis savimi“ yra ne tik galimybė, bet ir psichologinė pareiga – jei nesirūpini, rizikuoji savijauta, psichika. Naratyvas „jei tau geriau“ virsta „turi rūpintis, kad būtų geriau“: „reikia stengtis rūpintis savimi, nes grožis suteikia geras emocijas tiek sau, tiek aplinkiniams“ [9]; „turėtų atsižvelgti į tai, kaip ji jaučiasi pasigražinusi“ [8]; „pasitempimas turi būti, jei esi sudribęs, labai atsiliepia psichinei sveikatai, su psichika labai susiję“ [12].

Pereinant iš antro į trečią moters individualumo paieškų etapą išryškėja psichologinis imperatyvas: gera savijauta tampa pareiga. **Trečiame etape** atsiranda moralinis įsipareigojimas – rūpinimasis savimi ir grožiu įgauna moralinį statusą: „gera“, „normali“ moteris privalo rūpintis savimi. Atsiranda vertinimas: gera – bloga moteris, stengiasi – apsileidusi. Čia laisvė transformuojasi į priedermę – nesirūpinimas savimi tampa tam tikru moraliniu nukrypimu. Kitas žingsnis – šias praktikas įtvirtinti kaip moralinį moters vaidmenį: „būtinai, nes moteris yra grožio etalonas“ [4]; „taip, būtinai, manau – tai moters prigimtis“ [6]; „reikia stengtis jaustis gerai, tada ir atrodys gerai, jausmai atsispindi veide“ [1] (atsakymai į klausimą „Ar moteriai reikia stengtis atrodyti gražiai“).

Pasiekus **ketvirtą etapą** autentiškumas įgauna formą – natūralumą, saiką, tvarkingumą, norminį kūną. Estetinis konkretizavimas – autentiškumas („natūralumas“, „buvimas savimi“, „pasitikėjimas“) užpildomas labai aiškiais estetinio režimo reikalavimais: lieknas, tvarkingas, prižiūrėtas, saikingai dažytas, neperdėtas. Tai, kas pateikiama kaip individualus stilius, iš tiesų yra normatyvinis estetiškas šablonas. Toliau minimi konkretūs estetiški parametrai, koks tas „natūralus“ ar „savimi pasitikintis“ kūnas turi būti: „graži moteris turi būti liekna ar vidutinio svorio, jos KMI normos ribose, ... mėgstu lengvą makiažą, plaukus dažau kas mėnesį švelnia šviesia spalva, rankų nagai trumpi, pastelinis lakas“ [13]; „kalbant apie išvaizdą – pirmiausia natūralumas... graži moteris bus ta, kuri savimi pasitiki, prisžiūri higieną, skiria laiko sau“ [10]; „visur turi būti saikas, natūralus grožis visais laikais buvo ir yra gražu, o kas perdėta – neskoninga“ [9].

Pereinant į penktą etapą atsiranda socialiniai rėmai, išryškėja šeimos, aplinkinių bei mados poveikis individualumo paieškoms. **Penktame etape** išoriniai reikalavimai tampa vidiniu balsu: „aš pati taip manau“. Išoriniai vertinimai (šeima, darbdaviai, visuomenė) palaipsniui internalizuojami – moteris apie save pradeda galvoti remdamasi tais pačiais kriterijais, kuriuos patyrė kaip „aplinkinių nuomonę“. Tai, kas iš pradžių buvo „ką kiti galvoja“, virsta „ką aš apie save galvoju“, t. y. autentiškas „Aš“ tampa socialiai suformuotas. Pateikėjos nuolat kartoja, kad požiūrį į jų kūną formuoja išoriniai veiksniai: aplinkinių nuomonė [3; 5; 9], nusistovėję stereotipai [10], moda, grožio etalonai, žiniasklaida, mamos kritika [17]. „Jei yra du vienodos kompetencijos žmonės, visada į darbą pirma priims gražų. Ne veltui įvedamos uniformos, nurodoma, kokie turi būti plaukai“ [14].

