

# Vizualinis religingumas kibernetinėje erdvėje

MINDAUGAS BRIEDIS

Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Humanitarinis institutas, Filosofijos ir politologijos katedra, Saulėtekio al. 11, LT-10223 Vilnius  
El. paštas: mindaugas.briedis@hi.vgtu.lt

---

Straipsnyje apžvelgiamas ir apibendrinamas modernių technologijų poveikis religinio diskurso transformacijoms pereinant nuo verbalinės mediacijos ir meditacijos prie interaktyvių garso ir vaizdo reprezentacijų įvairovės. Ne mažiau įdomu bei svarbu ir tai, kaip pasaulietinės medijos panaudoja ilgaamžės religinės komunikacijos tradicijos pasiekimus. Šios problemos analizuojamos per mito ir ritualo sąvokų prizmę. Siekiami iškeltų tikslų, pirmiausia turime apibrėžti bendruosius komunikacijos, religingumo, mito bei ritualo bruožus. Straipsnyje teigiama, kad nors įvairios medijų teikiamos galimybės praplečia religinės žinios komunikacijos horizontą, pačios medijos nebėra neutralios religinės žinios atžvilgiu ir veikiau ją aktyviai formuoja, nei neutraliai transliuoja. „Funkcionalistinė“ religijos samprata leidžia kalbėti apie kvazireliginių jausmų ir bendruomenių kūrimą bei palaikymą naujosiomis medijomis. Nagrinėjamos problemos straipsnyje iliustruojamos pavyzdžiais iš televizijos ir interneto.

**Raktažodžiai:** medija, komunikacija, religingumas, funkcionalistinė religijos samprata, televizija, internetas

---

## ĮVADAS: MEDIJA IR RELIGIJA

Žmonijos kultūros istorija yra nužymėta mitų ir ritualų pėdsakų bei nuolatinės dominuojančių religinių sistemų prasmių perteikimo kaitos. Tai nestebina, nes, pasak A. Sverdiolo, religija yra prasmių visuma, tačiau ypatinga tuo, kad pasižymi iššūkio struktūra (Sverdiolas 2003: 229). Ši *iššūkio struktūra* tokia daugiasluoksni, jog apima ne tik asmeninę apsisprendimo ir tikėjimo erdvę, bet veikia ir gyvenamąją bei kultūrinę tikrovės dimensiją.

Sakralios pasaulio *Pradžios* bei Tikrovės „anapus“ tikrovės mitologinės versijos komunikotos visose kultūrose, o ritualinės erdvės skleidėsi nuo primityvios olų tapybos iki monumentaliosios architektūros šedevrų. Neišsenkamas religijos komunikavimo ir medijavimo galimybes pabrėžė ir modernus religijos filosofas P. Tillichas, teigęs, kad „visa būtyje gali simbolizuoti Dievą“ (Tillich 1959: 61).

Nors teoriškai religinis diskursas privilegijavo verbalines priemones (tekstus, pamokslus ir pan.) kaip pagrindinį religinės žinios perteikimo mediumą, tačiau praktikoje nuo pat kultūros ištakų buvo diegiamos ir kitos religingumo reprezentacijos formos. Muzika, šokis, vaizdiniai, ritualai, drama ištaisais kultūriniais sluoksniais nuklojo verbalinį medijavimą kaip religinio diskurso fundamentą. Tačiau kartu su sprogstamuoju elektroninės vizualinės komunikacijos gimimu ateina iki tol neregėti mito ir ritualo įkūnijimo pokyčiai televizijos ir kitos modernios medijos dėka.

Religinės kalbėsenos (kaip ir bet kurios kitos) raida ypač suintensyvėjo modernių technologijų eroje. Tačiau medijų sklaida rodo, kad jos nelaikytinos vien tobulesnėmis technologinėmis priemonėmis perkeliant informaciją iš vieno tikrovės ar visuomenės segmento į kitą

bei išplečiant visa ko reprezentavimo ir interpretavimo galimybes; jos pačios aktyviai formuoja kultūrinę ir socialinę aplinką. Taigi užuot kuo suprantamiau pateikusias žinia, jos tapo paties supratimo sąlyga, išskėlusios iki tol negirdėtą filosofijos istorijoje klausimą: „ar įmanoma suvokti tikrovę be ekrano vaizdų?“ (Kačerauskas 2008: 19).

Šiuolaikinės medijos įvairovė – meniniai ir dokumentiniai filmai (riba tarp kurių nuolat blunka), televizijos programos, vaizdo instaliacijos, fotografijos „performancai“ ir muzika – nebėra tik informacijos „nukrovimo“ ir įsisavinimo priemonės. Veikiau tai garso ir vaizdo patirtys, kurių pobūdžiui, juslinei struktūrai ir socialiniams bruožams būtina įdėmi estetinė analizė, kai vertė emociniais rodikliais matuojama ne mažiau nei intelektualiniais.

