

Analetyczność w kulturze współczesnej. Przykłady, zasięg i stopień oddziaływania zjawiska

Analethic Quality in Contemporary Culture. Examples, Depth and Degree of Influence

ROMAN BROMBOSZCZ¹

Abstract

The text encompasses phenomena of contemporary culture under analysis of one, main, new category. It introduces a new category which helps understand contemporaneity. The paper starts from reinterpretation of Martin Heidegger's papers. I suggest that Martin Heidegger's theory of truth is very useful and often omitted in logical and metaphysical investigations of empirical school and American thinkers. In the text are enlisted scientists and philosophers who are interested in the truth as important value. The category is elaborated for description of separated technology, sport, religion, mass media, art. In conclusion it proposes full list of basic influences the analethic quality brings.

Keywords: Analethicity, Apocalypticity, Truth, Culture, Technology

Abstrakt

Tekst obejmuje zjawiska kultury współczesnej analizowane poprzez jedną, główną, nową kategorię. Wprowadza nowy termin, która pomaga zrozumieć współczesność. Artykuł rozpoczyna się od reinterpretacji myśli Martina Heideggera. Sugeruję, że teoria prawdy Martina Heideggera jest bardzo użyteczna i często pomijana w logicznych i metafizycznych dociekaniach szkoły empirycznej i u myślicieli amerykańskich. Kategoria została opracowana dla opisu wyodrębnionych: techniki, sportu, religii, mass mediów, sztuki. Na zakończenie proponuje pełną listę podstawowych korzyści i wpływów, jakie zaobserwować można korzystając z jakości analetycznej. Wskazuję na ukryty, podszywający się pod prawdę charakter religii objawionej, która w pewnym stopniu wprowadza do gry nicomość. Mówię o sporcie, który podminowany jest dopingiem, a także o reklamie, która gromadzi informacje o użytkownikach bez ich wiedzy. Aczkolwiek zasadniczym adwersarzem staje się technika wraz z jej rozwiązaniami patentowymi, wadliwymi u zarania i nie podatnymi w sensie legalnym na zmianę, przetworzenie, mods i circuit bending.

Słowa kluczowe: analetyczność, apokaliptyczność, prawda, kultura, technika

¹ Pracownia Badań Intersemiotycznych i Intermedialnych, Uniwersytet Warszawski, Krakowskie Przedmieście 26/28, 00-927 Warszawa, <https://orcid.org/0000-0002-2255-5459>, roman.bromboszcz@gmail.com

Wprowadzenie

W artykule podejmę się zagadnień związanych z wartościami takimi jak prawda i wolność. W szczególności poświęcę uwagę Martinowi Heideggerowi traktując jego dociekania jako zorientowane głównie na problem prawdy lub zagadnienia i zjawiska wprost do niej się odnoszące, takie jak jawność, nieskrytość, otwartość, prześwitywanie. Przyjrzę się tym sprawom, nazywając tę pulę problemów aletycznością.

Na tym tle wprowadzę zarys teorii kultury, gdzie istotną rolę odgrywała będzie kategoria **analetyczność**. Ta kategoria jest oryginalnym nawiązaniem do pojęcia „aletyczny”. O ile zwrot „aletyczny” można tłumaczyć jako „prawdziwy”, ale także, w szczególności w nawiązaniu do pism Heideggera „jawny”, „nieskryty”, o tyle, „analetyczność” będzie antonimem względem tego terminu, wraz z pewną resztą, nadmiarem semantycznym. Chodzi mi o to, że „analetyczność” można tłumaczyć jako „niejawność”, „skrytość”, „zaszyfrowanie”, ale takiego typu, które jednocześnie pozostawia to, co zasłonięte częściowo odkryte i jednocześnie umożliwia penetrację w głąb, w stronę warstw skrywania i odsłaniania.