Ir galiausiai **šeštame** moters individualumo paieškų **etape** autentiškumas tampa nuolatine savidisciplinos praktika: skaičiuojamos išlaidos, reguliuojama procedūrų trukmė ir intensyvumas, nuolat tikrinama, ar atitinka natūralumo, saiko, pasitikėjimo kriterijus. Laisvė būti savimi virsta nuolatine savęs kontrole. Galiausiai autentiškumo normos mechanizmas stabilizuojasi per rutininį savęs stebėjimą: „riboju, nes tiek neuždirbu, skiriu iki 200 eurų“ (kosmetikos ir procedūrų biudžetas) [8]; „kas mėnesį tvarkau nagus... blakstienas... kas 1,5 mėnesio kirpykla... iš viso – apie 100 eurų per mėnesį“ (detalus išlaidų skaičiavimas) [9]; „puošiuisi ir save prižiūriu dėl savęs, esu perfekcionistė“ [4]. Moteris pati save stebi, reguliuoja, koreguoja – kūną, emocijas, išlaidas.

Aptarta schema iliustruoja, kaip šiuolaikinis autentiškumo diskursas, prasidedantis laisvės ir individualaus pasirinkimo retorika („būk savimi“), per subjektyvios savijautos ir psichologinės gerovės imperatyvus transformuojamas į moralinius ir estetinius įsipareigojimus: būti natūraliai lieknai, saikingai pasidažiusiai, psichologiškai tvirtai, „teisingai“ besirūpinančiai savimi. Autentiškumas čia veikia kaip savidisciplinos režimas: socialiai įrėminti grožio ir kūno standartai internalizuojami ir per savidiscipliną nuolat atkuriami kaip „asmeniniai“ pasirinkimai. Toks modelis atspindi M. Foucault valdžios veikimo logiką, pagal

kurią subjektas pats tampa normos nešėju [33, 135–141]. Apklausos duomenys leidžia rekonstruoti autentiškumo normos mechanizmą, kuriame laisvės ir pasirinkimo diskursas per psichologinės savijautos ir moralinės atsakomybės logiką transformuojamas į estetiškai sukonkretintą ir socialiai įrėmintą savidisciplinos režimą. Autentiškumas funkcionuoja ne kaip normos priešingybė, o kaip jos vidinė, subjektyviai internalizuota forma. Šis mechanizmas atskleidžia, kaip „įvairovės“ ir „būk savimi“ naratyvai šiuolaikiniame poliarizuotame pasaulyje ir įgalina, ir disciplinuoja. Jie suteikia žmonėms daugiau simbolinės erdvės būti kitokiems nei įprastai. Jie skatina matyti skirtumus kaip vertę bei leidžia jaustis priimtinu net nepaklūstant tradiciniams standartams. Jie taip pat kuria įtraukties jausmą – gali būti toks, koks esi. Šis įgalinimo efektas suteikia galimybę jaustis laisvesniam ir kartu disciplinuoja. Tačiau kartu tie patys naratyvai sukuria naują normą, kuri turi atitikti socialiai pageidaujamą kitiškumą. Abu procesai vyksta vienu metu. Šį diskursą galima patirti kaip poliarizuotą – laisvinantį ir ribojantį. Tai būdinga vėlyvojo liberalizmo kultūrai: deklaruojama laisvė tampa ir nauja socialinio reguliavimo forma. „Įvairovės“ ir „būk savimi“ idėjos suteikia žmonėms daugiau laisvės reikštis ir kartu įveda naujas, subtilias normas, kaip tą laisvę reikia demonstruoti.