## ELEKTRONINĖ TRADICINĖS RITUALINĖS ERDVĖS IR LAIKO TRANSFORMACIJA. TELEVIZIJA

Pasak medijų tyrėjo G. Goethalso, „bet kuri komunikacija susideda iš mažiausiai dviejų rudi-mentinių aspektų, kurie palaiko komunikacijos proceso įtampą, – tai informacijos perdavimas ir ritualinis prisijungimas prie „bendruomenės““ (Goethals 2006: 257). Abu šie dalykai į kultūrą ateina iš religinių kontekstų. Kita vertus, tai reiškia, kad religinei medijai galioja tie patys dėsningumai kaip ir bet kuriai kitai medijai, provokuojančiai: 1) emocijas (šiuo atveju – „religines“), prikaustančias dėmesį prie *tam tikrų* temų<sup>1</sup>; 2) asmeninio kreipimosi ir dialoginio santykio pojūtį; 3) bendrumo su kitais (bendruomenė) ar Kitu (Dievas) pojūtį<sup>2</sup>.

Tuo tarpu bet kuriam ritualui ar mitui galioja šie reikalavimai:

1) specifiskai nužymėta erdvėlaikio zona; 2) dinamiškas asmenų įsitraukimas į masinius įvykius; 3) bendruomenės formavimasis, kurį nulemia dalyvavimas tam tikrose laikinėse ir erdvinėse zonose; 4) individų, priimančių mitą ir dalyvaujančių ritualė, „dvasinio“ atsinaujinimo patirtis.

*Mitui bei ritualui keliami reikalavimai, taip pat įvairias medijas nusakantys bruožai gali ir jau kuris laikas sėkmingai koegzistuoja, abipusiai veikdami ir palaikydami vienas kitą.*

Dar iki pasaulį (tikrovę) apjuosiant internetiniam tinklui, ankstesnės elektroninės medijos priemonės, visų pirma radijas, o vėliau ir televizija, pademonstravo, kad veikiau iš prigimties uždari tradicinių bei religinių ritualų laikas ir erdvė gali būti išplėsti, transformuoti bei ekstrapoliuoti kultūriškai ir individualiai. XX a. medijų dėka, būdami įvairiose laiko juostose ir geografiniuose regionuose, žmonės įgavo galimybę *dalyvauti* ekstreordinariame ritualo laike ir erdvėje. Radijo bangos bei teleekranai vietoje pernelyg asmeninės, neobjektyvios ir neretai perdėm skurdžios individualios vaizduotės suteikė „buvimo ten pat“ patirtį. Pats šių įvykių suvokimas, jų sukeltas džiaugsmas ar skausmas daugiausia priklauso nuo masinių informacijos priemonių sutelktos bendruomenės, kartu gedinčios ar šlovinančios palinkus prie TV transliuojamų vaizdinių, reprezentuojančių valstybinės ar net pasaulinės reikšmės įvykius. Taip sąvokai „bendraminčiai“ suteikiama nauja prasmė (Goethals 1981).

Modernios medijos, visų pirma televizija, perpratusios religijos *status quo* ir sklaidos subtilybes, palaipsniui pradėjo atitinkamai pateikti „valstybinių“ įvykių transliacijas, transformuodamos šiuos pasaulietinius įvykius į kvazireliginius ritualus. Pažymėtina, kad tokie ritualai seniai peržengė nacionalinių interesų ribas ir tikrąja to žodžio prasme tapo *pasaulinės*

<sup>1</sup> Tokias „religines“ temas nuodugnai analizavo religijos fenomenologai, pavyzdžiui, R. Otto (1923), M. Eliade (1957) ir kiti.

<sup>2</sup> Bendrumo ir panašių „religinių“ potyrių kritiką kaip *tarsi (as if)* tipo propozicijas išsamiai analizavau kitur (Briedis 2008).

reikšmės įvykiais, tai yra televizija suteikė progą naujo tipo pilgrimystei: akimirksniu (ir nebrangiai) viso pasaulio austruoliai persikelia į sakralizuotą tam tikros įvykių serijos išplėstinės šventės erdvę ir laiką, visai kaip viduramžių karnavalų metu (Бахтин 1990). Ypač nusisekė, tobuli ar kaip tik itin netikėtai pakrypę įvykiai (tiksliau, jų transliacijos) apaugo legendomis ir herojine simbolika (pavyzdžiui, garsiausios XX a. bokso kovos ar „netikėtas“ pop žvaigždžių apsinuoginimas koncerto milijoninei auditorijai metu). Niekas kitas Naujaisiais laikais netapo tokiu bendruoju vardikliu, jokios politinės, etinės, poetinės ar pasaulinę taiką skelbiančios idėjos taip nesuvienijo ir kartu nesulygino žmonių kaip televizijos ritualizuotos sportinės, muzikinės, vaidybinės, politinės ir panašios „bakchanalijos“, savo bendrumu pranokstančios ir garsiąsias Naujųjų laikų revoliucijas. Medijų evoliucija atvedė mus iki pasaulinio informacijos tinklo.

