

Mitai kaip medijos ir medijos kaip mitai: keletas filosofinių pastabų

Naglis Kardelis

Lietuvos kultūros tyrimų institutas

Nekritiškas į vienpusę pažangą orientuoto šiuolaikinio žmogaus pasitikėjimas naujosiomis medijomis ir informacinėmis technologijomis teikia progą kelti filosofinį klausimą apie naująjį mitą, kuriuo tiki ir vadovaujasi šių dienų žmogus, – būtent technologijų mitą ir medijų mitą. Kita vertus, atidesnis žvilgsnis į patį mito fenomeną leidžia suvokti, kad ir pats mitas – ne vienas ar kitas konkretus mitas, o mitas apskritai – veikia kaip tam tikra medija ar bent turi medijai būdingų bruožų. Abu šiuos fenomenus – medijų fenomeną ir mito fenomeną – dera apmąstyti kartu, siekiant geriau suvokti kiekvieno iš jų prigimtį: mito fenomeno prigimtį suprasti žvelgiant pro medijų fenomeno optiką, o medijų fenomeno prigimtį – pro mito fenomeno prizmę. Šiame straipsnyje, išryškinant pozityviuosius mito fenomeno aspektus ir negatyviuosius medijų fenomeno aspektus, taip pat mito „medialumą“ ir medijų „mitiškumą“, siekiama kritiškai pažvelgti į nereflektuotą šiuolaikinio žmogaus požiūrį, kad mitą – bet kokią mitą, mitą apskritai – dera laikyti archajiška atgyvena ir sieti su praeitimi, o medijas, priešingai, sieti su pažangia dabartimi ir ateitimi. Daroma išvada, kad mito ir medijų fenomenai yra didžiai prieštaringi ir dialektiškai susipynę: viena vertus, suvokę mitą kaip terpę, kaip tam tikrą mediją, ir išvelgę jos privalumus, į patį mito fenomeną galime pažvelgti pozityviau, be scientistinės paniekos mitui, mitinei sąmonei ir mitinei vaizduotei, o kita vertus – suvokę mito elementų įsiskverbimą į pačią medijų fenomeno šerdį ir įsisažmoninę šio įsiskverbimo keliamus pavojus, galime aiškiai pamatyti, koks naivus yra perdėtas pasitikėjimas informacinėmis technologijomis ir naujosiomis medijomis. Straipsnio autoriaus intencija nėra išaukštinti mitą ir nuvainikuoti medijas, o tik parodyti, kad abu šie fenomenai – mitai ir medijos – pačioje savo prigimtyje turi tiek inherentinių privalumų, tiek trūkumų. Būtent todėl mitus ir medijas jungiančių dialektinių sąsajų atskleidimas, žvelgiant į kiekvieną iš šių fenomenų pro kito prizmę, padeda išryškinti tai, kas geriausia tiek mito, tiek medijų prigimtyje, sykiu suvokiant ir mito, ir medijų keliamus pavojus. Autoriaus įsitikinimu, bet kokia pažangos vizija, kurioje medijoms, ypač naujosioms, tenka svarbus vaidmuo, privalo atsižvelgti į reliktinius mito inkluzus pačiame medijų fenomeno branduolyje. Kita išvada yra ta, kad mitas be galo svarbus ir medijoms, ir pačiais jomis grįstai pažangai, taip pat technologinei: vienpusiškai suvokiamos pažangos ir „pažangios“ ateities labai numarinę mitą, esą atstovaujantį tik „nepažangiai“ praeičiai, mes neišvengiamai numarinume ir pačias medijas, nes medijų, kaip terpės, vitališkumą gaivina būtent mito, kuris pats yra terpė, gaivalas.

Pagrindiniai žodžiai: mitai, medijos, informacinės technologijos, technologinė pažanga, mitiškumo ir medialumo dialektika

Įvadas

Daugelis pamanytų, kad mitų pasaulis nuo medijų pasaulio skiriasi kaip žemė nuo dangaus. Mitai mums asocijuojasi su žila senove, iš praeities glūdumos mus pasiekusiais pasakojimais, kuriuos dažniausiai laikome pramanytais ir netikroviškais. Mes manome, kad mitų pasaulis – tai vaizduotės sukurtas pasaulis, bet ši vaizduotė – ne mūsų pačių, o tolimųjų mūsų protėvių, kurių mintys, jausmai, troškimai, baimės, lūkesčiai ir idealai esą buvo visiškai kitokie nei mūsų. Mitus siejame su praeitimi, o medijas – su dabartimi ir ateitimi: juk mitai, skirtingai nei medijos, neturi nieko bendra nei su mokslu, nei su technologijomis – ypač naujausiomis informacinėmis technologijomis, leidžiančiomis, be daugelio kitų dalykų, kurti ir vis naujas medijas, kurios mums natūraliai asocijuojasi su ateitimi ir tuo, kas pažangiausia dabartyje. Medijas ir medialumą siejame su technologinėmis inovacijomis, šias – su mokslu, o mokslą – su tiesa.

Apie mitus mąstome visiškai priešingai: įžvelgdami mito ryšį su vaizduote, ypač perdėm lakia, mitą, skirtingai nei mokslą, technologijas ir jomis grįstas naujusias medijas, esame linkę sieti su netiesa – ne tik su pasakomis ir kitokiais vaiko širdžiai mieliais nepiktybiškais pramanais, bet ir piktavaliais suaugusiųjų melais, sąmoningu mulkinimu bei painiojimu. Daugumos nuomone, mokslas, žinios, technologinės inovacijos ir naujosios medijos – tai šiuolaikinio žmogaus, besižvalgančio į ateities galimybių horizontus, savasties erdvė, o mito stichija – tai svetimybės sritis, kurią reikia palikti, išbrendant iš jos lyg iš praeities apgaulių liūno. Šį atsainų požiūrį į mitą puikiai iliustruoja tokie pasakymai, kaip „paneigtas *mitas*, kad...“, „tai *tik mitas*“, „būtiną sugriauti *mitą*, kad...“ ir t. t.

Be abejo, dažniausiai nemanoma, kad mitai ir medijos – tai kažin kokios prigimtinės poliarinės priešybės, tačiau vis dėlto laikomasi gajaus požiūrio, jog tai savaime nesusiję ir iš esmės skirtingi dalykai, priklausantys tartum visiškai skirtingoms tikrovės sritims, skirtingam istoriniam laikui ir erdvei, skirtingiems pasaulio suvokimo būdams ir skirtingoms dvasinėms nuostatoms.

Bet ar mitų pasaulis ir medijų pasaulis iš tiesų tokie skirtingi? Ar naratyvai apie visišką jų nebendramatiškumą nėra – pasakant tuo pačiu stereotipiniu stiliumi – *tik mitas*?..

Tad šiuo straipsniu ir pamėginsime, kaip sakoma, *sugriauti mitą* – būtent mitų ir medijų, kaip savo prigimtimi visiškai skirtingų ar net priešingų fenomenų, *mitą*. Turint galvoje tendenciją mitus sieti su praeitimi, o medijas – su pažangia dabartimi bei ateitimi, nesunku suvokti, kodėl šis mitas toks gajus ne kur kitur, o būtent naujosiose medijose, kuriose jis yra ir kuriamas, ir palaikomas, jį nuolat pasakojant ir perpasakojant pačiais įvairiausiais variantais. Šis mitas, beje, tiesiogiai susijęs su pažangos mitu, įsivaizduojant, kad žmonijos pažanga yra absoliuti, vienareikšmė ir vertintina vienu vieninteliu matu ar keletu paprastų ir aiškių kriterijų, dėl kurių esą visi

savaime sutaria, taip pat beveik instinktyviu daugelio žmonių įsitikinimu, jog dabartis vertingesnė už praeitį, o ateitis – tiek už praeitį, tiek už dabartį.

Siekdami paneigti šį mitą – mitą apie tai, kad mitų pasaulis ir medijų pasaulis yra tartum nesusisiekiantys indai, mes jokių būdu nesiekiame nei pateisinti mitų pačių savaiame – kaip tam tikro žmogaus dvasios fenomeno, kuris, akivaizdu, turi ne tik pranašumą, bet ir trūkumą, nei juolab kaltinti medijų pačių savaiame, ypač naujųjų, kurios – kaip šiuolaikinio žmogaus sukurtas technologinis fenomenas – taip pat, be joms būdingų trūkumų, turi ir nemažai teigiamų bruožų.

Kas nors galėtų paklausti: o kodėl apskritai reikėtų griauti šį mitą? Kodėl jis negalėtų turėti teisės gyvuoti taip pat, kaip ir daugelis kitų senųjų ir naujųjų mitų, ir būti pasakojamas bei perpasakojamas tų, kurie yra šio mito apžavėti?

Atsakymą į šį klausimą pateiksime pabaigoje, o pradėsime mėginimu atskleisti, kuo mitai panašūs į medijas, o medijos – į mitus.

