



TOMAS KAČERAUSKAS

Vilniaus Gedimino technikos universitetas

MEDIJA, RELIGIJA IR FILOSOFINIAI KLAUSIMAI

Media, Religion and Philosophical Questions

SUMMARY

The article deals with relationship between media, religion and philosophy. The rise of new media and changes in the relationship between all (old and new) members of media family initiates exactly the philosophical questions that usually arise during tectonic breaks of social and individual life. The author raises the question whether the Church, hardly using amphitheatric mass-communication, is so innocent to be totalitarian or, conversely, it is too authoritative to change the means of communication. Communication is an affair of existence, i.e. of being towards death. Communication is desperately attempting to leave a trace in the codified battlefield of culture while we are struggling with anonymous codes. The new code breaks the old one by transferring an existential region to the centre of thought. Jesus Christ could be communicated as God only by recognizing his suffering which is possible only by being a human. Therefore, the Passion is a guarantee of communication both between the participants of the Christian community and between the limited human being and the unlimited God. By appealing to the borders of human body, the Passion refers to a sphere beyond the existential region. By the mediation of the senses, a church includes us in a venture of existence when our finite time has been disproportionately elongated in both directions. Philosophy is possible only by communication and in communication with other branches of human activity as religion or politics.

SANTRAUKA

Straipsnyje nagrinėjamas santykis tarp medijų, religijos ir filosofijos. Vadinamųjų naujųjų medijų iškilimas ir santykio tarp visų (senųjų ir naujųjų) medijų šeimos narių pasikeitimas iškelia būtent tokius filosofinius klausimus, kurie paprastai iškyla atsiradus visuomeninio ir individualaus gyvenimo tektoniniams lūžiams. Klausama, ar Bažnyčia, beveik nesinaudodama amfiteatrine masine komunikacija, yra tokia nekalta, kad būtų totalitarinė ar, atvirkščiai, ji pernelyg autoritarinė, kad pakeistų komunikacijos priemones. Perfrazuo-

RAKTAŽODŽIAI: medija, religija, filosofija, komunikacija.

KEY WORDS: media, religion, philosophy, communication.

jant V. Flusserj, komunikacija yra egzistencijos, t. y. buvimo myriop, reikalas. Komunikacija – desperatiškas bandymas palikti pėdsaką kodifikuotame kultūros mūšio lauke, kai mes krentame susidūrę su anoniminiais kodais. Naujo kodo prasmė – pralaužti senąjį perkeliančią egzistencinį regioną į minties centrą. Jėzus Kristus gali būti komunikuojamas kaip Dievas tik pripažįstant jo kančią, o tai įmanoma vien jam būnant žmogumi. Taigi pasija, apeliuojanti į žmogaus kūno ribas, nurodo sferą anapus egzistencinio regiono. Medijuodama jusles, Bažnyčia įtraukia mus į egzistencijos nuotykių mūsų baigtinį laiką neproporcingai ištesdama į abi puses. Filosofija įmanoma tik komunikuojama ir komunikuodama su kitomis žmogaus veiklos šakomis, kokios yra religija ir politika.

ĮVADAS

Medija ir religija – neatskiriamos: pirma, religija apskritai gali būti interpretuojama kaip tam tikra medija; antra, kiekviena religija naudoja medijos kanalais siekdama paskleisti savo religines idėjas. Šis santykis nėra toks asimetrinis: tam tikros medijos, pavyzdžiui, internetas, gali būti interpretuojamos kaip religija su savo pranašais, šventaisiais ir elgesio taisyklėmis. Šioje perspektyvoje susiduriame su skirtingais filosofiniais klausimais. Viena, turime tuos pačius pamatinius filosofinius klausimus, kurie palyginti nepasikeitę iki šiol: apie būtį (tikrovę), apie tiesą (teisingą sprendimą), apie Dievą (transcendenciją), apie teisingumą (socialinę tvarką), apie gėrį (moralę), apie grožį (dermę) ir kitus bendriaušius dalykus. Jie palyginti nepakitę ne todėl, kad laukiame panašių atsakymų į šiuos klausimus, bėgant amžiams. Priešingai, kiekviena istorinė aplinka suponuoja skirtingus atsakymus į tuos pačius klausimus, kurie gali būti traktuojami kaip visuomeninio kismo bandomasis akmuo. Kita, tokie socialiniai fenomenai kaip medijos suponuoja ypatingus filosofinius klausimus, kurie įteka į minėtus bendruosius kaip upės įteka į jūrą, kuri priklauso nuo jų. Taigi *pamatinių filosofinių klausimų pastovumas, bėgant amžiams, yra*

iliuzija (regimybė (Schein), pasak I. Kanto ar M. Heideggerio): formuluodami tuos pačius klausimus, turime omenyje kitą turinį palyginti su mūsų pirmųjų klausimais dėl skirtingo gyvenamojo pasaulio.