Skirtingai nuo dar geografiškai identifikuojamų XX a. medijų (TV, radijo ir t. t.) reprezentuotų erdvių ir laiko, internetiniai puslapiai nuolat čėža „tenai“ – kibernetinėje erdvėje, kurios tolesnei analizei naudingiausia pasitelkti *funkcionalistinę* religijos sampratą.

### **FUNKCIONALISTINĖ RELIGIJOS PERSPEKTYVA. INTERNETAS**

*Funkcionalistinė* religijos samprata suteikia plačiausią mitinių ir ritualinių pasaulietinės visuomenės komponentų apibrėžimo bei identifikavimo spektrą. Taigi religiniai ritualai sudaro medijų tyrėjams alternatyvias galimybes stebėti, analizuoti bei aiškinti įvairių tipų įvykius ir procesus, socialinius darinius (Wilson 1982). Tai leidžia, tarkime, internetinių svetainių lankymą vertinti kaip „ritualinius“ veiksmus, net jei duotas laikas, erdvė ar įvykiai tradiciškai nelaikytini „šventais“. Funkcionalistinė perspektyva suteikia galimybę įvertinti kolektyvinių simbolių reikšmę visuomenės formavimuisi ir raidai. Susklausdami transcendentinį ritualo elementą (tai ir yra *funkcionalizmo* esmė), galime išryškinti tam tikrų medijų poveikumą identifikuoti, palaikyti ir skatinti ontologinius ir kasdienius įsitikinimus bei įsipareigojimus. Susitelkdami ties funkcionaliais ritualo elementais, perkeliame svorio ir prasmės centrą nuo teologinio ritualo kaip paslapties ir Tiesos liudijimo-priminimo prie jo galios skatinti bei komunikuoti tam tikras vertybes ir taip puoselėti bendrųjų interesų siejamą bendruomenę.

JAV iškurtos ir palaikomos tradicinį bei modernų religijos supratimą skleidžiančios svetainės pirmiausia yra grafiškai patrauklios ir pritaikytos lengvai navigacijai. Pradėkime nuo netradiciškai į religingumą apeliuojančių puslapių. Pavyzdžiui, anksčiau populiarioje, bet pastaruoju metu neveikiančioje svetainėje „Millennium Matters“ tarp į akis krentančių ikonų aptinkame ir „Dvasią“, kuri „išaiškina daugybę dvasios manifestacijų“. Pasukęs šiuo keliu (paspaudęs) internautas gali pasidalyti su kitais lankytojais bei svetainės ekspertais spalvingomis dvasinėmis patirtimis ir taip pradėti „dvasinę kelionę“. Kitos ikonos ne mažiau iškalbingais pavadinimais – „Regėjimai“ (*Visions*), „Galia“ (*Power*), „Pranašystės“ (*Prophecy*) – pasakoja apie žemę, jos dvasines substancijas, gyvybės perspektyvas, žmogaus eko- galimybes ir atsakomybę bei faktinių planetos raidos procesų „dvasines“ interpretacijas. Galiausiai, svetainė pristato savąjį prekybos centrą, kuris apibūdinamas kaip „kibernetinė senovinio turgus, globalaus kaimo ir kaimynystės dvasios versija“. Čia galime aptikti „gerų dalykų iš gerų rankų geromis kainomis“.

Kitas internetinis puslapis „StarWars.com“, atvira popkultūros išraiška, visų pirma buvo skirtas „Žvaigždžių karų“ serijų mėgėjams, tačiau filme pateikta *religijos filosofija* daugeliui gniaužia kvapą labiau nei specialieji efektai. Nors 1997 m. interviu San Francisko televizijai epopėjos režisierius G. Lucas pripažino, kad „Žvaigždžių karai“ nėra tam tikros religijos liudijimas, tačiau pridūrė, kad šis filmas yra galimybė senąsias mitų ir herojinių epų „paslaptis“

perprasti bei komunikuoti moderniąja kalba. Taigi šis režisierius reprezentuoja ištisą plejadą šiuolaikinės popkultūros autoritetų, kurie paskyrė savo gyvenimą senovinių mitų reinterpretacijai, kad šie „atlieptų šiandieninę problematiką“.