Zwrot „aletyczny” wywieść można z języka greckiego, odnosząc go do terminu „aletheia”, który obok takich nazw jak: „pragmatikoteta”, „ortoteta” i „prawdba” oznaczają prawdę, materię i rzeczywistość. Termin „aletheia” obecny jest, w sposób intensywny i istotny w pismach Martina Heideggera. Zwrot pojawia się w *Byciu i czasie* (2008) i powiązany zostaje z odkrywaniem oraz nieskrytością, ale nie zyskuje pierwszoplanowego znaczenia. Natomiast w artykułach i rozprawach takich jak „O istocie prawdy” (1999), „O istocie podstawy” (1999), „Czym jest metafizyka?” (1999) odgrywa rolę kluczową. Pojawia się także i pełni ważną ale nie najważniejszą rolę w „Przyczynkach do filozofii”. (1996)

Termin „aletyczny” pojawia się w logikach modalnych jako nazwa modalności obok innych, odnoszących się do konieczności, możliwości, prawdopodobieństwa i faktyczności. Sam fakt, że nazwą tą objęte zostają takie zjawiska, które za kluczowe dla swoich definicji przyjmują pojęcia istnienia i świata prowadzić może do dwojakiemu rodzajowi wniosków. Po pierwsze, że „aletyczny” należałoby rozumieć jako „istniejący w świecie”. Po drugie, że być może kwestia prawdy, pomijając prawdziwość w sensie logicznym, daje się zredukować do problemów związanych z istnieniem.

Nawiasem mówiąc takie rozwiązanie będzie dla wielu autorów, w tym dla Martina Heideggera (1999: 330), ale raczej nie dla Richarda Rortiego (2009: 62-63), sygnałem ostrzegawczym przed pewną formą nihilizmu.

Główną inspiracją do napisania tego artykułu jest istnienie różnych licencji związanych z programami i usługami komputerowymi. W szczególności odnoszę się do tak zwanego oprogramowania *shareware* charakteryzującego się zamkniętym, ukrytym, niedostępnym kodem źródłowym, co oznacza w praktyce, że użytkownicy nie są w stanie zrozumieć, ani zmienić budowy danego produktu, usługi. Samo zasłonięcie czegoś, co z punktu widzenia kultury jest czymś istotnym będę nazywał **enkapsulacją** w nawiązaniu do czynności wykonywanych w ramach programowania. Natomiast hipotetyczną możliwość odsłonięcia treści ukrytych, nawiasem mówiąc, w ramach różnych dziedzin kultury jednocześnie, nazywał będę **apokaliptycznością**, w nawiązaniu do tak zwanej prawdy objawionej, która w tym wypadku może objawić się dzięki wysiłkowi pewnych grup społecznych i za sprawą ich zaangażowania politycznego.

Można przypuszczać, że zwrot „aletheia”, zaczerpnięty z języka greckiego, oznaczający prawdę i rzeczywistość, zbudowany został na bazie negacji w stosunku do części „lethe” lub „letheia”. Można znaleźć sugestie, które przy pewnej interpretacji pomogłyby w ten sposób rozumieć te sprawy. (Heidegger 2008: 42, 45-6) Jeśli rozumieć prawdę jako odkrywanie, odsłanianie, to zarówno zjawisko rozumieć powinno się jako to, co pierwotnie zakryte, ale także fałsz będzie rozumiany jako to, co niejawne. Uwzględniając taki tok myśli, z pewnym nadłożeniem drogi, można oczekiwać, że „aletheia” i aletyczność, to coś, wtórnego, powstającego w drugim rzędzie wobec pierwotnej skrytości, niejawności, zafałszowania.

Wskazany sposób myślenia jest niezwykle atrakcyjny, nietuzinkowy, będę starał się go rozwinąć, ale zgodnie ze słownikami omawiany termin, podobnie jak w języku polskim nazwy takie jak „aliteracja”, „abrewiatura” nie powstał w wyniku zaprzeczenia czemuś, tak jak „atonalny”, „achromatyczny”. Niemniej jednak, po części, w sposób fikcyjny, wykorzystując podobieństwo brzmień, konsonans wewnątrz wyrazów, część „lete” można wprost odnieść do istnienia mitycznej rzeki w Hadesie, która wiązana była z utratą pamięci. Posługując się takim tokiem myślowym wywieść można wniosek, że pojęcie „analetyczny” reprezentuje trzecią czynność, trzecią warstwę, trzeci zestaw technik mające na celu częściowe pozbawienie użytkownika

kompetencji służących do posługiwania się danym artefaktem, danym fragmentem wiedzy.