Mitai kaip medijos

Graikiškas žodis *muthos* reiškia pasakojimą – ne tik herojišką pasakojimą apie priešistorinius dievų ir pusdievių žygdarbius, bet ir šiaip įvairaus turinio pasakojimą. Šiuo atžvilgiu *muthos* yra kitų dviejų graikiškų daiktavardžių – *epos* ir *logos* – sinonimas¹. Aristotelio „Poetikoje“ (Arist. *Po.* 1450a8–23) žodis *muthos* įgyja ir konkrečią termino reikšmę – juo filosofas įvardija tragedijos fabulą, laikydamas ją svarbiausiu iš šešių tragedijos elementų, svarbesniu antai net už tokį taip pat labai svarbų elementą, kaip veikėjų charakteriai: kitaip tariant, termino reikšmė suvokiamas mitas – tai siužetiniai naratyvo griaučiai, svarbiausių pasakojimą sudarančių naratyvo segmentų, be kurių pasakojimas negalėtų egzistuoti kaip nuoseklus, logiškai rišlus ir išbaigtas, seka.

Glaudi mito sąsaja būtent su prakilniais herojiškais pasakojimais apie dievų ir pusdievių žygdarbius atsirado dėl to, kad būtent tokio turinio fabulos – *muthoi* – labiausiai ir tiko tragedijos žanro dramoms, kuriose, kaip teigia Aristotelis, privalu vaizduoti tai, kas nekasdieniška, įstabu, kilnu ir didinga. Antikinė dramų rašymo praktika, grįsta tam tikrais fabulų turinio selekcijos principais, ilgainiui ir suformavo iki šių dienų vyraujančią požiūrį į mitą.

Šiuolaikinį skaitytoją Antikos mitai dažniausiai traukia pačiu savo neįprastumu ir egzotiškumu, kaip vartai į nuostabų, o neretai ir keistą bei šurpų jų kūrėjų vaizduotės pasaulį, tačiau patys Antikos žmonės, kaip, beje, atskleidžia ir filosofinė antiikinės mito sampratos refleksija senovės mąstytojų tekstuose, mito prigimtį ir paskirtį suvokė kiek kitaip: buvo laikoma, kad mitiniuose pasakojimuose perteikiami tipiniai elgesio ir egzistencinių situacijų modeliai, galintys tapti teigiamais ar neigiamais pa-

¹ Apie semantinius žodžių *muthos*, *epos* ir *logos* panašumus bei skirtumus žr. Liddell; Scott; Jones 1996 [1940], p. 1151, sv. *muthos*; p. 676, sv. *epos*; p. 1057–1059, sv. *logos*.

vyzdžiais kiekvienam žmogui jo kasdieniame gyvenime. Antikos kultūroje mitai funkcionavo kaip visiems aktualūs žmogiškojo sąlyčio su nežmogiška tikrove ir žmonių tarpusavio bendravimo modeliai, įgiję archetipinio etalono vertę ir kultūrinėje tradicijoje pasirodantys įvairiausiomis variacijomis.

Mitų kūrėjams ir pirmiesiems jų klausytojams buvo svarbu ne tai, kad mituose pasakojami įvykiai nutiko kažin kada neatmenamoje senovėje, o tai, kad *laikų pradžio* dievai ir herojai *įsteigė* tuos pamatinius elgesio modelius, kurie privalo būti kartojami *iki pat šių dienų*, ir pavyzdiniu savo elgesiu *apreiškė* tas egzistencines situacijas, į kurias nuolat patenka visų laikų žmonės, konkrečiame istoriniame laike ir konkrečiuose savo gyvenimuose stojantys akistaton su lemtingais egzistenciniais iššūkiais ir patiriantys tragiškus išbandymus.

Buvo laikoma, kad mitai byloja apie tai, kas svarbiausia kiekvienai mirtingai būtybei: apie būtinybę siekti savojo gyvenimo tikslo ir nenukrypti nuo jo, apie gyvenimo kelyje tykančius pavojus bei klatingas pagundas – ir apie herojišką jų įveikimą, apie susidūrimą su gėriu ir blogiu, kilnumu ir niekšybe, apie neišvengiamą bausmę už nesaikingumą ir pasikėlimą puikybėn, pagaliau apie didelę net menkiausios klaidos kainą.

Antikos filosofų požiūriu, mitai byloja ne apie tai, kas įvyko konkrečioje vietoje konkrečiu istoriniu metu, o apie tai, kas tam tikru atžvilgiu vyksta visur ir visada: nors mituose kalbama apie tai, kas niekada neįvyko kaip konkretus istorinis faktas, vis dėlto juose gebama byloti apie gerokai svarbesnius – amžinus – dalykus, pranokstančius nuogą faktiškumą, istoriškumą ir patį laiką, – pasakoti apie niekada nepraeinančius ir amžinai aktualumo neprarandančius, nors istoriniame laike galbūt niekada neįvykusius mitinius įvykius, kurių nepajėgia ištrinti visa naikinantis laikas ir kurie – kaip amžino ir nuolat aktualaus pavyzdžio statusą turinčios žmogiškosios būties gairės – išlieka amžinai.

Pagrindinis mito paradoksas yra nulemtas aplinkybės, kad mitas, žvelgiant iš jo prigimties bei esmės požiūrio taško, kalba apie *amžinybę*, o ne apie *laiką*, nepaisant to, kad mitas, kaip ir bet kuris kitas pasakojimas, turi formalią *laikinės sekos* struktūrą (jau anksčiau atkreipėme dėmesį į tai, kad kasdiene reikšme vartojamas graikiškas žodis *muthos* ir reiškia tiesiog bet kokio turinio pasakojimą, o kaip techninis Aristotelio vartojamas terminas jis įvardija dramos fabulą, taigi siužetinius dramatinio pasakojimo griaučius, turinčius laikinės sekos sąrangą).

Mitui būdinga dialektinė įtampa tarp laiko ir amžinybės – būtent įtampa, kurią atspindi kontrastas tarp formaliosios, naratyvinės, mito struktūros, išsiskleidžiančios laike tam tikra pamatinių naratyvo elementų seka, ir mito turinyje slypinčių nuorodų į amžinus ar amžinai besikartojančius dalykus, – lemia ne tik nepaprastą mito gyvasumą, bet ir neblėstantį fascinuojantį jo žavesį.

Antikos žmogus, skaitydamas klasikinius tekstus, ypač priklausančius literatūriniam kanonui, juose atpažindavo vadinamąsias „bendrąsias vietas“ (gr. *topoi*

koinoi, lot. *loci communes*): tai skirtinguose tekstuose pasikartojančios nuorodos į visai bendruomenei reikšmingus, kultūrinę jos tapatybę konstituojančius, palaikančius bei stiprinančius istorinius, kultūrinius ir literatūrinius precedentus, atsispindinčius ypač kūrinių stiliaus bei retorikos plotmėje. Dažnas ir nuoseklus bendrųjų vietų vartojimas literatūriniuose tekstuose pamažu įtvirtino asociacijas, kurias kelia svarbiausių mitinių, istorinių ir literatūrinių personažų vardai: antai Odisejo vardas, paminėtas viename ar kitame literatūriniame kontekste, mums asocijuojasi su gudrumu, taip pat ištikimybe savajai tėvynei, o štai Penelopės vardas gali figūruoti kaip nuoroda į ištikimybę kantriai laukiamam vyrui, ilgai negrižtančiam iš tolimų klajonių.

Savo ruožtu ir Sizifo į kalną ridenamas, bet niekaip iki jo viršūnės neužridenamas akmuo, vien užuomina paminėtas kuriame nors tekste, funkcionuos kaip nuoroda į kiekvieną bergždžią pastangą ir neprasmingą darbą, kuriuo baudžiamas kiekvienas saiko ribą peržengęs ir bedievišku savo išžulumu (*hubris*) dievus papiktinęs mirtinasis. Panašias asociacijas sukels ir amžinai ugniniame rate priversto suktis Iksiono, įžūliai ketinusio suvedžioti Dzeuso žmoną Herą, taip pat Belerofonto, ant Pegaso pakilusio dangun, bet už puikybę nuo sparnuoto žirgo dievų nublokšto žemėn, vardas.

Bendrosios vietos antikiniuose tekstuose funkcionuoja kaip kultūriškai svarbių nuorodų tinklas – kaip tam tikros nuoseklią sistemą sudarančios simbolinės gairės, išreiškiančios bendruomenės narių tapatybę bei vertybes ir dėl to jų be išlygų pripažįstamos ir lengvai atpažįstamos bet kokio žanro tekstuose. Dar kitaip pasakant – kaip tam tikri simboliniai inkarai, pririšantys bendruomenės narius prie jiems visiems bendro kultūrinės savasties bei vertybių pagrindo.