Šios dvi svetainės reprezentuoja vieną funkcionalistinės religijos sampratos dimensiją: komunikuoti ir skatinti mitologinę medžiagą, su kuria vartotojai galėtų egzistenciškai susitapatinti. Dabar trumpai pažvelkime į svetaines, orientuotas į tradicinius religinius įsitikinimus. Kokie įvaizdžiai, mitai ir ritualai ir kaip su jomis yra asocijuojami? Ar šios svetainės atspindi, ar transformuoja, o gal net iškreipia istorines garbinimo formas?

1989 m. Amerikos Biblijos draugija (*American Bible Society*) parengė „Newmedia Bible“ projektą, kuris turėjo įgyvendinti multimedijines bibliinių tekstų transliacijas. Pirmiausia pasirodė kelios kompaktinės plokštelės, kurių viena vadinosi „artimas“ (pagal gerojo samariečio parabolę) ir tapo svetainės pagrindu. Šioje svetainėje galima rasti parabolės ekranizaciją, istorinius aiškinimus bei Biblijos komentatorių straipsnius. Vienas svetainės aktyvistų J. R. Werneris teigė, kad internetas gali tapti autentiška ritualine erdve tik ritualizuotai rečituojant bibliinius judėjų krikščionių tradicijos tekstus, o raktas į (Biblijos) supratimą yra auditorijos pritraukimas vizualių analogijų elementais. Taigi ritualinis elgesys, liturginės praktikos, muzika ir sakralinės aplinkos vaizdiniai gali būti išanalizuoti ir turi būti transformuoti į naujas medijų reprezentacijas. Tačiau ar tokiu atveju „tinklas“ išplečia religinę komunikaciją tų tradicijų atžvilgiu, kurios pabrėžia eucharistinės liturgijos esmiškumą? Ar tos religinės bendruomenės, kurios yra sakramentinės, o ne susitelkusios apie „žodį“ (daugiau katalikiškos nei protestantiškos), gali išnaudoti „tinklo“ teikiamas komunikacijos galimybes?

Iš tiesų yra svetainių, kurios iškelia ir skatina garbinimo formas, griežtai besiremiančias liturgija. Pavyzdžiui, internetinėje svetainėje „Christworld“ iš karto į akis krenta tai, kaip suliejami vizualinis menas ir meditacinės praktikos. Jos autorius F. J. Renderis su kolegomis ilgai rinko ir sistemino religinių Vakarų ir nevakarietišku liaudies bei popkultūros įvaizdžių kolekciją. Dabar šie įvaizdžiai svetainėje pasitelkiami formuojant „natūralų“ maldos ir meditacijos kontekstą, pagrįstą krikščioniškųjų liturginių metų drama ir ritmu. Svetainės piktogramos siūlo atpažinti ir sekti „kryžiaus kelio situacijas“, Jėzaus, Marijos ir kitų Biblijos personažų gyvenimo žingsnius. Kiekvienas žingsnis palydimas tekstais ir (būtinai) vizualiais įvaizdžiais, tarsi kreipiančiais, bet greičiau tiesiog formuojančiais tolesnes duotų temų refleksijas. Pagrindinis tokios ir panašių svetainių bruožas yra kruopščiai iš įvairių meno tradicijų atrinkti religiniai simboliai. Kartu jie pateikiami kaip palydovai, supažindinantys lankytoją su krikščioniškais liturginiais metais, sutelkiantys bei sustiprinantys jo dvasines ir dorines įžvalgas.

Labai panaši į pastarąją svetainę „Christdesert“ išsiskiria tuo, kad čia ypač dažnai ir sudėtingai, net eklektiškai, derinami vizualiniai ir muzikiniai menai. Be kita ko, kviečiama *dalyvauti* (!) liturginėse praktikose, kurių kulminacija, kaip žinia, yra sakramentai. Lankytojai kasdieną gali *stebėti* (!) liturginio kalendoriaus naujienas. Svetainė kupina maldų, giesmių, šventųjų gyvenimų aprašymų bei vienuoliško gyvenimo subtilybių, kurias galima pažinti „Valandų liturgijoje“. Šis puslapis leido benediktinų ordinui pasiekti tikrai plačią tikslinę auditoriją, orientuojant svetainę pradžioje į pasaulietinę sąmonę ir tik palaipsniui ją įtraukiant į vienuoliškas garbinimo struktūras bei kasdienes vienuoliškas praktikas ir t. t. Dabar vienuoliai ne tik pateikia savo liturginę dienotvarkę („Valandų knyga“), bet ir nuolat atnaujina internetinį skriptoriumą.