Na tle omawiania prawdy, kładąc nacisk na rozumienie jej przy pomocy pojęcia „aletyczny” tak jak ją ujmuje Martin Heidegger oraz w odniesieniu do wykorzystania tego pojęcia w logikach modalnych, wprowadzam kategorię „analetyczność” jako swoistą przeciwwagę dla prawdziwości, aczkolwiek nie będzie moim celem utożsamienie jej z fałszem. Możemy go rozumieć jako to, co pierwotnie nieznanne, niejawne lub zapomniane, natomiast analetyczność to sytuacja i stan, w którym ujawnienie zostaje zaprzeczane, odwleczone, ale nie jest niemożliwe.

Martin Heidegger poświęcił wiele miejsca kwestii prawdy, którą nazywał jawnością, otwartością, nieskrytością, prześwitem i innymi nazwami. Myślę, że Martin Heidegger w wątpliwościach odnośnie techniki (1977), chciał przekazać pewien lęk. Ten lęk zwrócony był ku niejawności ale takiej, która jest jednocześnie pierwotna ale możliwa do zniesienia przez pracę interpretacyjną, myślenie odsłaniające, ukazujące. Chciałbym poświęcić uwagę czemuś, co jako wtórna wtórność, nadrzędna wobec uprzedniej operacji intelektualnej lub zautomatyzowanej czynności nazwana może zostać analetycznością. Ta nazwa jest jednocześnie przeciwieństwem jawności i skrytości, ale jest nimi do pewnego stopnia. Dwuwartościowy podział na prawdę i fałsz, jawność i skrytość zastępuję układem ternarnym.

W odniesieniu do powyższych analiz na temat analetyczności można sformułować wątpliwość, czy nie jest nadmiarowy. O ile aletyczność znosi pierwotny fałsz, niejawność, skrytość, brak, nieistnienie to, czy prawdą nie będzie, że termin analetyczny reprezentuje drugą, podwójną negację? Staram się pokazać, że ta negacja nie znosi tej pierwszej, związanej z aletycznością i jest to zgodne z nieklasycznymi, intuicjonistycznymi logikami. (Dummet 1998: 110) Podwójna negacja prowadzi do trzeciej, można tak to ująć, wartości, tak jak dajmy na to w wyborze z trzech: czerni, bieli i odcieni szarości.

We współczesnej kulturze, bardzo mocno nasyconej środkami technicznymi i ekranami, brak już możliwości wycofania się z miasta i cywilizacji, nie ma zatem możliwości ucieczki przed konsekwencjami postępu technicznego, który w jakiejś mierze opiera się na nieujawnianiu pewnej wiedzy i faktów. W kulturze cybernetycznej skrytości i niejawności nie doświadczamy bezpośrednio, jako stanu pierwotnego, analogicznego do stanów

przyrodniczych. Analetyczność jako podstawowy fenomen kultury współczesnego człowieka to splot i uwarstwienie dające się częściowo rozwikłać i rozplątać, ale nie dające się zdjąć i odstawić na bok, w sensie całkowitym.

Analetyczność kultury współczesnej

Chciałbym przejść teraz do badania kultury współczesnej w jej różnych wymiarach zwanych przeze mnie sektorami lub atomami. Myślę w szczególności o takich formach symbolicznych jak religia, sztuka, mass media, moda, reklama, codzienność i technika jako nauka oraz polityka jako pewna upodmiotowiona władza. Te kategorie wynikają z namysłu nad złożonością kultury i z jej podziałów, proponowanych przez Ernsta Cassirera (1998), Johannesesa Huizingę (1998) i Rogera Calloisa (1973), a także Georga W. F. Hegla. (1990) We wskazanych sektorach możemy śledzić występowanie różnych jakości. Możemy spytać, jak wymienione sektory łączą się ze sobą uwzględniając, na przykład, prawdę, prawdziwość lub piękno i pozór. Spytam jednak o coś innego, spytam o obecność w każdej z tych części niejawności, jako czegoś aktywnego, istotowego, a jednak, ukrytego, zasłoniętego, wycofanego ze sceny, z widoku.