Būtent su retoriniu bendrųjų vietų vartojimu buvo susijęs savitas – vadinamasis topinis – netiesioginio įrodinėjimo būdas, labai mėgtas Antikos oratorių: skirtingai nei įprastas loginis (dedukcinis) įrodinėjimo būdas, jis negalėjo garantuoti ginamo teiginio teisingumo „pagal būtinybę“, o tik subjektyvų jo tikėtinumą, subjektyvų panašumą į tiesą: užuot išvedus vieną ar kitą konkretų teiginį apie paskirą atvejį iš tam tikrų universaliųjų principų, šis paskiras atvejis būdavo susiejamas su ta ar kita bendrąja vieta – vienu ar kitu mitiniu, istoriniu ar literatūriniu precedentu.

Antai topiniame argumente oratoriaus plėtojamas netiesioginis įrodinėjimas, kaip gražu būti ištikimam, nurodant – kaip pavyzdingo elgesio etaloną – bendrosiose literatūriniame kanonui priklausančių tekstų vietose kiekvienam išsilavinusiajam lengvai atpažįstamus mitinius bei literatūrinius ištikimybės precedentus, tarkime, Odisejo ir Penelopės ištikimybę, daugumai klausytojų turėjo atrodyti gerokai įtaigesnis nei sausas filosofo, mėginančio ištikimybės dorybę išvesti ir abstrakčių universaliųjų etikos principų, argumentavimas. Raginimas „Būk ištikimas, nes juk tai gražu ir nuostabu tiesiog savaime – juk kadaise ir Odisejas buvo ištikimas savo gimtiesiems namams, savo tėvynei, o Penelopė – savo vyrui, tad ir tu gali sekti puikių jų pavyzdžiu“ turėjo skambėti gerokai įtaigiau nei raginimas „Būk ištikimas, nes imperatyvas būti ištikimam plaukia iš etinio principo A ir etinio principo B pagal formalųjį loginį dėsnį C“.

Pagrindinis bendrųjų vietų šaltinis Antikos tekstuose – senieji mitai, įvairiausiais variantais perteikti sakytinėje tradicijoje ir autoriniuose grožinės literatūros tekstuose, ypač archajiniame epe ir dramose, taip pat kiti grožiniai kūriniai, – ypač priklausančys literatūriniam kanonui, – kuriuose nuorodos į mitus ir mitiniai įvaizdžiai pasitelkiami netiesiogiai, neretai kiek pakeistu, kritiškai reflektuotu, racionalizuotu, konceptualiai išplėtotu ar filosofiskai interpretuotu pavidalu. Bendrosios vietos, nuosekliai ir sistemiškai vartojamos visame milžiniškame antikinės literatūros korpusė, jį paverčia kultūrinių prasmų atžvilgiu vieninga vertybinių gairių visuma, padedančia šią literatūrą skaitančios visuomenės nariams ugdyti savo charakterį ir dvasiškai augti kaip sąmoningiems tos visuomenės nariams, bendrame šių gairių bei lengvai atpažįstamų kultūrinių precedentų lauke jaučiantiems dvasinę savo bendrystę, sakytumė, visiems kartu bendrai *susižinantiems, susivokiantiems ir susijaučiantiems*.

Tad galėtume teigti, jog bendrųjų vietų tinklo jungiamas literatūros tekstų korpusas ir kiti su sakytinių bei rašytinių tekstų tradicija susiję kultūros sluoksniai funkcionuoja kaip vieninga, visai tam tikros kultūrinės tapatybės vienijamai bendruomenei *bendra* terpė, kitaip tariant, *medija*.

Ši galbūt kiek netikėta išvada taps dar akivaizdesnė atkreipus dėmesį į pačioje kalboje užfiksuotą konceptualią sąsają tarp *medijų* ir *komunikacijos*, taip pat turint galvoje jau parodytą ryšį tarp mito ir bendrųjų vietų. Lotyniškas žodis *communicatio* „bendravimas; ryšys, komunikacija“, kaip ir kitas tos pačios šaknies žodis – *communio* „bendrystė; komunija“² – verčia dar kartą prisiminti lotynišką bendrosios vietos – *locus communis* – įvardijimą: nuosekliai ir sistemiškai literatūroje bei visoje kultūroje vartojamos bendrosios vietos steigia visiems *bendrą* ne tik formalaus *bendravimo* – susižinojimo, susikalbėjimo, keitimosi informacija, kitaip tariant, *komunikacijos*, bet ir dvasinės bendrystės – *komunijos* – terpė, kurioje kultūrinės bendrijos nariai gali augti ir klestėti, sakytumė, *tarpti* tartum jiems visiems bendroje trąšioje dirvoje.

Savo ruožtu žodis „medija“, kilęs iš lotyniško daiktavardžio *medium* „terpė“ (o šis – iš būdvardžio *medius* „vidurinis“³), pačia savo semantika gerai atskleidžia kiekvienos medijos funkciją – būti tuo *tarpu*, kuris privalo ne tik atskirti, bet ir sujungti šio tarpo skiriamus (ir tuo pat metu jungiamus) narius, atskleisdamas arba sukurdamas vienokį ar kitokį jų bendrumą ir bendrystę. Bendrumas yra įmanomas tik tarp dalykų – daiktų ar asmenų – kurie formaliai yra skirtingi, nesutampa vienas su kitu ir yra atskirti vienas nuo kito tam tikro tarpo. Būtent šis tarpas gali tapti arba aklina siena, visiškai atitveriančia minėtus dalykus vieną nuo kito, arba tokiu tarpu, kuris, nors ir visiškai neišnykdamas, gali tapti vaisinga formaliai skirtingų dalykų bendrumo ir bendrystės terpė.

² Apie semantinę bendrašaknių žodžių *communio* ir *communicatio* ryšį bei subtilius jų reikšmės skirtumus žr. Glare 2016 [2012], p. 405, svv. *communio, communicatio*; taip pat p. 405, sv. *communio*; p. 405–406, sv. *communis*; p. 406, svv. *communitas, communiter*.

³ Glare 2016 [2012], p. 1199–1200, sv. *medium*; p. 1200, sv. *medius*.

Fenomenologiniai šių dviejų skirtingos prigimties tarpų atitikmenys – tai neperžengiama praraja, visiškai atitverianti abu tarpeklio kraštus, ir du priešingus krantus sujungiantis tiltas: nors prarajos plotis ir tilto ilgis gali būti vienodi, nusakantys tą patį erdvinį nuotolį tarp priešingų pusių, praraja ir tiltas iš esmės reiškia visiškai skirtingą dvasinę šio nuotolio interpretaciją. Kaip ir praraja, tiltas nepanaikina formalaus skirtumo tarp priešingų pusių, šiuo atveju – tilto jungiamų krantų. Jei šis skirtumas išnyktų, tilto arba apskritai nereikėtų statyti, arba jis, jau pastatytas, staiga pavirstų kažin kuo kitu: juk tilto einančio kelio, kuriuo iš vieno kranto patenkama į kitą, ilgis ir yra lygus priešingus krantus skiriančiam nuotoliui, bet skirtumas tarp prarajos ir tilto yra būtent tas, kad praraja *tik skiria*, o tiltas – *skirdamas jungia*.

Kiekviena tikra – funkcionali ir produktyvi – medija fenomenologiniu požiūriu yra panaši į tiltą: panašiai kaip tiltas yra *trečiasis* elementas greta tilto jungiamų krantų (pirmojo ir antrojo elementų), taip ir medija yra ne tik *medium*, bet ir *tertium*: kaip dvi medijuojamas puses subendrinanti ir tam tikru atžvilgiu net subendravardiklinanti terpė, medija iškyla kaip jos medijuojamų pusių *tertium comparationis* – kažin kas trečiasis, pasitelkiamas pirmojo ir antrojo palyginimui, kitaip tariant, kaip pirmojo ir antrojo bendrasis vardiklis. Be abejo, medija pati savaime dažniausiai nebūna jos medijuojamų dalykų bendrasis vardiklis – bet ji gali ir privalo funkcionuoti kaip vaisinga tokio bendrojo vardiklio radimosi terpė, kaip *tertium comparationis* galimybės sąlyga: ideali medija turėtų būti kaip trąši dirva, kurioje tarpstantys ūgliai virstų priešingas puses jungiančio tilto atramomis ir sijomis.

Kaip matome, tiek bendrystė, bendravimas ir bendradarbiavimas (ir apskritai bet kokios prigimties bendrumas), tiek medijavimas bei medialumas numano ne vieną ar du, o tris dalykus: medijavimas suponuoja mediją kaip skirtingas puses medijuojančią terpę, o bendravimas numano tam tikrą bendraujančių (vienaip ar kitaip komunikuojančių) pusių bendravimo – susikalbėjimo, susižinojimo, susijautimo – pagrindą, kurį tam tikru atžvilgiu taip pat galime pavadinti bendravimo terpe, bendravimo medija, kurioje tarpsta bendraujančių pusių bendrystės daigai. Akivaizdu, kad čia kiek skirtingais žodžiais kalbame iš esmės apie tuos pačius dalykus, nes medijų ir komunikacijos terminais mėginame sučiuopti tos pačios ar labai panašios prigimties fenomenus.