Pagal *funkcionalistinę* religijos sampratą, traktuodami kolektyvinius mitus kaip socialines grupes organizuojančius principus, galime ir netradicines svetaines, pretenduojančias į religinį turinį, vadinti *religinėmis* bendruomenėmis. Tokios svetainės paprastai sutelkia ben-

draminčius kaip „kibernetines bendruomenes“, pasižyminčias „interaktyviu lojalumu“, bendromis „grafinėmis vertybėmis“ ir jas įkūnijančiomis prekėmis. Tokia religijos samprata pabrėžia socialinės visumos konstravimą, kuri yra išreiškiama tam tikrais naratyvais, herojų bei vaidmenų modeliais. Atsižvelgdami į tokius bendruomenės įsteigimo ypatumus, galime internetinę svetainę identifikuoti kaip „vietą“, kur bendraminčiai gali „susirinkti“, o reguliariems lankytojams svetainė teikia tapatumo bei bendrumo pojūtį. Tačiau klausimas lieka atviras: ar net ir labiausiai įmantrus virtualios tikrovės dizainas gali *visavertiškai* pakeisti *fenomenalių* religinio ritualo tikrovę?

## KIBERRELIGINGUMO KRITIKA IR REABILITACIJA

Nemažai teologų prieštarauja *funktionalistinei* religijos sampratai, ypač jei ji pasitelkiama kaip vienintelis kriterijus, taikomas mitams ir ritualams kuriant internetines svetaines. Pasak šios kritinės pozicijos, nors suinteresuota grupė ir gali būti formuojama bei kreipiama internetinių svetainių, prireiktų gerokai daugiau, kad ji taptų „religine“ bendruomene. Tokia kritika dažnai išsakoma evangelinių grupių, kurios pabrėžia intymų (asmeninių) ryši tarp Dievo, Šventojo Rašto, evangelizacijos procesų ir bendruomenės formavimo.

Nemažai tradicinėms denominacijoms priskiriamų svetainių apskritai nerodo jokio susidomėjimo progresyviomis mito bei ritualo pateikimo formomis. Protestantų tinklalapiai susitelkia ties paprastu (tekstiniu) žodžio skelbimu, todėl daugeliui krikščioniškų grupių „tinklas“ yra tiesiog „žodžio“ sklaidos išplėtimas. Lygiai kaip spausdintinis žodis reformacijos metu, taip ir radijas, televizija bei internetas tiesiog ženkliai pagausino auditoriją, kuriai tapo prieinamas Šventasis Raštas, ir sėkmingai išbarstė dvasinio atsinaujinimo bei atsivertimo sėklas. Tačiau sakramentinių ritualų, individualios dvasinės globos ir palydos dvasinio atsinaujinimo kelyje poreikiai neišsitenka virtualiose erdvėse. Taigi nepriklausomai nuo medio ar technologijos religinės komunikacijos esmė išlieka tradicinė: skelbimas, liudijimas ir tikėjimas.

P. Blonde savo esė, skirtoje religiniam menui, teigia, kad šiuolaikinėms dvasingumo diskusijoms būtina grąžinti pasaulio kaip Dievo dovanos sampratą. Norint pagrįsti tokią sampratą, neišvengiamai būtina išskirti objektyvias, transcendentines materialios tikrovės formas (Blonde 1999). Pavyzdžiui, kalbėdamas apie XX a. meną Blonde pastebi, kad jame stebėtinai daug pastangų atskirti formą nuo pasaulio materialumo, nes taip buvo siekiama solipsistinio subjektyvumo idealų. Šią bendrą Blonde nuostatą galime pritaikyti svarstomos problematikos atžvilgiu bent keliais būdais. Pirma, intensyvus dvasingumo tiražavimas „tinkle“ skatina tikrovės dematerializaciją ir palaiko atsietą, abstraktų įsitraukimą į *fenomenalių* pasaulį. Tarkim, pokalbių svetainėse kuriamas ir palaikomas kibernetinis pasaulis ir jį sudarančios bendruomenės dažniausiai yra „anemiškos“ ir „anonimiškos“. Nors „tinklas“ gali būti laikomas unikaliu ir jau nebepamainomu apsikeitimo informacija šaltiniu, remiantis Blonde, apie ritualinę veiklą internete negali būti nė kalbos jau vien dėl *nekūniškos* „tinklo“ prigimties. Tikroji *ritualinė* patirtis negali apsieiti be judesio, lytėjimo, maldos, giesmės, lamentacijos, garbinimo bei konkrečių gestų konkrečioje liturginėje tvarkoje, kuriamoje realiame laike ir realioje erdvėje.