Autentiškumo kaip normatyvinio mechanizmo formavimasis negali būti atsietas nuo platesnio istorinio ir sociokultūrinio konteksto. Sovietinis laikotarpis formavo specifinį moters subjektiškumą, kūno bei viešojo ir privataus santykio modelį, kuriame vyravo kolektyvinės tapatybės, ideologinio normatyvumo ir ribotos individualios saviraiškos struktūros. Tokios patirtys galėjo turėti ilgalaikį poveikį tam, kaip vyresniosios kartos moterys suvokia individualumą, saviraišką ir socialinį prisitaikymą, o per šeimos socializaciją – ir jaunesnėms kartoms. Vis dėlto šiame tyrime identifikuotas autentiškumo normos mechanizmas pirmiausia siejamas su vėlyvojo modernumo ir neoliberalios kultūros procesais – psichologijos, savivaldos, kūno kapitalizacijos, vartotojiškos estetikos ir savęs kaip projekto sampratos plitimu po 1990 metų. Šios tendencijos struktūriškai skiriasi nuo sovietmečio disciplinavimo formų ir labiau remiasi vidinės motyvacijos, savikontrolės ir moralizuoto pasirinkimo logika. Todėl galima teigti, kad sovietinis laikotarpis veikia sudaro istorinį foną, kuris gali modifikuoti autentiškumo diskurso recepciją ir patyrimą Lietuvoje, tačiau identifikuotą šešių fazių mechanizmą lemia postsocialinės transformacijos ir globalios neoliberalios kultūros sąlygos. Šis aspektas gali tapti atskiro lyginamojo ar kartų tyrimo objektu ateityje.

IŠVADOS

Apibrėžiant teorinį kontekstą, autentiškumas moters individualumo kontekste suvokiamas kaip derybų laukas tarp vidinės savasties ir išorinių normų, performatyvus scenarijus, kūno kapitalizacija ir neoliberalus įpareigojimas nuolat tobulinti save. Tai leidžia tyrinėti, kaip kasdienės kūno ir grožio praktikos tampa autentiškumo derybų vieta – tarp saviraiškos ir prisitaikymo, tarp emancipacijos ir kontrolės.

Šiuolaikinis poliarizuotas pasaulis moterims sukuria dvigubą spaudimą. Viena vertus, viešajame diskurse skatinamas autentiškumas, savęs priėmimas ir kūno įvairovė, kita vertus, stiprėja grožio industrijos, socialinių tinklų ir vizualinės kultūros formuojami normatyviniai standartai. Analizuojant autentiškumo dviprasmybes moters individualumo paieškose, atsiskleidžia platesnės šiuolaikinės kultūros įtampos: tarp laisvės ir priklausomybės, moralės ir vartojimo, vidinės savasties ir viešo įvaizdžio. XXI amžiaus Vakarų ir Vidurio Lietuvoje moters „Aš“ konstruojamas tarp deklaruojamos laisvės rinktis ir labai konkrečių ribų, kurias nustato medijos, šeima, profesiniai laukai bei kultūriniai stereotipai.

Empiriniai apklausos duomenys atskleidė, kad autentiškumo diskursas veikia dvi-prasmiskai ir sukuria du tarpusavyje susijusius poliūs. Viena vertus, jis įgalina – moterys vartoja savivertę ir pasirinkimą pabrėžiančius žodžius („būk savimi“, „pasitikėk savimi“), kita vertus, tas pats diskursas veikia kaip disciplinavimo mechanizmas, kai reikia būti „teisinga savimi“: psichologiškai tvirta, estetiškai saikinga, tvarkinga ir socialiai priimtina. Neatitikimas šių lūkesčių įgauna moralinės ar psichologinės rizikos reikšmę. Ši poliarizacija nėra „arba – arba“, ji dažniausiai veikia vienu metu, kai įgalinimas ir kontrolė kyla iš tos pačios logikos. Būtent ši šiuolaikinės kultūros dviprasmybė ir išryškėja atliktame tyrime.

Apibendrinant atlikto tyrimo rezultatus galima teigti, kad šiuolaikinės Vakarų ir Vidurio Lietuvos moters individualumo paieškų procesas poliarizuotame XXI a. kontekste gali būti suvokiamas kaip nuoseklus tarpusavyje susijusių fazių procesas. Identifikuotos šešios fazės leidžia šį procesą interpretuoti kaip autentiškumo normos mechanizmą, kuriame viena fazė pereina į kitą, o individualumo paieška tampa nuolatinio nesibaigiančiu procesu.