Medijos yra tiek labai senas, tiek labai naujas socialinis fenomenas, analizuotas filosofų, kurie tokiu būdu susidūrė su pamatiniais filosofijos klausimais, tarp jų ir su būties, gėrio ir tiesos klausimais. Prisiminkime Platoną¹, kuris interpretavo tokią „naująją“ mediją kaip raštas, klausdamas, kokią tikrovę jis reprezentuoja, kaip jis keičia mūsų elgesį ir pažiūras. Platonas pažymėjo, kad kiekvienas visuomenės vaistas (*pharmakon*) drauge yra ir nuodas tiek individui, tiek bendrijai, valdomai medijų tvarkos. Neatsitiktinai dialogas *Faidras*, skirtas šiems klausimams, baigiasi malda, t. y. religiniu aktu, kaip alternatyva medijuotam aktui siekiant rasti tikrą realybę, vadinausi, ir būtį, gėrį bei grožį. Tad religija traktuojama kaip tam tikras medijos kanalas filosofijos sričiai ne dėl analogijos, bet dėl jos prigimties. Kita, religijos ir filosofijos sritys neatskiriamos Platono, o ypač Aristotelio² mąstyme, kur Dievas vaidina galutinės priežasties ir galutinio šaltinio pagrindimo bei judėjimo grandinėse vaidmenį.

Medijų šeima kiekviename amžiuje gali būti traktuojama kaip kultūrinė aplinka tiek socialinei, tiek egzistencinei veiklai, kurią lydi tam tikri filosofiniai klausimai. Kitaip tariant, *vadinaujų naujųjų medijų iškilimas ir santykių tarp visų (senųjų ir naujųjų) medijų šeimos narių pokytis kaip tik iškelia filosofinius klausimus, kurie paprastai iškyla visuomeninio ir individualaus gyvenimo tektoninių lūžių metu*. Abejotina, ar šie „aktualūs“ klausimai, parodyti transformuojantis medijoms, yra filosofiniai, juolab pamatiniai filosofiniai. Tačiau pats faktas, kad ontologiniai, etiniai ar estetiniai klausimai išskirti, jau parodo esant minties aplinką, kurioje ontologija, etika ir estetika sudaro neatskiriamas erdves tuose pačiuose filosofijos šeimos namuose. Pavyzdžiui, žmogaus klonavimo etinis klausimas neatskiriamas nuo ontologinio klausimo, ką mes pripažįstame kaip darnią žmogaus tikrovę. Kaip kiekviena nauja medija keičia visą medijų šeimą, taip kiekvienas filosofinis klausimas keičia kitus.

Be to, net apie filosofiją galėtume kalbėti kaip medijų rūšį, jei tai nesukeltų diskusijų, kas labiau pamatinis³. Tačiau vienas iš mąstymo uždavinių – parodyti, koks dalykas laikomas pamatiniu tam tikroje medijuotoje visuomenėje.

Šiame straipsnyje, pratešdamas kitų autorių mintis⁴, gvildensiu medijas, religiją ir filosofiją kaip tris neatskiriamas žmogaus veiklos sritis. Pirmiausia aptarsiu Katalikų bažnyčios komunikaciją tiek siaurąja, tiek plačiąja prasmėmis (*Katalikų bažnyčia kaip medijų kanalas*). Vėliau panauginsiu Bažnyčios ir medijų santykius (*Bažnyčia ir medijos*), galiausiai – filosofiją kaip medijų šeimos narį (*Filosofiniai klausimai medijų šeimoje*). Apeliuodamas į kai kuriuos fenomenologus (pirmiausia į M. Heideggerį) pasitelksiu fenomenologines sąvokas ir metodus. Neišvengiamai remsiusi ir medijų bei komunikacijos tyrinėtojų (pirmiausia V. Flusserio) idėjomis. Be to, kalbėdamas apie skirtingas žmogaus veiklos ir minties sritis, turėsiu omenyje ribų diskursą⁵.