Antra, minėtiems teologams esmine krikščioniškojo ritualo dalimi išlieka žmogaus *susitikimas* su transcendentine būtimi. Per ritualą Dievas „kalba“ materialios pasaulio substancijos kalba, komunikuodamas ir medijuodamas pamatinę *inkarnacijos paslaptį*. C. Picktock vertinimu, krikščioniškasis ritualas laikytinas dalyvavimo dieviškajame gyvenime dovana (Picktock 1998). Taigi, nors aptartos internetinės svetainės gerai atlieka informacinę funkciją, skatina interaktyvumą, reflektuoja mitus ir ritualines praktikas, pagaliau net sutelkia

bendraminčius „elektroninio pašto“ bendruomenėje, liturgijos apologetai pabrėžia, kad autentiškas ritualas yra priešingas kibernetinės erdvės abstrakcijoms.

Ypač dirbtinai atrodo televizija, kuri tarsi tapo Dievo dovana moderniuose kryžiaus žygiuose. Pavyzdys – B. Grahamo projektas (*Billy Graham Evangelistic Association*), kuriame panaudojamos visos medijos priemonės ir MTV stiliumi taikomos į globalią trisdešimtmečių auditoriją. Šiuose karuose naudojamos visos vizualaus poveikio priemonės: karštos naujienos, juodai baltų ir spalvotų vaizdų kontrastai, šiuolaikinė muzika, interviu, drama ir t. t.

Pagrindinė problema tokiems TV tamplieriams yra jau ne perdavimo kanalas (medija), o pačios religinės žinios konservatyvumas. Dėl eterio įkainių teleevangelija nesiekia politinės ar socialinės tvarkos teisingumo, o nusitaiko į individualistinę laisvai rinkai patrauklią perspektyvą. Taip Bažnyčia vėl priartėja prie rinkos žaidėjo, o ne atsvaros socialiniam neteisingumui statuso. Juk ji disponuoja geriausiu produktu – „amžina palaima“, geriausia kaina – „nemo-kamai“, belieka tai tik patraukliai pateikti. Pasak J. Černevičiūtės, „vartotojiškoje kultūroje tapatumas suprantamas per vartojimo įvaizdį: pasirenkame savo tapatumą iš mūsų pasaulio kaip iš parduotuvės vitrinės. Dar daugiau, tapatumas suprantamas kaip gaminama ir tinkama parduoti prekė įvairioms socialinėms rinkoms“ (Černevičiūtė 2008: 31). Ši sociologinė išvada galioja ir religiniam tapatumui, todėl „nėra abejonių, kad jei Jėzus gyventų dabar su mumis, jis būtų televizijoje“ (Ferre 2008: 86).

Televizija, jei ir nepaverčia, tai bent jau įtraukia religiją į pramogų karuselę. N. Postmanui televizinė religija yra tikrasis autentiškos religinės patirties priešas, nes „forma, kuria perteikiamos idėjos, nulemia, kokias idėjas gausime“ (Postman 1985: 123). Religinės laidos žiūrimos taip pat kaip loterijos ir panašios, tam nereikia specialaus laiko, vietos, aplinkos ir nusiteikimo. Televizija amžina, tuo tarpu religija liudija baigtinumą. Religija tarpsta tyloje, TV – nuolatinis triukšmas. Religinės laidos jau atrodo kaip šou ar puikus fonas sukantis virtuvėje „pusiau dėmesingu“ režimu aplinkai. Negalėdami prarasti auditorijos, programų direktoriai turi laikytis tų pačių televizinių dėsnų, kaip ir kitose laidose, tik tose „kitose laidose“ teikiamos vertybės – grožis, populiarumas, greita sėkmė ir t. t. – neturi nieko bendra su tikru religiniu atsidavimu. Pagaliau, televizija ypač moka įbrukti asmenį, ne mintį, todėl Dievas tarsi subordinuojamas evangelistui. Teleevangelistas turi didesnę poveikį, nes išnaudoja visą televizinę sceną, kai Dievas reiškiasi tik (abejotinoje) galvoje.

Kaip matėme, ne vienas šiuolaikinės religinės medijos kritikas pabrėžė asmeninio dalyvavimo, kūniškumo svarbą krikščioniškam dvasingumui. Buvo nurodomas ir faktas, kad didžioji žmonijos komunikacijos istorijos dalis vis tik buvo oralinė, tai yra pagrįsta asmeniniu įsitraukimu, dialogiškumu, emociniu artumu, bendryste. Šie dalykai dinga iš komunikacijos proceso po dviejų istorinių revoliucijų – spaudos ir elektroninės medijos išradimo. Nors dabartinis informacinis pasaulis ir teikia artumo galimybes, gerokai dažniau jis nuasmenina žmones, suskirstydamas juos į socioekonominius segmentus. Tuomet stilius tampa svarbesniu už turinį, produktyvumas ir efektyvumas – už orumą. Garsus dvasinio antikos palikimo tyrinėtojas P. Hadot kaip dvasinių praktikų pagrindą iškėlė žodinių diskursą (Hadot 1995), taigi oralinis gyvenimas turi išlikti dvasinių praktikų *sine qua non*. Ir tik tuomet jį galima pastiprinti spausdintu ir elektroniniu žodžiu. Taigi spauda ir elektroninė medija yra puikios naujos galimybės krikščioniškam pasauliui, bet tik kaip antriniai informaciniai kanalai.