Gauta 2025 12 18

Priimta 2026 01 20

Literatūra ir šaltiniai

- [1] 2023 07 07 interviu su moterimi (Telšiai, 1968). *Asmeninis archyvas*.
- [2] 2023 07 09 interviu su moterimi (Kretinga, 1959). *Asmeninis archyvas*.
- [3] 2023 07 20 interviu su moterimi (Kretinga, 2002). *Asmeninis archyvas*.
- [4] 2023 07 21 interviu su moterimi (Kretinga, 1982). *Asmeninis archyvas*.
- [5] 2023 07 22 interviu su moterimi (Kretinga, 1963). *Asmeninis archyvas*.
- [6] 2023 08 01 interviu su moterimi (Kretinga, 1974). *Asmeninis archyvas*.
- [7] 2023 10 17 interviu su moterimi (Dreverna, 1965). *Asmeninis archyvas*.
- [8] 2024 05 06 interviu su moterimi (Kretinga, 1988). *Asmeninis archyvas*.
- [9] 2024 05 06 interviu su moterimi (Kretinga, 1979). *Asmeninis archyvas*.
- [10] 2024 05 16 interviu su moterimi (Kretinga, 2001). *Asmeninis archyvas*.
- [11] 2024 05 16 interviu su moterimi (Kretinga, 1996). *Asmeninis archyvas*.
- [12] 2024 07 05 interviu su moterimi (Kretinga, 1980). *Asmeninis archyvas*.
- [13] 2024 07 29 interviu su moterimi (Kaunas, 1977). *Asmeninis archyvas*.
- [14] 2024 08 07 interviu su moterimi (Kaunas, 1962). *Asmeninis archyvas*.
- [15] 2024 08 07 interviu su moterimi (Kaunas, 1968). *Asmeninis archyvas*.
- [16] 2024 08 06 interviu su moterimi (Kaunas, 1954). *Asmeninis archyvas*.
- [17] 2024 09 25 interviu su moterimi (Klaipėda, 1967). *Asmeninis archyvas*.
- [18] 2025 04 18 interviu su moterimi (Rietavas, 1987). *Asmeninis archyvas*.
- [19] 2025 10 13 interviu su moterimi (Laiviai, 1977). *Asmeninis archyvas*.
- [20] 2025 10 13 interviu su moterimi (Laiviai, 1955). *Asmeninis archyvas*.
- [21] 2025 10 14 interviu su moterimi (Tinteliai, 1975). *Asmeninis archyvas*.
- [22] 2025 10 15 interviu su moterimi (Klausgalvai, 1957). *Asmeninis archyvas*.
- [23] 2025 10 16 interviu su moterimi (Kalnalis, 1933). *Asmeninis archyvas*.
- [24] BANET-WEISER, Sarah. *Authentic: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture*. New York: New York University Press, 2012. 279 p.
- [25] BANET-WEISER, Sarah. *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Durham and London: Duke University Press, 2018. 240 p.
- [26] BOURDIEU, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1984. 613 p.