Su medialumu ir komunikacija, beje, tiesiogiai susijusi ir *interpretacija* bei *vertimas* kaip bet kurios interpretacijos provaizdis: kaip atskleidžia lotyniško žodžio *interpretes* „vertėjas“ semantika, vertėjas autentiška šio žodžio reikšme buvo suvokiamas kaip *trečiasis*, stovintis „tarp“ (*inter*) dviejų kitų asmenų, kalbančių skirtingomis kalbomis ir savaime neįstengiančių susikalbėti⁴: sakytume, vertėjas savo kalbine kompetencija *medijuoja* tų savaime nesusikalbančių žmonių *bendravimą* – tiek formaliąją jų *komunikaciją*, tiek galbūt ir neformalios bendrystės *komuniją*. Vertėjo kompetencija

⁴ Glare 2016 [2012], p. 1041, svv. *interpretes, interpretamentum, interpretatio*, p. 1041–1042, sv. *interpretor*.

ir jo sutikimas tarpininkauti tarp tų, kurie savaime nesusikalba, natūralu, ir tampa terpe, kurioje tarpsta to, kas savaime nėra bendramatiška, *tertium comparationis*.

Vis dėlto mito sąsaja su medijomis atskleidžia ne tik ta jau minėta aplinkybė, kad mitai yra svarbiausias kultūrinę antikinio sociumo narių bendrystę laiduojančių prasmės gairių bei prasmės inkarų – būtent bendrųjų vietų (*loci communes*) – šaltinis. Parodę pamatines, bendriausio pobūdžio konceptualiąsias sąsajas tarp mito ir medijų, dabar atkreipsime dėmesį į kai kuriuos konkretesnius mitinio medijavimo aspektus.

Vienas iš jų susijęs su ta aplinkybe, kad mitas yra tokia vaizduotės ir kalbos terpė, kurioje tai, ką kasdien aptinkame įprastoje tikrovėje, ir lakios vaizduotės sukurti dalykai pajėgia kuo puikiau tarpti greta, neneigdami vieni kitų. Pavyzdžiui, mituose greta vieni kitų gyvena ir veikia tiek fantastiniai, tiek visiškai tikroviški gyvūnai (tiesa, neretai įgiję neįprastų savybių), ir toks keistokas jų koegzistavimas, mitinės vaizduotės požiūriu, yra visiškai suprantamas ir net banalus dalykas. Tikroviškos būtybės mituose neretai turi fantastinių savybių, o savo ruožtu fantastiniai padarai kartais ne tik kalba žmogaus balsu, bet ir, tartum paneigdami savo fantastiškumą, elgiasi visiškai nuspėjamai ir turi tikroviškiems gyvūnams būdingų bruožų. Įprasti būtis, logikos ir fizinio pasaulio dėsniai – tiek, kiek jie tiesiogiai atsiskleidžia pačioje kasdienybėje ir pažįstami iš kasdienės patirties, – mituose galioja tiek pat, kiek ir išimtyms iš jų, antai stebuklai, keistos metamorfozės ir kitokie nuokrypiai nuo įprastos mums pažįstamo pasaulio tvarkos. Taip pat ir mums gerai pažįstami etikos principai mituose geba kuo puikiau tarpti greta to, kas, atrodytų, paneigia bet kokią žmogišką etiką – protu nesuvokiamo žiaurumo, siaubo ir absurdo. Sakytume, mito terpė – tai įprastą tikrovę ir vaizduotės pasaulius medijuojanti terpė.

Būtina atkreipti dėmesį į tai, kad šiuo atveju mito kalbos ir mitinės vaizduotės terpėje medijuojamas ne bendravimas (komunikacija) tarp mito kūrėjo (ar mito pasakotojo) ir mito suvokėjo, o pačioje mito terpėje, kuri iš prigimties yra itin heterogeniška, tarpstančių prasmės elementų, pačiu savo heterogeniškumu konstituojančių mitą ir bendrąją jo prasmę, reikšmės skirtumai. Galėtume teigti, kad šiuo atžvilgiu *mitas yra medija, medijuojanti save pačią*. Tai lyg savyje pačioje tarpstanti trąši terpė: tai, kas joje išauga, beveik iš karto ir vėl į ją grįžta terpės vaisingumą sustiprinančios trąšos pavidalu. Panašiai kaip mitinio mąstymo turiniai netrukus tampa pačia šio mąstymo forma, pačiu savitu mitinio mąstymo būdu, savo ruožtu generuojančiu naujus mito turinius, taip ir mitinio mąstymo mediją galima įvardyti kaip tokią mediją, kurioje nusitrina griežta riba tarp medijuojančiojo ir medijuojamojo – arba medijuojantysis ir medijuojamasis nuolat ir itin greitai, mums nė neįžvelgiant, keičiasi vietomis.

Tą patį, beje, galima pasakyti ne tik apie mito kalbą ir mitinę vaizduotę, bet ir apie vaizduotę pačią savaime ir natūralią kalbą pačią savaime: jei vaizduotės lakumas nėra metodiškai kontroliuojamas racionalaus proto, vaizduotėje, kaip vaizdijimo terpėje, tikroviški ir fantastiniai įsivaizdavimai gali kuo puikiau tvirti ir tarpti greta; panašiai ir natūralioje žmogiškoje kalboje, kaip vieningoje prasmės atžvilgiu

heterogeniškų dalykų ištarties terpėje (jei tik šios natūralios kalbos nemėginama racionaliai numelioruoti, *pagerinti*, „apvalant nuo metafizikos“ ir pritaikant, tarkime, vien gamtamokslio reikmėms), „būtus“ ir „nebūtus“ dalykus galima ištarti vieną po kito ir vieną greta kito. Tuo net ir nereikia stebėtis – ši aplinkybė tik atskleidžia vaizduotės svarbą mito pasauliams ir mito sąsajas su prigimtiniais natūralios žmogiškos kalbos gaivalais.

Kitas mitui būdingos medijavimo galios aspektas susijęs su tuo, kad mitas medijuoja amžinybės ir laiko sritis – arba skirtingas laiko plotmes: pasakodamas apie tai, kas vyko pačioje laikų pradžioje arba dar iki paties laiko atsiradimo, amžinybėje, mitas laikų pradžios tašką, kuriame vyko kosmogoninis dieviškosios kūrybos aktas, leidžia susieti su mito pasakojimo ir jo klausymosi laiku – kitaip tariant, su dabarties tašku. Sudabartindamas kosmogoninį aktą, vykusį laikų pradžioje ar dar iki paties laiko, mitas kviečia – bent simboline prasme – pakartoti tai, ką kurdami pasaulį nuveikė dievai, arba bent pagarbiai prisiminti iškilus jų darbus, kurių pėdsakus, kaip teigiama mituose, galima ir dabar išvelgti gamtinio landšafto detalėse bei slėpininguose gamtos reiškiniuose.

Antai vadinamasis sapnalaikis⁵, apie kurį kalbama Australijos aborigenų mituose, suvokiamas kaip pasaulio pradžios laikas, kai dievai ir herojai pirmą kartą chaosą vertė kosmu, suformuodami ir dabar krašto peizaže atpažįstamas landšafto detales, kurios privalo būti gerbiamos, o jų kūrimo istorija – nuolat atmenama pasakojant šventuosius mitus.

Žmogus, klausydamasis mito ir mėgindamas įsivaizduoti dieviškąjį kūrybos aktą, taigi ir pačias dieviškosios kūrybos galias bei jų ribas, nejučia susimąsto ir apie savo paties, mirtingo žmogaus, galimybių ribas, savo menkumą arba, priešingai, įmanomą pasiekti didybę, einant dievų pėdomis ir veiksmais ar bent mintimis pamėgdžiojant jų darbus. Tokiu būdu mitas tartum kužda žmogui, kad jis esąs vertas šio to daugiau, nei yra įpratęs manyti – kad jis, jei tik tuo tikės ir dės pastangas, paveldės tam tikrą dieviškumo dalį, pranokstančią tai, kas žmogiška. Tad mitas yra terpė, ugdanti laisvės dvasią, tobulumo siekį ir norą pranokti save patį.

Su ką tik minėtu aspektu glaudžiai susijęs dar vienas mitui būdingos medijavimo galios aspektas. Turint omeny tai, kad mito terpėje greta vieni kitų puikiausiai tarpsta „būti“ ir „nebūti“, tikroviški ir fantastiniai dalykai, mitas, panaikindamas griežtą ribą tarp to, kas įmanoma, ir to, kas neįmanoma, tarp to, *ko norima*, ir to, *kas galima*, sakytume, medijuoja bei facilituoja žmogaus pastangą būti drąšiam ir drąsiai siekti užsibrėžto tikslo, nors, kaip jau minėjome, neretai tuo pat metu įspėja apie perdėtos drąsos – saiko ribas peržengiančio įžūlumo (*hubris*) – keliamus pavojus.