KATALIKŲ BAŽNYČIA KAIP MEDIJŲ KANALAS

Kiekviena religija galime nagrinėti kaip medijų dvejopai. Pirmą, religija yra medijų su savo kanalais rūšis. Antra, kiekviena religija remiasi rašytiniais šaltiniais kaip tradicinėmis medijomis, kurios užtikrina komunikacinius ryšius tarp religinės bendruomenės narių. Per amžius Katalikų bažnyčia buvo vienas iš medijų kanalų skleisti tam tikras (ne tik religines) idėjas, taip pat palaikyti politinę pusiausvyrą. Bažnyčią plačiąja prasme galima vadinti religiniu kūnu su „Dievo žodžiu“ vietoj kraujo apytakos.

Šio kraujo grynumo klausimas yra ne tik religinis, bet ir politinis bei hermeneutinis. Iš pat pradžių Bažnyčios Tėvai susidūrė su klausimu, kokį rangą suteikti vienam ar kitam tekstui, skleistinam tarp religinio kūno dalių.

Viena, Žodis turi būti autoritetingas, kad sutelktų labai skirtingas ir nutolusias viena nuo kitos dalis. Taigi politiškas čia apima tiek tekstų, plūstančių nesustabdomu srautu, bėgant amžiams, parinkimo politiką, tiek sutelkimo politiką, vieno religinio kūno dalims esant

nutolusioms geografiniuose, kultūriniuose ir dvasiniuose pakraščiuose. Kalbėdami apie kūną neišvengiamai susiduriame su ribų klausimu, t. y. su šio kūno, apibrėžto kitais kūnais, ribomis. Religinio ir kitokio kultūrinio kūno atžvilgiu geografiniai pakraščiai paprastai nesutampa su dvasiniais. Priešingai, ortodoksiškiausias mąstymas pasireiškia geografiniuose pakraščiuose, kuriuose visą kultūrinę-religinę kūną išbando kitų kultūriniai-religiniai kūnai, o tam tikrų nukrypimų šaltinis paprastai būna kūno geografinis ir istorinis centras. Kitas politinis klausimas toks: kokio masto leistini dvasiniai nukrypimai, užtikrinantys būtiną gyvo religinio kūno dinamiškumą?

Kita, Žodis turi likti pakankamai dvi-prasmis, kad pasitarnautų skirtingiems kūrybiniais siekiams ir užtikrintų socialinės raidos dinamiškumą. Neatsitiktinai Naujajame Testamente vyrauja parabolės. Parabolės, kaip ir simboliai bei metaforos, atviros skaitytojams su skirtingu kultūriniu ir istoriniu užnugariu. Vis dėlto šios perkeliančios (poetinės ir religinės) kalbos figūros reikalauja ypatingo išsilavinimo. Čia susiduriame su Šventojo Rašto, kuris turi bent tris lygius – pažodinį, žmogiškąjį (kultūrinį-egzistencinį) ir dieviškąjį (teologinį), – hermeneutika ir egzegeze. Drauge galime kalbėti apie perėjimą iš vieno lygio į kitą ir apie komunikaciją tarp jų. Pats perkėlimas jau yra komunikacijos tarp skirtingų hermeneutinių padėčių, nurodančių skirtingą egzistencinį statusą, tipas.

Dėl skirtingų religijos aspektų čia turime komunikacinių, politinių, religinių ir filosofinių problemų mazgą. Klausimas, kaip skleisti religijos idėjas (komunikacija) neatskiriamas nuo klausimų,

kaip sutelkti religinę bendruomenę tam tikrų žodžių autoritetu (politika) ir kaip suprasti šiuos žodžius kuriant ir įgyvendinant mūsų egzistencinius siekius (filosofija). O dėl filosofijos, ją galima būtų čia perskirti į du skyrius, apimančius hermeneutinius ir egzistencinius klausimus. Tačiau supratimas visada apeliuoja į tam tikrą egzistenciją, o egzistencinė veikla tiek ontologiniame, tiek ontiniame lygmenyje⁶ galima suprantant, t. y. siejant socialinius ir kultūrinius fenomenus su mūsų gyvenimo projektu.