- [27] BOURDIEU, Pierre. *Masculine Domination*. Translated by R. Nice. Stanford: Stanford University Press, 2001. 133 p.
- [28] BUTLER, Judith. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York and London: Routledge, 1990. 272 p.
- [29] CISLAGHI, Bina; HEISE, Lori. Gender norms and social norms: differences, similarities and why they matter in prevention science. *Sociology of Health & Illness*, 2019, Vol. 42, No. 2, p. 407–422.
- [30] ČIUKŠYTĖ, Kristina. *Lyčių tapatybės samprata ir raiška pažinčių skelbimuose*. [Interaktyvus]. Vilnius: Vilniaus universitetas, 2011. [Žiūrėta 2026 12 20]. Prieiga per internetą: <https://epublications.vu.lt/object/elaba%3A2152939/>
- [31] DAUGIRDAITĖ, Solveiga. *Moteriškumo reprezentacija naujausioje lietuvių moterų prozoje*. [Interaktyvus]. Vilnius: Lietuvių literatūros ir tautosakos institutas, 1999. [Žiūrėta 2026 12 20]. Prieiga per internetą: chrome-extension: <https://etalpykla.lituanistika.lt/object/LT-LDB-0001:E.02~1999~1367158597996/E.02~1999~1367158597996.pdf>
- [32] DAVIS, Kristin; WILLIAMSON, Claudia. *Does Individualism Promote Gender Equality?* [Interaktyvus]. Amsterdam: Elsevier, 2019. [Žiūrėta 2025 12 10]. Prieiga per internetą: <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2019.104627>
- [33] FOUCAULT, Michel. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Translated by A. Sheridan. New York: Pantheon, 1977.
- [34] GIDDENS, Anthony. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press, 1991.
- [35] GILL, Rosalind. Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 2007, Vol. 10, No. 2, p. 147–166.
- [36] GILL, Rosalind; SCHARFF, Christina. *New Femininities: Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity*. London: Palgrave Macmillan, 2011.
- [37] ILLOUZ, Eva. *Why Love Hurts: A Sociological Explanation*. Cambridge: Polity Press, 2012.
- [38] ILLOUZ, Eva. *The End of Love: A Sociology of Negative Relations*. Oxford: Oxford University Press, 2019.
- [39] LELIS, Jonas. *Odos priežiūra ir gydomoji kosmetika*. Vilnius: Valstybinė politinės ir mokslinės literatūros leidykla, 1961.
- [40] LIEBELT, Claudia. Beauty: what makes us dream, what haunts us. *Feminist Anthropology*, Wiley Periodicals LLC, 2022, Vol. 3, No. 2, p. 206–213.
- [41] ROSE, Nikolas. *Governing the Soul: The Shaping of the Private Self*. London: Free Association Books, 1999.
- [42] SHILLING, Chris. *The Body and Social Theory*. London: SAGE Publications Ltd, 2012.
- [43] TAYLOR, Charles. *The Ethics of Authenticity*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1991.
- [44] WILLIAMS, J. Patrick. Authenticity and the Dramaturgical Self. *The Drama of Social Life: A Dramaturgical Handbook*. Aldershot: Ashgate, 2013, p. 93–107.

RASA BALSEVIČIENĖ

Polarisation of Authenticity in the Search for Individuality Among Contemporary Women in Western and Central Lithuania

Summary

The article analyses how women in western and central Lithuania in the twenty-first century construct their individuality through the concept of authenticity and everyday practices of body and beauty. Authenticity is understood as a dynamic process that takes place between the inner sense of self and external social norms and as a requirement of contemporary culture to constantly work on oneself. The study shows that the experiences of women in western and central Lithuania are shaped in a polarised cultural context. On the one hand, there is an emphasis on self-acceptance, body diversity, and the right to be oneself. On the other hand, the beauty industry, social networks, and visual culture create clear aesthetic and behavioural standards that limit this declared freedom. As a result, women's identity is shaped by a constant tension between free choice and structural constraints imposed by the media, family expectations, the professional environment, and cultural stereotypes. Empirical survey data reveal that the discourse of authenticity has an ambiguous effect: it empowers women by promoting self-esteem and individuality on the one hand but disciplines them by determining what a 'proper' woman should be like – psychologically stable, aesthetically moderate, tidy, and socially acceptable – on the other hand. These two aspects usually do not operate separately; rather, they function simultaneously and form a subtle control mechanism. In the given context, the search for individuality by contemporary women is a consistent process comprised of several related phases, which is never completely finished. Here authenticity functions not only as a personal value but also as a cultural norm that shapes women's self-awareness and the logic of beauty practices. The study shows that the polarisation between authenticity as liberation and authenticity as a norm is one of the essential features of contemporary culture that shapes the self-perception and beauty practices of women in western and central Lithuania.

Keywords: authenticity, individuality, self-confidence, naturalness, polarisation