⁵ Sapnalaikio (*alcheringa*) sampratą ir šios sąvokos interpretacijas šiuolaikinėje antropologijoje išsamiai analizuoja Diane Bell (žr. D. Bell, *Dreaming*, in: Jones 2005, p. 2478–2482). Pats sapnalaikio terminas, nusakantis kultūriškai specifinį „mitinio sapnavimo“ fenomeną, kilo iš Australijos aborigenų aranda genties kalbos žodžio *aljerre-nge*, reiškiančio „sapnalaikio metu“.

Mito terpė yra tartum tiltas, sujungiantis žmogų, *koks jis yra* – koks jis yra čia ir dabar, būtent ribotas, trapus, mirtingas ir nelaimingas – su žmogumi, *koks jis galėtų būti* – jei ne iš karto, tai kada nors ateityje, net jei ši ateitis būtų tik eschatologinė. Tai, ką, kaip pasakojama mituose, nuveikė dievai laikų pradžioje, mito besiklausantis mirtingasis tikisi nuveikti laikų pabaigoje, eschatologinėje perspektyvoje. Klausydamasis mitinio pasakojimo, kaip dievas, pusdievis ar net panašus į jį patį mirtingasis nudobia siaubingą slibiną, žmogus bent mažoje savojo proto kertelėje leidžiasi įtikinamas, kad kažin ką panašaus galys nuveikti ir pats, juolab kad suvokia esąs neabejotinai gudresnis už tuos pasakų herojus – jonelius durnelius – kuriems pasakų stichijoje kuo puikiausiai sekasi.

Mitas, atskleisdamas pavyzdingo elgesio modelį ir siektino tikslo pavyzdį, ne tik simboline prasme parodo, ką žmogus *galėtų* nuveikti, bet ir siekia jį įtikinti, jog tai yra *visiškai įmanoma*, – kad tai yra žmogaus galioje ir nepranoksta mirtingojo jėgų. Mitas tuo pat metu drąsina tą, kuris drąsus nepakankamai, ir persergėja nuo perdėtos drąsos pavojų tą, kuris, kalbant aristoteliškai, yra drąsus su perviršiu.

Itin įdomių pavyzdžių, kai mitinis pasakojimas, kaip tam tikras medijuojantis elementas, įterpiamas į kitokios prigimties pasakojimą, mums pateikia Pindaro odės, kuriose šlovinami sportinių žaidynių nugalėtojai: trinarės struktūros odžių pradžioje ir pabaigoje kalbama apie patį sportinės rungties nugalėtoją, jo pergalės aplinkybes, asmenybę, tėvus ir gimines (pačioje pabaigoje nugalėtojui neretai primenamas ir jo mirtingumas bei įspėjama apie pasikėlimo puikybės pavojus), o centrinę – abi tikroviškas, istorines, odės dalis *medijuojančių* – kūrinio dalį sudaro *mitinis* pasakojimas apie dievo ar herojaus atliktą žygdarbį, tam tikru atžvilgiu panašų į nugalėtojo pasiektą pergalę ar kaip nors kitaip netiesiogiai susijusį su ja tam tikromis kontekstinėmis aliuzijomis, ypač jei sportininkas savo genealoginę liniją veda iš minėto dievo ar herojaus⁶.

Centrinę Pindaro odžių dalį sudarantys mitai, jų nuotrupos ar aliuzijos į mitinius kontekstus suteikia apgiedamoms mirtingųjų pergalėms dieviškumo aurą ir universalesnės prasmės matmenį, paliudydami beveik mitinę šių pergalių svarbą ir kone kosmogoninį svarumą. Į odę įkonstruotas mitas tarsi paliudija, jog tas pats šaunumo (*aretē*) ir pergalės, kuria jis akivaizdžiai reiškiasi, siekis yra būdingas tiek dievui ar pusdieviui, tiek šlovingą pergalę iškovojusiam mirtingajam, išdrįsusiam sekti dievybės pėdsakais ir pamėgdžioti mirtinguosius pranokstančių būtybių dorybę.

Tad mitas šiuo atveju ne tik tampa bendra panašaus dieviško, pusdieviško ar žmogiško elgesio terpe, bet ir *formaliai* – odės *struktūros atžvilgiu* – tampa medija, atsidurdamas *tarp* kitų dviejų struktūrinių odės dalių, taigi, sakytume, medijuodamas jas struktūriškai. Be to, atsižvelgiant į tai, kad pirmojoje odės dalyje varžybų nugalėtojas dažniausiai pašlovinamas, o trečiojoje dalyje – neretai raginamas atminti savo mirtingumą ir nepasiduoti puikybei, centrinę odės dalį sudarantis mitinis pasakojimas

⁶ Žr., pvz., Hornblower; Spawforth; Eidinow 2012, p. 1148–1149; Carey 1981.

ar aliuzija į mitą leidžia išvengti perdėm staigaus minties šuolio ir padeda sklandžiau pereiti prie trečiosios lyrinio kūrinio dalies: mitas ne tik suteikia platesnį bei svaresnį pergalės kontekstą, bet ir, galėtume teigti, labai savitai bei išradingai medijuoja varžybų nugalėtojų poeto skirtą pašlovinimą ir jam adresuotą švelnų išpėjimą apie puikybės pražūtingumą.

Ir, be abejo, bet kuris mitas, kaip ir kiekvienas pasakojimas apskritai, – o pirmine šio graikiškos kilmės žodžio reikšme mitas, kaip jau ne sykį minėjome, ir įvardija būtent *pasakojimą*, – yra terpė, bendru komunikuojamų prasmių tinklu sujungianti tiek mito pasakotoją ir mito suvokėją, tiek skirtingus to paties mito pasakotojus (ar skirtingus jo suvokėjus), iš dalies ar visiškai skirtingai interpretuojančius tą patį mitinį pasakojimą bei suteikiančius jam kiek kitonišką prasmę.

Aptarę patį mito kaip medijos fenomeną ir atkreipę dėmesį į keletą idomesnių mitui būdingos medijavimo galios aspektų, pereisime prie kita kryptimi formuluojamo klausimo, – kuo medijos panašios į mitus, – analizės.

Medijos kaip mitai

Ankstesniame šio straipsnio skyriuje minėjome, kad medija yra vienokia ar kitokia terpė, esanti tarp dviejų komunikujančių ar kitaip sąveikaujančių polių: atsižvelgiant į lotynišką žodžio *medius* „vidurinis“, iš kurio ir kilo „medijos“ terminas, kilmę, medija, būdama viduryje tarp jos tarpininkaujamų dalykų, sudaro jų bendramatiškumo, kitaip tariant, susikalbėjimo (komunikavimo) ir bendrystės (komunijos) galimybės sąlygas. Medijos, kaip komunikaciją užtikrinančios terpės, efektyvumą lemia tai, kad ji, suteikdama bendraujančioms pusėms galimybę keistis turiniais, pati šių turinių neiškreipia (tarkime, juos kupiūruodama, papildydama ar modifikuodama) ir lieka jų atžvilgiu neutrali, „nulinė“.

Šiuo atžvilgiu medija labai panaši į Platono „Timajuje“ minimą eidų priėmėją (*hypodokhē*), kurios samprata davė pradžią aristoteliškajai pirminės materijos koncepcijai: ši eidų priėmėja, kaip teigiama filosofiniame „Timajo“ mite, priimdama išpaudus pati niekada nepasisavina jokio pavidalo, kuris būtų panašus į jos talpinamų daiktų pavidalus (*Tim.* 50b–c)⁷. Kiekviena tobula medija, kaip ir eidų išpaudus priimanti platoniškoji priėmėja, yra, sakytume, materialinė terpė, kurioje „išispaudžia“ ir tarpsta komunikuojamų turinių „formas“.

⁷ Platonas 1995, p. 94: „Ją visuomet būtina vadinti tapačia sau, nes ji niekada neperžengia savo galimybių ribų; visuomet priimdama viską, ji [pati] niekada ir jokiū būdu nepasisavina jokio pavidalo, kuris būtų panašus į jos talpinamų daiktų pavidalus. Ši prigimtis pagal savo esmę yra tokia, kad priima bet kokius išpaudus, judėdama ir keisdama pavidalus, veikiant tiems [daiktams], kurie į ją įeina, todėl atrodo, tartum skirtingu metu ji yra skirtinga, o į ją įeinantys ir iš jos išeinantys daiktai – to, kas amžinai būva, pamėgdžiojimai, išpaudai pagal jo pavyzdžius, išpausti nuostabiu ir nesuvokiamu būdu (...)“.