Be to, galime kalbėti apie komunikacijos ir politikos problemas Bažnyčios atveju. Pasak V. Flusserio, Bažnyčia yra piramidinė autoritarinio pobūdžio medija su hierarchine organizacija ir tradiciniais informacijos perdavimo metodais⁷. Tačiau labiausiai totali ir totalitarinė komunikacija yra kitokia, būtent teatrinė, o ypač amfiteatrinė, kaip antai radijas ir televizija. Dėl jų tapo įmanoma vadinamoji masinė komunikacija, neatskiriama nuo politinės veiklos siekiant suformuoti tam tikrą mąstyseną. Klausimas toks: *Bažnyčia, beveik nenaudojanti amfiteatrinės masinės komunikacijos, yra pernelyg nekalta būti totalitarine ar, atvirkščiai, ji yra pernelyg autoritarinė, kad pakeistų komunikacijos priemones?*

Kita V. Flusserio idėja taip pat gali pasiskatinti tam tikrus filosofinius svarstymus. Turiu omeny semiotinio kodo diskursą, V. Flusserio išplėstą egzistenciniais siekiais, kurie artimi egzistencinės fenomenologijos, kaip minėtų klausimų interpretacinio horizonto, perspektyvai. Kultūrinės komunikacijos metu pasitelkiame skirtingus kodus: estetinį, epistemologinį, etinį, religinį. Kodų autonomija užtikrina daugialypio gyvenamojo pasaulio, kaip

mūsų egzistencinės kūrybos aplinkos, įvairovę. Tuo tarpu masinės medijos (amfiteatrinė komunikacija) skirtingus kodus redukuoja į vieną primygtinį „tūlo“ (*das Man*) metakodą vartojant M. Heideggerio⁸ terminą. Taigi turime rato komunikaciją tarp „tūlo“, mums esant nereikšmingoms detalėms šiame politiniame žaidime. Jei prisiminsime politikos etimologiją, kuri siekia graikų poliūs ir jų viešuosius reikalus, kita politikos pusė yra komunikacija. Ar tai reiškia, kad kiekviena komunikacija atveda prie „tūlo“ anoniminės politikos be jokių individualių, vadinasi, ir egzistencinių siekių?

V. Flusseris perša kitokią mintį. Pasak jo, mirties akivaizdoje žmogaus apolitiška nuostata verčia jį būti politišku, t. y. komunikabiliu siekiant išvengti mirties⁹. Šią mintį galime interpretuoti dvejopai. Viena, komunikacija plačiąja ir kodas siaurąja prasme yra paraiška nemirtingumui¹⁰. Kita, tik mirtinga būtybė gali komunikuoti. Kitaip tariant, *komunikacija yra egzistencijos, t. y. būties myriop, reikalas*. Jei taip, nei gyvūnas, nei Dievas negali komunikuoti su žmogumi. Negali komunikuoti ir „tūlas“, nes jis amžinas: „tūlas“ negimė ir nemirs. Tačiau paradoksas tas, kad „tūlas“ maitinamas mūsų komunikacijos, kuri, kaip minėta, tegali būti egzistencinė. *Komunikacija – desperatiškas bandymas palikti pėdsaką užkoduotame kultūros mūšio lauke, kai krentame susidūrę su anoniminiu kodu. Pasipriešinimas anoniminiam kodui – dar vienas paradoksas – galimas kuriant naują kodą, kai apeliuojama į tam tikro regiono bendriją, kurioje mūsų egzistencija gali iškilti kaip prasminga. Naujo kodo prasmė yra sulaužyti senąjį perkeliant egzistencinį regioną į mąstymo centrą.*

Viena iš tokių regiono bendrijų yra parapija, kurios dalyviai susitinka ir komunikuoja ne tiek Bažnyčioje, kiek bažnyčioje. Pastarojoje susiduriame su kitokiu pasakojimu, pasakojamu tiek audio, tiek vizualiu būdais. Jei Bažnyčia yra religinis kūnas veikia metafizine (kita filosofinė aliuzija) ar metaforine prasme, būtent bažnyčia siaurąja prasme turi kūniškus reprezentatus. Pastarojoje religinis pasakojimas apeliuoja į visas penkias žmogaus jusles: klausą (Žodžio liturgija), regą (vizuali medžiaga įskaitant paveikslus, freskas ir vitražus), skonį (Komunija), lytėjimą (šventintas vanduo) ir uoslę (smilkalai). Ši žmogaus juslių pilnatvė bažnyčioje religinės komunikacijos per šventas Mišias metu svarbi dvejopai. Pirmą, komunikacija, taip pat religinė, galima apeliuoja į gyvų būtybių jusles. Jėzaus Kristaus kančia parodo, kad jis buvo vienas iš mūsų, o tai įgalina mūsų komunikaciją Kristaus bendrijoje. Antra, krikščionių komunikacija parema idėja, kad Jėzus Kristus yra ir Dievas, t. y. kažkas kitas palyginti su mumis. Tačiau *Jėzus Kristus gali būti komunikuojamas kaip Dievas tik pripažįstant jo kančią, kuri įmanoma tik būnant žmogumi*. Taigi *pasija yra tiek krikščionių bendrijos dalyvių komunikacijos, tiek komunikacijos tarp baigtinio žmogaus ir begalinio Dievo laidas. Pasija, apeliuojanti į žmogaus kūno ribas, nurodo sferą anapus egzistencinio regiono.*