Nastroje najbardziej bliskie lękowi, jaki przedstawiał Martin Heidegger w odniesieniu do postępu, może budzić tylko technika. To ona w pierwszej kolejności zostaje oskarżona o ukrywanie czegoś, co jest człowiekowi niesprzyjające. Wymienię tutaj całą serię niekorzystnych efektów postępu technicznego. Pierwszy negatywny efekt to likwidacja gatunków, drugi to rozregulowanie ekosystemów za pomocą gatunków genetycznie modyfikowanych. Po trzecie, wpływ na zdrowie plastiku, tworzyw sztucznych i środków konserwujących żywność. Po czwarte, wspieranie najsilniejszych przedsiębiorców, przy ich metodach pozyskiwania energii.

Na piątym miejscu wskazałbym na całą rodzinę niejawnych odniesień w stosunku do usług w internecie. Ta rodzina znaczeń to wgląd w skrzynki pocztowe, zbieranie danych do *cookies*, tracking, geo-lokalizacja i inne techniki przechwytywania danych o użytkowniku bez jego wiedzy, w ukryciu, lub w sposób, na który on nie wyraża zgody lub nie wyraża jej wprost. Warto podkreślić, że programy komputerowe są opatrzone klauzulami braku odpowiedzialności za ich wadliwe działanie. W Stanach Zjednoczonych toczy się dyskusja nad tym, w jaki sposób powinniśmy

dowiadują się o wadach systemów operacyjnych. Ich istnienie uznaje się za nieusuwalne, tak jakby pewna rysa była tutaj konieczna. Jednak wady systemowe, służące, z dwóch stron, do podsłuchu i do łamania praw obywatelskich, swobody prywatności, są częścią z użytkowników znane.

W tym miejscu widać pewną demarkację sieci komputerowej zwanej internetem. Granica o której mówię dotyczy tych, którzy niczego nie wiedzą o ustawach dających możliwość naruszania prywatności w celach szpiegowskich i bezpieczeństwa państwowego, a także tych, którzy znają sposoby inwigilacji, ale wykorzystują je lub nie, jako hakerzy, w końcu grupa agentów specjalnych, którzy mają dostęp do kont bankowych, skrzynek pocztowych, rozmów, wybieranych numerów i czegokolwiek na dyskach twardej. (Mitchell 1996: 122-123)

W ramach techniki rozumianej przeze mnie jako część nauki, rozważyć należy patent jako sposób na ukrywanie pewnej idei pod postacią zapieczętowanej wiedzy, gdzie właściwy, głęboki aspekt przedmiotu zostaje zaprogramowany, zaszyfrowany, jako rysunek, lub kalkulacja, a ona sama zostaje zamknięta, zalakowana, jak sztywna koperta w szerszym zbiorze, tak jak w bazie danych pewna relacja. Patent zamyka wiedzę techniczną w sztywnych ramach gotowego rozwiązania, pewnej skończonej liczby ruchów tworzących technologię, na przykład, ekranu dotykowego. Ta technologia jest zaślepiona od środka, niejawną poprzez ukrycie sposobu wytworzenia.

Z tym aspektem ukrywania wiedzy technicznej wiążą się zjawiska podrabiania markowych przedmiotów, wywiad handlowy, a także kwestie dotyczące łamania praw pracowników. Podrabianie przedmiotów obecne jest w dużej sile w Chinach. W Polsce przed 1989 rokiem istniały wydawnictwa kasetowe, które wydawały muzykę bez wykupywania licencji. Obok tego istniały fabryki Fiata 126, na którego kupiono licencję z Włoch.

Obok techniki możemy rozważyć sport, gdzie niejawnymi zjawiskami są stosowanie dopingu (Sahaj 2001) oraz przekupność i korupcja związków sportowych. Te zjawiska, o ile jesteśmy w stanie niezbitcie uznać, pobudzają sport do wyższych obrotów, pozwalają na pojawienie się wyższego stopnia ryzyka, a ono zwrótnie wiąże sport z ryzykiem utraty zdrowia i wolności. W sporcie otwarcie bycia jest tak daleko posunięte, że grozi utrata jego istoty, wolności. W innej zupełnie terminologii możemy powiedzieć, że bycie zbliża się tutaj do *illinx* (Caillois 1973: 325), gry która przyprawia o zawrót głowy. Tutaj, z jednej strony, publiczna strona nie ujawnia

niebezpiecznego oblicza, ale prywatnie, wiążemy sport z wieloma wypadkami, trwałymi uszkodzeniami zdrowia, a także, upadkiem publicznym, jak na przykład, Maradona uwikłany w działanie mafii w Argentynie.