Taip turėtų būti, jei medija būtų tobula – tobula savuoju neutralumu medijuojamiems turiniams. Šiuolaikinės naujosios medijos, deja, dažniausiai nėra neutralios komunikuojamų turinių ir jais besikeičiančių komunikacijos subjektų, pasakojančių vienas kitam savo naratyvus – savo „mitus“ – atžvilgiu. Užtuot vien neutraliai medijuojamosios komunikuojamą žinią, šiuolaikinės medijos dėl pačios technologinės savo prigimties ir paties savo funkcionavimo būdo pačios virsta *žinia*, kaip dar 1967-aisiais taikliai įvardijo Herbertas Marshallas McLuhanas⁸. Ši medijų „žinia“ – tai iš pačios medijos, kaip terpės, prigimties kylantis autonomiškas turinys, neretai užgožiantis, neutralizuojantis ar iškreipiantis tuos konkrečius turinius, kuriuos ji privalėtų neutraliai medijuoti. Svarbu pabrėžti, kad naujosios medijos autonomiška „žinia“ virsta ne atsitiktinai, o dėl pačios technologinės savo prigimties ir paties savo funkcionavimo nekritiškai jomis besinaudojančioje visuomenėje būdo.

Beje, būtina atkreipti dėmesį į tai, kad McLuhanas, kalbėdamas apie mediją kaip *žinią*, anglišką žodį, reiškiantį „žinią“ (*message*), pakeičia panašiai skambančiu žodžiu *massage*, be kita ko, turėdamas galvoje tai, kad medijų žinia „masažuoja“ (formuoja ir transformuoja) medijų vartotojo sąmonę lyg kokią minkštą masę – molį ar vašką, nors kaip tik pačiai medijai derėtų būti tokia plastiška, lengvai minkoma mase.

Medija, pavirtusi žinia, nepriklausoma nuo kitų jos terpėje komunikuojamų konkrečių žinių, pradeda reikštis kaip *naujasis mitas*. Šis mitas – tai naratyvas apie nelygstamą, neginčijamą, tartum savaimę suprantamą ir niekada kritiškai neužklauiamą naujųjų medijų ir informacinių technologijų svarbą paskiram žmogui ir visai visuomenei. Turint galvoje, kad šiuolaikinės informacinės technologijos ir jomis grįstos naujosios medijos formuoja priešakinį mokslo ir technikos pažangos frontą, nesunku suvokti, kad ir minėtas medijų svarbos mitas tėra senesnio technikos bei ją plėtojančios visuomenės pažangos mito, sudarančio modernybės naratyvo šerdį, tąsa.

Itin simptomiška tai, kad medijų svarbos mitą pasakoja dažniausiai ne tie, kurie norėtų tik šiaip naudotis naujosiomis medijomis, komunikodami medijų terpėje tam tikrus konkrečius savo turinius, konkrečias savo žinias, o patys naujųjų medijų kūrėjai, iš medijų uždirbantys verslininkai ir įvairaus profilio medijų darbuotojai – žiniasklaidos ir viešųjų ryšių atstovai, įvaizdžio kūrėjai, viešosios nuomonės formuotojai, politiniai technologai. Naujosiomis medijomis grįstas šiuolaikinis menas – tai dar vienas medijų mito vaisius.

Naujosios medijos – tai šiuolaikiniai, naujausiomis informacinėmis technologijomis besiremiantys *masinės* informacijos priemonių (*mass media*) pavidalai, suteikiantys technologiškai pažangią komunikavimo terpę kiekvienam, o ypač *masiniam* vartotojui. Medijų svarbos mitas, pasakojamas susireikšminusių politikų, politinių technologų, viešųjų ryšių ir pramogų verslo atstovų, viešosios nuomonės formuotojų ir socialinių tinklų „žvaigždžių“, savo socialine galia besipuikuojančių žurnalistų,

⁸ McLuhan 1996 [1967].

įsijautusių į ketvirtosios valdžios atstovų vaidmenį, avangardinių menininkų, eksperimentuojančių su naujosiomis medijomis kaip naujomis meninės raiškos terpėmis, skamba ypač įtaigiai dėl dviejų pagrindinių priežasčių – nepaprasto techninio masinių medijų efektyvumo, užtikrinančio jų pasiekiamo adresato masiškumą, ir, švelniai tariant, labai vidutinių intelektinių gebėjimų, kuriais pasižymi masinis medijų mito „klausytojas“: šis, nors ir negebėdamas kritiškai įvertinti jam peršamos medijos kaip „žinios“, vis tiek, pasiduodamas medijų diktuojamai madai ir pamėgdžiodamas masinės kultūros dievaičius, siekia „konstruoti“ savo „tapatybę“⁹.

Daugelis šiuolaikinės visuomenės problemų kyla – arba negali būti tinkamai sprendžiamos – dėl medijų mito klausytojui įpiršto tikėjimo, kad visos ar beveik visos šiuolaikinio pasaulio, o kartu ir pačios visuomenės bei kiekvieno paskiro žmogaus problemos savo prigimtimi yra technologinės ir todėl gali būti išspręstos vien technologinėmis priemonėmis, pasiūlius vieną ar kitą techninį sprendimą – ne tik tokį sprendimą, kuris būtų techninis siaurai suprantamos technikos (technologijų) prasme, bet ir šiaip formalų, procedūrinį, rutininį ar mechaninį, kitaip tariant, nuasmenintą ir nužmogintą sprendimą. Būtent tikėjimas, kad technologijos yra efektyvios ne tik gamtamokslio ir mokslo rezultatais grįstos masinės gamybos srityje, bet ir socialinėje, politinėje bei kultūrinėje srityse, maitina masių tikėjimą, jog daugelis sudėtingų žmogiškosios tikrovės problemų gali būti lengvai išspręstos formaliomis techninėmis, procedūrinėmis bei vadybinėmis priemonėmis, tik svarbu sužinoti – lyg kokią magišką formulę – tinkamą techninį atitinkamos problemos sprendimo receptą.

Manymas, kad žmogiškosios tikrovės problemų sprendimai galėtų būti ne techniniai, o konceptualūs, kitaip tariant, labai nelengvi, neformalūs ir nerutininiai – tarkime, vertybiniai, kultūriniai, filosofiniai ar politiniai (pačią politiką suvokiant tradicine, o ne politinių technologijų reikšme), masiniam prekių ir žinių vartotojui regisi įtartinai dėl perdėto komplikuotumo, nemadingo intelektualumo ir politiškai nekorektiškos pretenzijos į elitiškumą.

Verta atkreipti dėmesį ir į tai, kad būtent nekritiškas tikėjimas technologijomis gimdo tokius fenomenus, kaip populizmą ir su juo tiesiogiai susijusias politines technologijas – juk būtent populistai, besiremiantys politikos technologų jiems brangiai parduodamais receptais, siūlo masėms lengvus ir paprastus žmogiškųjų problemų sprendimo būdus: populistų apgaulės nebūtų apskritai įmanomos, jei masių žmogus nebūtų apsvaigęs nuo techninės pažangos rezultatų ir jei nemanytų, kad sudėtingos politinės problemos, kurios giliausia savo prigimtimi yra ne mokslinės, ne techninės ir ne vadybinės, o humanitarinės, gali turėti lengvus technologinius sprendimus. Masių žmogus tiki, jog svarbu tik tinkamai identifikuoti „recepto turėtoją“, o bet kuris politikas populistas visada tvirtins tokį receptą turįs ir, padedamas jam tarnaujančių politikos technologų, nesunkiai įtikins masių žmogų esąs genialus visų problemų sprendėjas.

⁹ Apie tapatybės industrijas tinklaveikos visuomenėje žr. Repšienė; Žukauskienė 2017.

Naujųjų medijų mitas, kurį galima laikyti technologinio mito¹⁰ atmaina, veikia ne tik masinį žmogų, bet ir mokslinio bei meninio elito atstovus. Mūsų laikų menininkai avangardistai eksperimentuoja su naujosiomis medijomis tikėdamiesi, kad bet kuri nauja, anksčiau neišbandyta medija dėl tam tikrų specifinių jos savybių pati savaime garantuos naują meninį efektą. Ankstesnių epochų menininkams kildavusius klausimus, *ką* vaizduoti ir *kaip* vaizduoti pakeičia klausimas, *kokioje terpėje* vaizduoti (ar kurti meninį konceptą, atlikti performansą).