Išties, šventos Mišios yra komunikacija religinėje bendrijoje apeliuojant į žmogaus juslių visumą ir į šios visumos ribas. Bažnyčią galime pavadinti visų juslių medija. Klausimas, ar tokia jos traktuotė pasitarnauja hermeneutiniams tikslams, t. y. Žodžio supratimui. Supratimas yra dvejopa veikla, mums dalyvaujant tiek savo egzistencijoje, tiek bend-

rijos gyvenime. Turėdami tam tikrą religinį užnugarį priimame atskirus egzistencinius sprendimus ir, atvirkščiai, mūsų egzistenciniai siekiai mus stumia į religinį gyvenimą. Kaip visų juslių medija, bažnyčia taip pat medijuoja santykius tarp mūsų, kaip juslių, mirtingų, t. y. egzistuojančių būtybių, ir religinės bendrijos tiek praeities, tiek ateities atžvilgiu. Jei pasija (žmogaus kūno kančia) reprezentuoja praeities paradigmą, kūnų prisikėlimas apeliuoja į ateitį. Abiem atvejais kalbame apie kūną, kurio ribos peržengiamos medijuojant šį kūną. Taigi medijuodama jusles, Bažnyčia įtraukia mus į egzistencijos nuotyki, mūsų baigtinį laiką neproporcingai pratęsdama abiem kryptimis. Reformacijos judėjimas prasidėjo nesutinkant dėl šių pažadų, kuriuos suponuoja medijuotų juslių vaidmuo hermeneutiniame vyksme. Kiekviena medija, įsiterpdama į egzistencinę supratimą, daug žada. Jei tokios tradicinės medijos kaip Bažnyčia žada per daug, ką galime pasakyti apie tokias amfiteatrinės medijas kaip televizija ar internetas? Štai kodėl ir apie internetą galime kalbėti kaip apie religiją.

Be to, bažnyčia (ir Bažnyčia) yra medija, transliuojanti mūsų siekius į kitą pasaulį ir, atvirkščiai, formuojanti šiuos siekius Žodžio perspektyvoje. Kitaip tariant, bažnyčia (ir Bažnyčia) yra komunikacinis kanalas tarp dviejų skirtingų erdvių ir laikų (baigtinio ir begalinio). Parmenidas ir vėliau jo paveiktas Plato-

nas siūlė ciklinį pasaulio raidos modelį kaip baigtinumo ir begalinumo kombinaciją. Kitaip tariant, jie atsisakė apmąstyti du skirtingus pasaulius, atskirtus vienas nuo kito. Priešingai, Platono (Platonas 1996) svarstymai apie sielą kaip bet kokio judėjimo (taip pat dvasinio Dievo link) šaltinį atveda prie pasaulio sielos idėjos, t. y. dieviško principo žmogaus pasaulyje. Panašiai Aristotelis¹¹ apmąsto Dievą kaip galutinę būties priežastį ir galutinį judėjimo šaltinį. Jam kaip grynai aktualybei inicijuojant bet kokią vyksmą kaskart sukurtiname – potencialiame – pasaulyje.

Čia susiduriame su dvejopais filosofiniais klausimais dėl erdvės ir laiko pobūdžio (baigtinio, begalinio ar kombinuoto) ir dėl žmogaus pasaulio bei egzistencinės aplinkos: ar yra fenomenai anapus žmogaus pasaulio ir žmogaus būties? Jei taip, koks jų statusas žmogaus egzistencijoje? Fenomenologija perša mintį, kad fenomenas turi pasireikšti mūsų egzistencinėje aplinkoje (žmogaus pasaulyje) tam, kad būtų mūsų egzistencinės kūrybos veiksniumi. Štai kodėl M. Heideggeris¹² teikia pirmenybę tokiems conceptams kaip įbūtis (*Insein*), įpasauliškumas (*Innerweltlichkeit*), įlaikiškumas (*Innerzeitlichkeit*), kurie nurodo mūsų buvimą žmogaus pasaulyje, kupiname mūsų rūpesčių ir baimių, neatskiriamų nuo kūrybinių projektų. Kita vertus, religiniai siekiai gali pasireikšti kaip fenomenai, kreipiantys mūsų gyvenimą kūrybiniu keliu.