Obok sektorów techniki i sportu istnieje sektor mass mediów. To on wprost budzi niepokojące nastroje poprzez pewną selekcję informacji, jakie gromadzi i poprzez mechanizmy reklamy i perswazji. Mass media oceniają wydarzenia polityczne, ukrywając i ujawniając równocześnie w pewnej mierze, sympatie polityczne. Widać wyraźnie jak Gazeta Wyborcza popiera Donalda Tuska, w różnych jego pomyłkach i wadach. Są media, które sprzyjają pewnym ugrupowaniom. Pytaniem ważnym dla demokracji jest pytanie o związek mediów z polityką oraz o kapitał, który stoi za mediami. W Stanach Zjednoczonych, tak jak to przedstawiają alterglobaliści, istnieje związek pomiędzy mediami masowymi a koncernami, na przykład takimi jak Monsanto i Rządową Organizacją ds. Żywności.

Codziennosc jako atom to sfera gdzie znajdują się razem technika i mass media, a także moda, religia, reklama, z tego powodu, że atomy te przenikają się tworząc molekułę kultury lub w innej nomenklaturze klaster sektorów. W codzienności jesteśmy u siebie, poza pracą, albo jeszcze trochę w niej, ale bez obowiązku, konieczności. W codzienności jest niejawnosc tego, co przed nami, jako najbliższa przyszłość. Ta najbliższa przyszłość opisywana jest bardzo często jako dystopia. Jest to polityka, która ma złe oblicze, ale istnieje ciągle możliwość ucieczki, przełamania się przez ciemność do jakiegoś rozprysku światła. Myślę o rządach za pomocą złych decyzji, które są ukrywane i dementowane przez polityków.

Polityka posiada swoją ukrywaną twarz, która jest uprawiana poza kamerami, poza mass mediami, w hotelach, na delegacjach, poza prasą, w sferze porozumień stolikowych, obrad, gdzie pojawia się gotówka w kopercie, małe podarunki o wielkiej wartości, przywożone w bagażnikach, przesyłane kurierem lub pod postacią cyfrową. Dość odważnie mówi się o związkach polityki i biznesu, a także ze środowiskiem mafii. Różne mafie infiltrowane są przez agentów bezpieczeństwa. Ta struktura nie może zostać ujawniona, to czarne źródło polityki, z którego wyrasta spór między premierem a prezydentem w każdym rozwiniętym kraju demokratycznym.

Przesłanianie prawdy jako jawności poprzez inne wartości takie jak prawda, skuteczność, reżim, różnicę, wielość to fakt, z jakiego zdają sprawę tacy

autorzy jak Levi Strauss, John Rawls i Jürgen Habermass. U każdego z nich na różny sposób mówi się o tym, że polityka nie traktuje prawdy jako obowiązku (Sepczyńska 2015), co różni ją zasadniczo od filozofii, choć także i ona jak wskazują takie postaci Rorty (2021) może wybierać inne wartości ponad elitarne i niebezpieczne, jak pokazał to przykład Sokratesa.

W modzie ukrywanie ma charakter mniej spektakularny, ale nie mniej ważny. W modzie ukrywa się pochodzenie tkanin, a także miejsce wytworzenia. Na metkach pozostaje nazwa domu mody, a także, kraj wytworzenia. Znika ślad po rzemieślniku, w wymianie pojawia się pomysł na ubranie, ale pewna część informacji nie zostaje przekazana. Tu chodzi, na przykład, o toksyczne formy barwienia praktykowane w Indiach i Bangladeszu. Ponadto moda karmi się pewną dysproporcją w oszacowaniu wartości ostatecznej części garderoby. Wartość z jaką spotyka się odbiorca jakiegoś ubrania to zarówno jakaś cena i jakaś rzecz lub przedmiot. Uznajmy, że jest to sukienka wytworzona w jednym egzemplarzu. Ta rzecz ma wysoką wartość wymienną i pewną cenę, która określa, na przykład, wartość siły roboczej.