Meninis eksperimentavimas su naujosiomis medijomis pranoksta vien paprastą naujų meninės raiškos priemonių paiešką – jis transformuojasi į kūrėjo pretenziją pačiu beveik dieviškos meninės kūrybos aktu steigti naują tikrovę – alternatyvią tikrovę tokioje technologinėje terpėje, kokios nerastume įprastoje tikrovėje. Menininkai, remdamiesi „hibridinės“ meninės kūrybos, visiškai priklausančios nuo naujaisių gamtotyros, ypač biologijos ir fizikos, rezultatų, samprata, kaip radikaliausią kūrybinės transgresijos formą kultivuoja arbitralų naujų hibridinių gyvybės pavidalų konstravimą nenatūraliose hibridinėse terpėse, ne tik prisidengdami apeliavimu į laisvą meninę kūrybą ir menininko saviraiškos laisvę, bet ir pačią gyvybės šventumo idėją atmesdami kaip mūsų laikais esą jau neaktualios humanistinės etikos atgyveną.

Savo ruožtu meno avangardą konceptualiai aptarnaujantys filosofai tokio meno apraiškas rimtai analizuoja lyg tikrovę, kuri būtų lygiavertė įprastai gamtinei bei žmogiškajai tikrovei, menininkų neįprastose medijose sukonstruotus objektus ir fenomenus svarstydami taip, lyg šie atvertų giliausius egzistencijos slėpinius, kurie nežinia kodėl neišryškėja ezoterinės avangardinio meno zonos užribyje – įprastose gamtoje, įprastame žmogaus pasaulyje, o svarbiausia – natūraliose ir kasdienėse terpėse.

Galime teigti, kad naujųjų medijų mitas perauga į naujos tikrovės, sukonstruotos paties žmogaus, mitą – mitą, prieš kurį beviltiškai nublanksta net senovės graikų mitas apie titaną Prometėją, pavogusį iš dievų ugnį ir atnešusį ją mirtingiesiems. Tai radikaliausia pažangos mito forma, šiuolaikiniame pasaulyje įsitvirtinanti – nepaisant postmodernizmo, o galbūt iš dalies būtent dėl jo įtakos – kaip radikaliausias ir pretenzingiausias *Didysis Pasakojimas*, arba, kitaip tariant, *Didysis Mitas*, nes pirminė žodžio „mitas“ reikšmė ir yra būtent pasakojimas, naratyvas.

Jau teigėme, kad tobula medija reiškiasi kaip materija to turinio, kurį galėtume įsivaizduoti kaip materijoje įsispaudžiančią formą, atžvilgiu. Naujosios medijos, tapusios radikaliausios „žinios“ bei radikaliausio mito įsikūnijimu, pačios virsta tuo, ką galėtume pavadinti *parazitiniu turiniu* ir *parazitine forma*, nustelbiančia ar iškreipiančia visus kitus komunikuojamus turinius ir į terpę projektuojamas formas, kurias – kaip įspaudus – privalėtų priimti kiekviena normali medija, pasižyminti pirminės materijos savybėmis. Būtent todėl, kai mūsų dienomis ieškoma kokio nors

¹⁰ Pastarasis terminas – Arvydo Šliogerio; žr. Šliogeris 2005, T. 2: *Pakeliui į Esmą*, p. 243–380.

sprendimo – nesvarbu, politinio, socialinio, kultūrinio ar meninio, dažniausiai manoma, kad turiningas, neformalus iškilusios problemos sprendimas net nebūtinai: esą visada įmanoma rasti *formalų* sprendimą, apeliuojant į būtinybę surasti tokią *mediją*, kurioje tas sprendimas atsiskleistų kaip savaime aiškus ir net trivialus.

Jei tokią nuostatą suformuluotume kaip lakonišką *motto*, šis skambėtų maždaug taip: „Jei turite problemą, raskite terpę, kurioje ši problema jau neatrodytų kaip problema“. Nesunku įžvelgti, jog ši praktinio veikimo gairė – tai gairė eskapistui alkoholikui ar narkomanui.

Kitaip tariant, remiantis šia nuostata, jokių fundamentalių, esminių, sunkiai sprendžiamų problemų pasaulyje apskritai nėra – nebent tai būtų tinkamos medijos, kurioje bet kuri žmogui ar visuomenei iškilusi konkreti problema atsiskleistų kaip banali ir kuo lengviausiai išsprendžiama pseudoproblema (o galbūt – tiesiog kaip problemos iliuzija), identifikavimo ar arbitralaus sukonstravimo problema. Vadinasi, naujosios medijos, užuot, kaip derėtų kiekvienai tobulai medijai, išlikdamos *materialia* terpe, medijuojančia turiningo įvairių problemų sprendimo *formas*, tampa *universalia formalus – formalistinio – požiūrio į visas išskylančias problemas terpe*, kurioje jokios rimtos problemos arba apskritai negali būti iškeliamos, arba jos iškeliamos, bet nematomos, arba iškeliamos ir matomos, bet iš esmės ignoruojamos, nes kiekvieno problemos sprendimo formalistiškai ieškoma tik pačios medijos galimybių lauke.

Medijų mitas mūsų dienomis reiškiasi dar vienu pavidalu – *būtinybės nuolat kurti vis naujas medijas mitu*. Nesunku įspėti, kad šis mitinis naratyvas labiausiai eskaluojamas būtent pačioje naujųjų medijų terpėje, tarsi bandančioje save pateisinti apeliavimu ne į konkrečius medijuojamus turinius, o į medialumą patį savaime. Jei medijos stokoja nebanalaus išorinio turinio, nesusijusio su pačia medijavimo terpe, jos gręžiasi į save ir pradeda plėtoti nesibaigiantį diskursą apie save – ne tik apie savo praeitį ir dabartį, bet ir apie savo ateitį: vienintele medijose svarstoma rimta tema tampa klausimas apie dar neatrastas ar nesukurtas medijas.

Kai devynioliktame šimtametyje Amerikoje buvo nutiesta pirmoji telegrafo linija, buvo juokaujama, kad ryšio kanalas jau yra – svarbu tik, kad būtų šio ryšio vertų žinių. Šis pašmaikštavimas kaip niekad aktualus mūsų laikais, kai informacinių technologijų bei naujųjų medijų kūrimas tampa savitiksliu dalyku, o dažniausia ar net vienintele tema tampa pačios technologijos ir medijos.

Pasakant kiek kitaip: svarbi tampa ne *turinga* informacija, o tik *formalūs* jos perdavimo būdai bei terpės.

Arba dar kitaip, konkrečiau ir kasdieniškiau: jei kalbi išmaniuoju telefonu, kalbi tik apie tai, kaip galėtum įsigyti dar išmanesnę...

Išsaugoti ir mitus, ir medijas, jais nepiktnaudžiaujant: vietoj išvadų

Svarstydami apie mito „medialumą“ ir analizuodami mitą kaip mediją, akcentavome pozityvius mito aspektus, o analizuodami medijas kaip mitą ir kalbėdami apie medijų „mitiškumą“, priešingai, siekėme atkreipti dėmesį į negatyvius medijų bruožus.

Tad galima būtų paklausti: jei mitą laikome labiau teigiamu nei neigiamu fenomenu, kodėl, mums žvelgiant pro mito (esą labiau teigiamo dalyko) prizmę, atsiskleidė būtent negatyvieji medijų bruožai, ir, kita vertus, jei medijas laikome labiau neigiamu nei teigiamu fenomenu, kodėl, žvelgiant pro medijų (esą labiau neigiamo dalyko) optiką, atsiskleidė veikiau pozityvieji mito aspektai?

Šią analizės strategiją pasirinkome sąmoningai, siekdami ne tik atskleisti dialektines minėtų dviejų fenomenų – mito fenomeno ir medijų fenomeno – sąsajas, bet ir parodyti, kad šiuolaikinio žmogaus kritika, adresuojama mitui, ir perdėtas žavėjimasis medijomis, jei tik šią kritiką ir šį žavėjimąsi nuosekliai apmąstome kartu, jų sąsajoje – kaip logiškai susietas tendencijas, atsiveria kaip didžiai prieštaringi bei racionali protu sunkiai paaiškinami. Pateiktąją analizę nesiekėme išaukštinti mito ir nuvainikuoti medijų, o tik pabandėme, kiek įmanoma, reabilituoti mitą, kuris mūsų laikais yra perdėm nuvertintas, ir atkreipti dėmesį į kai kuriuos medijų fenomeno keliamus pavojus.

Iš tiesų abu šie fenomenai – mito fenomenas ir medijų fenomenas – turi tiek teigiamų, tiek neigiamų bruožų: nė vienas iš šių fenomenų savaime nėra nei gėris, nei blogis. Medijos, jei tik jos naudojamos tinkamai ir saikingai, gali suteikti daug naudos ir paskiriems jų vartotojams, ir visai visuomenei. Savo ruožtu ir mitai, jei tik jie perskaitomi nekritiškai ir nekūrybingai, gali reikštis kaip pasenusių prietarų bei archajiškų minties precedentų ratais užciklinto mąstymo stichija.

Deja, šiuolaikinis žmogus stokoja kritiško ir subalansuoto požiūrio tiek į mitą, tiek į medijas – užuot matęs visuminį abiem šiems fenomenams būdingų privalumų bei trūkumų vaizdą, jis labiau linkęs išvelgti neigiamus mito aspektus ir nepamatyti to, kas negatyvu medijų fenomeno prigimtyje.