BAŽNYČIA IR MEDIJOS

Nors Bažnyčia atskirta nuo valstybės (t. y. politinių reikalų), kaip medių kanalas ji yra ir politinė (vieša) idėjų ko-

munikacijos vieta. Kiekvienas medių kanalas jau yra polis su tam tikromis komunikacinėmis taisyklėmis. Jas galime

palyginti su L. Wittgensteino¹³ kalbos žaidimais. Klausimas, ar komunikacija gali būti sutapatinama su kalba ar subordinuojama jai. Viena, L. Wittgensteinas beveik visas žmogaus veiklos (ar neveiklos, pvz. tylėjimo) rūšis laiko kalbos žaidimais. Kita, komunikacija turi kai ką daugiau nei vien kalba. Komunikacija yra *Mitteilung*, pasak M. Heideggerio¹⁴, t. y. dalyvavimas kartu perduodant žinią. Kitaip tariant, komunikacija, skirtingai nei kalba, visada yra politinis aktas, t. y. dalyvavimas horizontaliai (vienos bendrijos kitai) ir vertikalčiai (vienos kartos kitai) perduotinų idėjų viešoje apyptakoje. Taigi komunikacija ir kalba – veikiau susiklojančios sferos. Be abejo, kiekviena komunikacija turi ypatingas taisykles, kurios nutolusią erdvę ir laiko atžvilgiu komunikaciją daro nesuvokiamą, t. y. nebendramatę mūsų komunikacijos atžvilgiu.

Vartojant antikinį žodį, komunikacija yra forumas dėl reikalų, tampančių viešais būtent šios komunikacijos metu. Sokrato atvejis tapo politiniu tik viešų žmonių, nagrinėjančių filosofines jo ištaras, forume. Vadinas, Bažnyčia (ir bažnyčia) kaip medijų kanalas jau yra politinis forumas siekiant diskutuoti ar net nuteisti sokratus. Nors Sokratą nuteisė ne religinis sambūris, vienas iš kaltinimų jam buvo bedievystė. Kitas – jaunų kūnų ir sielų gundymas, t. y. piktnaudžiavimas savo komunikacinėmis galiomis, kurios ypač buvo padidintos būtent proceso metu. Todėl Sokratas turi būti dėkingas šiam forumui už savo idėjų apytaką. Be to, šios idėjos buvo perduotos vien jas supolinus. Taigi filosofinės idėjos įgauna komunikacinę galią ir gali būti

perduotos, bėgant amžiams, tik politiniame forume, kokiu yra toks medijų kanalas kaip Bažnyčia.

Galima sakyti, kad filosofija, komunikacija ir politika praturtina šių tariaimai nebendramačių diskursų, negalinių funkcijuoti vienas be kito, funkcijas ir gebas. Kyla klausimas dėl religinių idėjų ir jų santykio su minėtais diskursais bei kitais medijų kanalais. Kalbant apie filosofines idėjas, nėra tokio dalyko kaip grynas filosofinis mąstymas. Filosofinės idėjos iškyla būtent kituose kontekstuose, kaip antai religijos, politikos ar komunikacijos. Kitaip tariant, jos įgauna savo komunikacinę galią mi-gruodamos tarpdalykiniais kanalais. Galima sakyti, *filosofija imanoma tik komunikuojama ir komunikuodama su kitomis žmogaus veiklos šakomis, kokios yra religija ir politika.*

Kas dėl religinių idėjų, joms reikia ne tik komunikacijos viešame (politiniame) forume, bet ir išbandymo filosofine mintimi. Tai nereiškia, kad filosofija yra religijos tarnaitė. Tai reiškia, kad religijos idėjos yra abejojančio žmogaus proto ir – tai dar svarbiau – baigtinės žmogaus egzistencijos objektas, net jei pripažįstame jų dievišką kilmę. Taigi religija, filosofija, politika ir komunikacija sudaro medijų šeimą plačiąja prasme. Kai dėl medijų šeimos siaurąja (labiau technine) prasme, Bažnyčia, skleisdama religines idėjas, pasinaudoja ir kitais medijų kanalais. Kita vertus, kiti medijų kanalai, tarp jų teatriniai (kinas) ar amfiteatriniai (televizija, internetas) keičia religinį mąstymą, kaip jį keičia filosofija ir politika, medijų šeimos plačiąja prasme narės.