Istnieje duża rozbieżność między kosztami pracy w strefach handlowych Indonezji a ceną ubrania w butik w Pradze. Bierze się to stąd, że produkcja w społeczeństwie post-przemysłowym jest przeniesiona poza Europę i Stany Zjednoczone, do Chin, Indonezji, Meksyku, Indii i w parę innych miejsc. Warto, przy tej okazji wskazać na nieobecność na tej liście Polski. O ile Polska była jednym z koni napędowych Rosji, to po 1989 roku nie została koniem napędowym Unii Europejskiej lub N.A.F.T.A. Polska odgrywa rolę wielkiego kupującego towar z Zachodu, to znaczy, stanowi dużą masę kupujących przedmioty zbytkowne, nie potrzebne wprost, ale wynikające, bardzo często, z chęci uczestniczenia w technice, bycia w komunikacji zapośredniczonej.

Myślę, że moda wykorzystuje część ze swoich niejawnych zabiegów, do tego, by ożywić konkurencję i rynek. Część z projektantów, bardzo inteligentnie reaguje na ataki, ze strony artystów graffiti, którzy niszczą ich witryny sklepowe, zarówno w Warszawie jak i w Paryżu. Obok mody, gdzie wykorzystuje się różnego rodzaju strategie, w tym szczególnie, uwodzenie, poprzez erotyzm, zapachy, dobraną muzykę, silne bodźce, ale dodatkowo elegancja, szyk, a także szokowanie i kontrowersje (Różyc 2012: 158-161), istnieje też duża różnica między użytecznością i ceną. Zysk jest duży, ale nie ma pewności, że dana linia ubrań zejdzie i bywa tak, że są straty tak duże, że

projektanci sprzedają swoje marki, otwierają nowe lub pracują dla kogoś, w tym czasie, silniejszego rynkowo.

Widać tu, że zarówno sport jak i moda są atomami podwyższonego ryzyka. W sporcie, niejawni aspekt, anestetyczny, prowadzi w stronę utraty zdrowia, a w modzie, jej niejawną część, służy podwyższaniu dochodów i do powiększania różnicy między użytecznością i wartością dodatkową, czyli zyskiem, po odjęciu kosztów pracy. Z kosztami pracy ubrań takich marek jak Tommy Hilfiger, Nike, Adidas nie liczą się Europejczycy, bo są one w zasięgu ich kieszeni, ale są to odłamki wartości za jaką zostają wytworzone w krajach rozwijających się Azji. Nie ma tu wprost wysokiego krawiectwa, jest natomiast moda wytwarzana masowo i stąd chęć w sensie dosłownym, pomnożenia zysku z pracy, a nie zysku z pomysłu, tak jak to się ma w wysokim krawiectwie.

W reklamie świat jest odwrócony za pomocą pozorów. Ten pozór nie jest jakimś specjalnym ukrywaniem, co najwyżej można ukrywać swoje ogromne zarobki z reklamy. Brak w reklamie takiej dynamiki jak w modzie, gdzie projektanci wymieniają się na innych, w rywalizacji. Podobnie w sporcie, istnieje zmiana w ekstraklasie, żaden z zawodników nie ma szans na wieczne liderowanie. Sport i moda, żywią się zmianą, pochłaniają ją i sycą się jej przejawianiem się.

W reklamie nie mówi się wprost o tym, ile kosztuje zamówienie w agencjach reklamowych. Nie wiadomo wprost ile wynoszą zarobki menadżerów w takich dziedzinach jak reklama i bankowość. Ale nie jest to jakieś ważne ukrywanie, choć daje nam do myślenia to, że reklama nie jest ukrywaniem, bo posługuje się pozorem, który jest raczej obsceniczny, aniżeli aluzyjny, zanikający. Reklama i sztuka, którą nazwiemy wysoką, coś, co jest poza sztuką popularną pod postacią sztuki współczesnej, w galeriach, to raczej ujawnianie, przechodzenie do stanu jawności powiadamiania, przekazu. W reklamie i sztuce współczesnej, mam wrażenie, bardziej obecna jest chęć ujawnienia niż zasłonięcia, ukrycia, ale oczywiście, zarówno polityka, jak mass media łączą się ze sztuką w jakiejś molekułę, w jakimś splątaniu, powiązaniu, klastrze. Z tego względu sztuka nawiedzana jest przez te same problemy, co polityka i mass media.