Tarp pozityvių technologijų poveikio religingumo sklaidai momentų pirmiausia paminėtinas poveikis vaizduotei. Juk refleksijai visada reikia ir tam tikros intelektualinės erdvės, elektroninės medijos atveju – garso kanalo ar vaizdo ekrano. Mažai kam ateina sukrečiančios

mintys žiūrint muilo operas, tačiau jau susidarė ištisa „religinio kino“ (be jokios ironijos) autoritetų plejada (A. Tarkovskis, Larsas von Trieras ir kiti).

Antra, nors technologijos ir yra iš dalies atsakingos, bet kartu jos padeda įveikti „benamystės pojūtį“, labai būdingą šiems apokaliptinių didmiesčių laikams. Universalią benamystės patirtį kasdieną atitolina ekranai, internetinės pokalbių svetainės, „nukraunami“ pasaulinės kultūros ir meno šedevrai, neretai infiltruodami prasmę į kitaip nereikšmingą rutiną – taigi kasdienybę verčia malda. Ekranai, monitoriai, iPod grotuvai gali paversti aplinką familiaria kur bebūtum – nėra svarbu, kur aš *aktualiai* esu, technologijos atpalaiduoja erdvines tapatybes, nes galiu bet kurią vietą transformuoti į ką noriu, pavyzdžiui, į *namus* (bene populiariausia religinė metafora)<sup>3</sup>.

Trečia, per drąsu ir vienpusiška teigti, kad technologijos yra grėsmė žmogui kaip bendruomeninei būtybei. Kai naršome po internetinį puslapį, siunčiame muziką ir matome kitų vartotojų veiksmus, argi mes visiškai vieniši, o gal prisijungiame prie panašių į save? O gal čia matome, kaip labiausiai decentralizuotame amžiuje žmonės atrado būdą kurti bendruomenes? Menas ir religija visada kūrė bendruomenę, tuo tarpu technologijos šiandien esmingai prisideda prie jų sklaidos. Pagal H. G. Gadamerį, menas kviečia dalyvauti (Gadameris 2003), tad buria bendruomenę. Ypač religinis menas egzistuoja anapus siauro utilitarinio funkcionalumo, nesileidžia lengvai integruojamas į kasdienybę, o pats pakviečia mus į kelionę ir suteikia nekasdieniškos patirties.

Nors internetinės duomenų talpyklos vartotojų santykiuose nėra fizinio dalijimosi momento, visada egzistuoja tikros komunikacijos galimybė, lygiai kaip skaitytojai „dalijasi“ mėgstamu rašytoju skaitydami vieni. Šia prasme čia einama toliau už Gadamerį: dalijimasis bendrais religinio meno kūriniais ir jų teikiamais išgyvenimais gali vykti anonimiškai ar net nesąmoningai, o tokia „bendruomenė“ apie save gali net nežinoti. Tačiau, kad sutaukytume religinės medijos kritikus ir šalininkus, neabejotinai reikia dar kai ko – pakilti iš patogių kompiuterinių krėslų, išeiti į viešas miesto erdves, formuoti vietines bendruomenes su bendrais rūpesčiais, o ne vien skoniais, paversti medijuotą į tiesioginį, masinį į vietinį, beasmensį į asmenišką, o komunikaciją į *Komuniją*.

## IŠVADOS

1. Komunikacija yra neatsiejama nuo religijos istorijos. Kita vertus, religinių temų ir simbolių panaudojimas išlieka svarbi masinės vizualinės kultūros dalis. Naujos vaizdinių palaiškymo ir kūrimo technologijos (elektroninė medija) paverčiamos priemonėmis perteikti religines žinias plačiajai visuomenei. Kartu šios žinios yra daugiau nei žinios, tai erdvės, kuriose dvasinio atsinaujinimo ieškantys žmonės atranda bendrumą bei naujas religines praktikas.

2. Tai reiškia, kad religinei medijai galioja tie patys dėsniumai, kaip ir bet kuriai kitai medijai. Iš tiesų mitui bei ritualui keliami reikalavimai, taip pat įvairias medijas nusakantys bruožai gali ir jau kuris laikas sėkmingai koegzistuoja, abipusiai veikia ir palaiko vienas kitą.