FILOSOFINIAI KLAUSIMAI MEDIJŲ ŠEIMOJE

Tad, turėdami omenyje religinių idėjų komunikacinius aspektus, susiduriame su dvejojomis medijų šeimomis – didžiąja ir mažąja. Šia prasme religinės idėjos gyvena dvigubą gyvenimą. Jei didžioji medijų šeima, turinti šaknis antikoje, yra labai sena, tai mažoji iškilo tik tada, kai Bažnyčia įgijo tokius konkuruojančius medijų kanalus kaip radijas, kinas, televizija, internetas, t. y. teatrinis ir amfiteatrinis medijų kanalus. Be to, pasak V. Flusserio, turime šakines mokslinės prigimties medijas. Būdama kitų mokslų istorinis šaltinis ir kaip bendriausia, filosofija, atrodo, yra mokslo medžio kamienas. Vadovaujantis šiuo mokslinės komunikacijos vaizdu, prieš tai minėti pamatiniai filosofijos klausimai turėtų maitinti kitų mokslų problematiką. Kitaip tariant, turėtume vienkryptę komunikaciją.

Ištis turime vienkryptę komunikaciją ir hierarchinėse (kokia yra Bažnyčia), teatrinėse, o dar labiau amfiteatrinėse medijose. Juo didesnė komunikacijos sklaida, juo labiau vienkryptė būnako komunikacija, kuri suponuoja ne tik anoniminius „tūlo“ šnekalus, bet ir medijų be jokių ribų hiperrealybę. Tai interneto, kuris ne tik skrodžia skirtingus laikus ir erdves, bet ir praryja žmogaus gyvenimą, atvejįs. Tai dar viena priežastis kalbėti apie internetą kaip religiją. Tačiau internetas nėra nei hierarchinė, nei teatrinė, nei amfiteatrinė medija, kadangi trūksta pagrindinių veikėjų: mes visi tampame „tūlo“ bėgdami nuo egzistencinio rūpesčio ir baimės, perfrazuojant M. Heideggerį. Palikę nuošaly šį stebuk-

linį (laiko burtai) aspektą, internetą galime pavadinti korio medija.

Filosofija, priešingai, turi atverti unikalų egzistencinį kelią, atrastiną mūsų pačių. Sokrato, ikūnijančio pamatinius filosofinius klausimus, vaidmuo tėra pagalbinis, t. y. pribuvėjos. Štai kodėl kalbame apie filosofinius klausimus, o ne filosofinius atsakymus. Maža to, pati filosofija gimė, kaip minėta, susidūrus su egzistenciniu regionu, neatsiejamu nuo tam tikro baigtinio laiko ir erdvės, kurie užpildytini žmogaus egzistencija nuo gimimo iki mirties. Kita vertus, priklausydami tam tikrai bendrijai esame gimę anksčiau ir mirsime vėliau nei mūsų fizinis kūnas: mes gimstame, kai iškyla mūsų komunikacinė aplinka, o mirštame mūsų idėjoms išnykus komunikaciniame vakuume.

Taigi mažoji medijų kanalų šeima leidžia kalbėti apie hiperrealybę, kuri suponuoja labai skirtingus atsakymus į tradicinius filosofinius klausimus apie tiesą, grožį ir gėrį. Galima sakyti, pamatiniai filosofijos klausimai tarnauja kaip komunikacijos katalizatoriai egzistenciniame regione. Filosofija nėra kitų mokslų kamienas ne todėl, kad nutrūko komunikacija tarp filosofų ir kitų mokslininkų. Kiekvieno mokslo metodologijoje ir tyrimo logikoje ši komunikacija vis dar gyva. Kamieno įvaizdis suponuoja vienkryptę komunikaciją. Tačiau ši tarpdalykinė komunikacija nėra vienkryptė: ir filosofijai reikia mokslinės, o ypač egzistencinės, aplinkos siekiant kelti filosofinius klausimus ir galiausiai pakeisti žmogaus aplinką.

IŠVADOS

Komunikacija, religija ir filosofija sudaro medijų šeimą kaip socialinę žmogaus os aplinką. Filosofiniai klausimai išskyla cirkuliuojant idėjoms tarp medijų šeimos narių. Jie išskyla dvejopame fone: mokslo ir egzistencijos. Religinės idėjos išbandomos filosofiniu mąstymu, kai jos yra abe-

jojančio žmogaus proto ir baigtinės žmogaus egzistencijos objektas. Komunikacija suponuoja viešą (politinį) forumą tiek dėl filosofinių klausimų, tiek dėl religinių idėjų. Cirkuliuodami viešais kanalais, filosofiniai klausimai ir religinės idėjos būna veikiamos anoniminio „tūlo“.