Akivaizdu, kad apie mito ir medijų privalumus bei trūkumus būtų galima svarstyti skyriumi, šių abiejų fenomenų niekaip nesusiejant. Vis dėlto, atsižvelgiant į mito „medialumą“ ir medijų „mitiškumą“, ir suvokiant medijoms būdingų elementų išskverbimą į mito fenomeno branduolį, o mito elementų – į medijų fenomeno branduolį, tampa aišku, kad abiejų šių fenomenų su visais jų privalumais bei trūkumais prigimtis geriau išryškėja, mitą ir medijas konceptualiai susiejant ir žvelgiant į kiekvieną iš jų pro kito prizmę. Būtent dėl to abu šiuos fenomenus, mūsų požiūriu, ir dera apmąstyti kartu – pati jų sąsaja leidžia geriau suvokti ne tik dialektinius mito ir medijų ryšius, bet ir kiekvieno iš jų prigimtį: mito fenomeno prigimtis geriau atsi-

skleidžia žvelgiant pro medijų fenomeno optiką, o medijų fenomeno prigimtis – pro mito fenomeno prizmę.

Plėtodami medijų mito – naujausios technologijų mito atmainos – kritiką bandėme parodyti, kad atidesnis žvilgsnis į mito fenomeną leidžia suvokti, jog ir pats mitas – ne vienas ar kitas konkretus mitas, o mitas apskritai – veikia kaip tam tikra medija ar bent turi medijai būdingų bruožų. Išryškindami pozityvius mito fenomeno aspektus, atsiveriančius žvelgiant pro medijų fenomeno prizmę, ir negatyvius medijų fenomeno aspektus, atsiskleidžiančius žvelgiant pro mito fenomeno optiką, taip pat ne kartą akcentuodami mito „medialumą“ ir medijų „mitiškumą“, siekėme kritiškai pažvelgti į nereflektuotą šiuolaikinio žmogaus požiūrį, kad mitą – bet kokį mitą, mitą apskritai – dera laikyti archajiška atgyvena ir sieti su praeitimi, o medijas, priešingai, sieti su pažangia dabartimi ir ateitimi.

Tad *pirmoji mūsų tyrimo išvada* yra ta, kad mito ir medijų fenomenai yra didžiai priešaringi ir dialektiškai susipynę: viena vertus, suvokę mitą kaip terpę, kaip tam tikrą mediją, ir išvelgę šios terpės privalumus, į patį mito fenomeną galime žvelgti pozityviau, be scientistinės paniekos mitui, mitinei sąmonei ir mitinei vaizduotei, o kita vertus – suvokę mito elementų įsiskverbimą į pačią medijų fenomeno šerdį ir įsisąmoninę šio įsiskverbimo keliamus pavojus, galime aiškiai pamatyti, koks naivus yra perdėtas pasitikėjimas informacinėmis technologijomis ir naujosiomis medijomis. Atsižvelgiant į tai, kad ir mitai, ir medijos pačioje savo prigimtyje turi tiek inherentinių privalumų, tiek trūkumų, mitus ir medijas jungiančių dialektinių sąsajų atskleidimas, žvelgiant į kiekvieną iš šių fenomenų pro kito prizmę, padeda išryškinti tai, kas geriausia tiek mito, tiek medijų prigimtyje, sykiu aiškiai suvokiant ir mito, ir medijų keliamus pavojus. Mūsų įsitikinimu, bet kokia pažangos vizija, kurioje medijoms, ypač naujosioms, tenka svarbus vaidmuo, privalo atsižvelgti į reliktinius mito inkliuzus pačiame medijų fenomeno branduolyje.

Antroji tyrimo išvada ta, kad mitas yra be galo svarbus ir medijoms, ir pačiam jomis grįstai pažangai – tiek technologinei, tiek visuomeninei: vienpusiškai suvokiamos pažangos ir „pažangios“ ateities labai numarinę mitą, esą atstovaujantį tik „nepažangiai“ praeičiai, mes neišvengiamai numarintume ir pačias medijas, nes medijų, kaip terpės, vitališkumą gaivina būtent mito, kuris pats yra terpė, gaivalas.

Paradoksalu tai, kad būtent tas pats gaivalas – mito gaivalas, kuris, kaip parodėme, būdamas įsiskverbęs į patį medijų fenomeno branduolį, daugiausia ir lemia medijų keliamus pavojus, kartu yra ir svarbiausias paties medijų gyvastingumo šaltinis.

Tad vienintelė šiuolaikiniam žmogui liekanti išeitis – išsaugoti ir mitus, ir medijas, bet jais nepiktnaudžiauti. Neatsitiktinai būtent mituose, ypač senovės graikų, daugiausia ir kalbama apie saiko svarbą.

Literatūra

- Aristotle. 2013. *Poetics*. A new translation by Anthony Kenny. Oxford: Oxford University Press.
- Carey, C. 1981. *A Commentary on Five Odes of Pindar: Pythian 2, Pythian 9, Nemean 1, Nemean 7, Isthmian 8*. New York: Arno Press.
- Glare, P. G. W. (ed.). 2016 [2012]. *Oxford Latin Dictionary*. Second edition reprinted with corrections. Oxford: Oxford University Press.
- Hornblower, S.; Spawforth, A.; Eidinow, E. (eds.). 2012. *The Oxford Classical Dictionary*. Fourth edition. Oxford: Oxford University Press.
- Jones, L. (ed. in chief). 2005. *Encyclopedia of Religion*. Second edition. 15 Vls. Farmington Hills, MI: Thomson Gale.
- Liddell, H. G.; Scott, R.; Jones, Sir H. S. (eds.). 1996 [1940]. *A Greek-English Lexicon*. With revised Supplement. Ninth edition. Oxford: Clarendon Press.
- Macey, D. 2000. *The Penguin Dictionary of Critical Theory*. London: Penguin Books.
- McLuhan, M. 1962. *Understanding Media: The Extensions of Man*. London: Routledge @ Kegan Paul.
- McLuhan, M. 1996 [1967]. *The Medium is the Massage*. San Francisco: Hardwired.
- McLuhan, M. 1997 [1968]. *War and Peace in the Global Village*. San Francisco: Hardwired.
- Platonas. 1995. *Timajas. Kritijas*. Iš graikų kalbos vertė, įvadą ir paaiškinimus parašė Naglis Kardeelis. Vilnius: Aidai.
- Repšienė, R.; Žukauskienė, O. (sud.). 2017. *Kultūra tinklaveikos visuomenėje: tapatybės industrija*. Vilnius: Lietuvos kultūros tyrimų institutas.
- Šliogeris, A. 2005. *Niekis ir Esmas*. 2 tomai. Vilnius: Apostrofa.

Myths as a Medium and the Media as Myths: A Few Philosophical Considerations

Summary

Keywords: myth, media, information technology, technological progress, the dialectic of myth and media

The article draws attention to some similarities between the phenomenon of myth and the phenomenon of media. These similarities are elucidated by way of viewing the phenomenon of myth through the lens of the phenomenon of media and, vice versa, the phenomenon of media through the lens of the phenomenon of myth.

The author seeks for the reasons to discard the popular opinion (the popular “myth”, so to say) that relates myth as such to the past and the media – to the future and the trendy present. It is shown that, in the opposite sense, myths themselves might be viewed as a form of media and, on the other hand, there is reason to consider the media in terms of myth.

The author acknowledges that myth and the media have both positive and negative features, yet, in this case, he ventures to emphasize the positive aspects of myth and the negative aspects of media in order to conceptually counteract the contemporary trend to view myth strictly negatively, as a relic of the past, and associate it with the outgrown modes of consciousness and imagination, and, conversely, to consider the media, especially the new media, in positive terms, as a factor conducive to technological and societal progress.

It is argued that those features of myth that show its affinity to the media are precisely the features that help us to appreciate the positive aspects of myth. On the other hand, it is argued that those features of the phenomenon of media that show its affinity to the phenomenon of myth are the features that help us to disclose the negative aspects of media.

Yet it is also argued that precisely the inclusions of myth in the very nucleus of the phenomenon of media ensures the vitality of this phenomenon, for the myth of technological progress and endless innovation is the very force that drives this progress and fuels our fascination with the new media and technology as such. Therefore, in the author's opinion, to kill myth in the name of technological progress – especially for the sake of new forms of media that appear as a consequence of innovations in the field of information technology – would be tantamount to the killing of the spirit of technological progress and the phenomenon of media itself.

All we need is to clearly discern the mutual dialectical interpenetration of these two phenomena – the phenomenon of myth and the phenomenon of media – and to ensure that we have enough wisdom and courage to save for the future both myth and the media, appreciating and employing for the benefit of humanity their positive aspects, yet also having in mind and guarding against the potential dangers related to each of these two phenomena.