3. Šiandien medijose naudojami bet kokie efektyvūs komunikavimo būdai, neatsižvelgiant į tai, kad mediumas gali iškreipti ar net nulemti perduodamą žinią. Pagrindinis tokio metodo rūpestis yra „trukdžių“ pašalinimas, kad žinia būtų kuo geriau girdima. Medija turi savo estetinius ir verslo reikalavimus, todėl jos turinys nulemtas ne religinės žinios ir net ne

<sup>3</sup> Kritikai pasakytų, kad iliuzinis pasaulio prisijaukinimas panaikina jo svarbą ir rimtį ir iš esmės veikia kaip anestetikas, o ne kaip *gydanti galia* (bene antra populiariausia religinė metafora); technologijos kuria idealias sąlygas socialiniam solipsistui.

medijų technologinių ypatumų, bet visuomeninių verslo bei meno konvencijų. Medijos reikalauja konformizmo tam tikriems kodams, o tos patirtys, kurios jų neatlieps, nesiskaitys „religinėmis“.

4. *Funkcionalistinė* religijos samprata suteikia plačiausią mitinių ir ritualinių pasaulietinės visuomenės komponentų apibrėžimo bei identifikavimo spektrą. Pagal funkcionalistinę religijos sampratą, traktuodami kolektyvinius mitus kaip socialines grupes organizuojančius principus, galime ir netradicines religines komunikacijos formas – televizijos laidas ar internetines svetaines, pretenduojančias į religinį turinį, vadinti *religinėmis* bendruomenėmis. Šių religinės medijos formų autoriai išplėtė tradicinės egzegetinės hermeneutikos ribas iki modernųjų technologijų teikiamų galimybių.

Gauta 2009 12 20  
Priimta 2010 01 11

## Literatūra

1. Бахтин, М. М. 1990. *Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и ренессанса*. Москва: Художественная литература.
2. Blonde, P. 1999. "Perception: from modern painting to the vision in Christ", in *Radical Orthodoxy*, eds. J. Milbank, C. Picktock, G. Ward. London: Routledge, 220–242.
3. Briedis, M. 2008. „Teologinės kalbos kontroversijos: kognityvumas ir apreiškimas“, *Santalka* 16(1): 24–36.
4. Černevičiūtė, J. 2008. „Gyvenimo stiliaus stratifikacija, naratyvai ir sukonstruoti tapatumai“, *Filosofija. Sociologija* 19(1): 26–34.
5. Eliade, M. 1957. *The Sacred and the Profane: The Nature of Religion*. Harvest / HBJ Publishers.
6. Ferre, J. P. 2008. "The media of popular piety", in *Mediating Religion: Conversations in Media, Religion and Culture*, eds. J. Mitchell, S. Mariage. Edinburg: T & T Clark Ltd, 83–92.
7. Gadameris, H. G. 2003. *Meno kūrinio ištakos*. Vilnius: Aidai.
8. Goethals, G. 1981. *The TV Ritual: Worship at the Video Altar*. Boston: Beacon.
9. Hadot, P. 1995. *Philosophy as a Way of Life*. Blackwell Publishing.
10. Kačerauskas, T. 2008. „Gyvenimas šiaip ir anapus ekrano“, *Filosofija. Sociologija* 19(1): 18–25.
11. Otto, R. 1923. *The Idea of the Holy*. Oxford University Press.
12. Picktock, C. 1998. *After Writing: On the Liturgical Consummation of Philosophy*. Oxford: Blackwell.
13. Postman, N. 1985. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Viking.
14. Sverdiolas, A. 2003. *Hermeneutinės filosofijos studijos. 2. Aiškinimo ratas*. Vilnius: Strofa.
15. Tillich, P. 1959. *Theology of Culture*. New York: Oxford University Press.
16. Wilson, O. 1982. *Religion in Sociological Perspective*. New York: Oxford University Press.



MINDAUGAS BRIEDIS

## Visual religiousness in the cyberspace

### *Summary*

The article surveys and summarizes the impact of modern technologies on the discourse of religious communication, shifting away from the verbal mediation and meditation to various interactive audio-visual representations. On the other hand, it is equally interesting and important to examine how secular media apply the advantages of the long-lived tradition of religious communication. These problems are approached through the analysis of such notions of religious tradition as myth and ritual, which in turn provoke the question in what ways modern technologies influence the traditional forms of symbolic religious communication. The analysis shows that while modern media open up new horizons for spreading the religious message, its content is strictly subordinated to the general conventions of media practice. Thirdly, the *functionalist* understanding of religion enables us to see how media establish and maintain quasi-religious communities. The theoretical argumentation of the article is abundantly illustrated with examples from the spheres of television and the internet.

**Key words:** media, religiousness, communication, functionalist understanding of religion, television, internet