Literatūra ir nuorodos

- 1 Platonas, *Faidras*. Vilnius: Aidai, 1996.
- 2 Aristotele, *Metaphysics*. Ed. Ross, W.D. Oxford: At the Clarendon Press, 1924.
- 3 Prisiminkime M. Heideggerio kritiką O. Spenglerio atžvilgiu: filosofija esanti labiau pamatinė nei kultūra (M. Heidegger, „Vom Wesen der Wahrheit“. Kn. *Wegmarken. Gesamtausgabe*, Bd. 9. – Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann, 1976 (200)).
- 4 Lietuvoje medijų įvairius aspektus nagrinėja Ž. Pečiulis (Ž. Pečiulis, „Erdvės ir mobilumo problema audiovizualinėse medijose“, *Santalka: filosofija, komunikacija*, 2012, p. 147–158), J. Černevičiūtė (J. Černevičiūtė, „Kultūros transformacijos kūrybinėse industrijose: kaip veikia medijų kultūra“, *Santalka: filosofija, komunikacija*, 2011, p. 74–82), S. Keturakis (S. Keturakis, „The Photos by ‚The Mole‘, ori n Search of the Way to the Other“, *Limes: borderland studies*, 2012, p. 22–31; „Marshallo McLuhano pratybos“. *Logos* Nr. 70, 2012, p. 59–68.), A. Tereškinas (A. Tereškinas, „Vyriškumas ir vyro kūnas šiuolaikiniame lietuvių kine“, *Filosofija. Sociologija*, 2011, p. 57–64.), A. Juzefovič (A. Juzefovič, „Kinų rašmenų raida ir transformacijos (estetinis ir komunikacinis aspektai)“, *Santalka: filosofija, komunikacija*, 2012, p. 21–31; A. Juzefovič, „A story of Shanghai through the cinema“, *Limes: borderland studies*, p. 75–88), E. Molotkienė („Jürgen Habermas: komunikacijos (ne)galimybė medijuotoje visuomenėje“, *Logos* Nr. 73, 2012, p. 15–29), N. Vasiliauskaitė (N. Vasiliauskaitė, „Vizuali ‚Lietuvos vardo tūkstantmečio‘ ideologija: atvejo studija“, *Filosofija. Sociologija*, p. 175–186), R. Reimeris (R. Reimeris, „Vizua-
- lumo studijos Lietuvoje“, *Filosofija. Sociologija*, 2011, p. 3–11), T. Mitkus (T. Mitkus, „Neverbalinė komunikacija: kodavimas ir efektyvus panaudojimas“, *Santalka: filosofija, komunikacija*, 2012, p. 159–170; T. Mitkus, „Propoganda vizualioje medijoje“, *Filosofija. Sociologija*, 2011, p. 48–56), D. Žaldarytė (D. Žaldarytė, „Rašto medijų sąsaja su individualios savimonės bei modernios „įsivaizduojamos“ bendruomenės fenomenais“, *Logos* nr. 72, 2012, p. 203–214) ir kt.
- 5 Lietuvoje ribų diskursą plėtoja B. Nikiforova (B. Nikiforova, „Central Europe: Territoriality and Spiritual Images“, *Limes: Borderland Studies*, 2012, Nr. 5 (2), p. 103–114).
- 6 Tiek, kiek M. Heideggeris (M. Heidegger, *Sein und Zeit*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2006) atskiria šiuos lygmenis.
- 7 V. Flusser, „Vorlesungen zur Kommunikologie“. Kn. *Kommunikologie*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 2007, S. 276.
- 8 M. Heidegger, *Sein und Zeit*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2006.
- 9 V. Flusser, „Vorlesungen zur Kommunikologie“, S. 260.
- 10 Pasak V. Flusserio, koduojame vardan komunikacijos, t. y. siekdami perkalbėti beprasmį pasaulį ir gyvenimą, nutildyti mirtį (V. Flusser, „Vorlesungen zur Kommunikologie“, S. 259–260).
- 11 Aristotele, *Metaphysics*.
- 12 Heidegger, M. *Sein und Zeit*. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2006.
- 13 Wittgenstein, L. „Philosophische Untersuchungen“, in *Wittgenstein's Werkausgabe*, Bd. 1. – Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1990.
- 14 M. Heidegger, *Sein und Zeit*.