Dialektyka w reklamie

W *Filozofii reklamy* Magdalena Napierała sugeruje, że istotą reklamy jest perswazja. Współcześnie, zadaniem autorki, nie dostrzegamy często samej perswazji, a jej ubiór, przedstawienie, które zbliża reklamę do sztuki współczesnej. (Napierała 2012: 192-193) Perswazja jest tutaj widziana jako silne narzędzie, przeniesione z poziomu języka na poziom polisemiotyczny, wielotworzywowy, w pewnym zakresie, multimedialny. Reklama korzysta z wielości odniesień do gatunków artystycznych, takich jak malarstwo, grafika, fotografia, film, sztuka komputerowa, muzyka, teatr i poezja.

Mówiłem do tej pory o technice, jako zasadniczym adresacie pewnego zarzutu. Chodzi o obawę przed złym wyborem, który doprowadzi do dystopii. Ten wybór może wykonać technika, jako w pewnym sensie, w pełni autonomiczny atom, lub jako część molekuly, gdzie jest razem z polityką. Dotychczas pytałem również o mass media, sport i modę. Pytanie o codzienność było o tyle trudne, że zmuszało do stworzenia jakiejś nadrzędnej struktury wobec jej sektora. Teraz chciałbym wyprowadzić jakąś generalizację w terminologii wprowadzonej w pierwszej i drugiej części. Będę mówił o jasności, jako o prawdzie, a także o ciemności jako o fałszu, skrywaniu, niedostatecznym ujawnianiu, blokowaniu dostępu, i tym podobne.

Cała wymieniona seria sektorów, gdzie występują moda, sport, codzienność, mass media, polityka, religia objęta jest chorobą ukrywania czegoś o sobie. Uważam, że to coś, nie jest warte tego, by to ujawnić. Ta ciemna strona kultury wpędza w ruch stronę jasną, publiczną, prezentowaną przez media, powielaną przez kulturę popularną i poprzez poezję. Ta ciemna strona kultury w miejscu gdzie jest reklama i sztuka współczesna ukazują rozświetlający się płat prześwitu, jawności.

W tym miejscu poświęcę więcej miejsca oszacowaniu miejsca jakie zajmuje reklama. Mówiłem dotąd o tym, że reklama ukazuje swoją formę, mówi o sobie, że jest umowna, ale zarazem trafia ze swoją treścią, która jest popularna, wesoła, erotyczna, żartobliwa. Nie każdy zastanawia się nad reklamą jako medium. Wiele osób reklamę traktuje jako konieczne zło, konieczną ciemność spowodowaną odmienną ekonomią. W tym wypadku można spojrzeć na społeczeństwa pierwotne, które nie miały reklamy, ale miały rytuały wymiany.

Reklama odsłania siebie, swoją formę, jest mocno umowna, ale z drugiej strony reklama jest po stronie ciemności. Reklama pozostaje po stronie ciemności, bo, co prawda, odsłania oszustwo swojego powiadamiania, ale nie odsłania podstępów, które decydują o jej skuteczności. To, że reklama ukazuje swoją kabaretową aluzyjność do erotyki, żartu i kiczu, nie oznacza, że nie robi równolegle czegoś ponadto. Możemy wprost wskazać *eye-tracking* (Kaczmarek 2012) oraz lokowanie produktu jako zaawansowane techniki przewagi nad odbiorcą reklamy, w sposób, który abstrahuje od treści.

Okazuje się, że reklama ma coś do ukazania, jako swoją konstrukcję i jest to przekaz dla zaawansowanych interpretatorów, ale istnieje szeroka grupa osób nie zainteresowana formą społeczną i wtedy odbiór jest natychmiastowy, identyfikacja ze stylem życia i marką, która go wytwarza. Reklama jest wypowiedzią skomplikowaną medialnie, jako pewien zestaw techniczny, który anektuje fotografię, literaturę i młodych ludzi, często zajmujących się profesjonalnie sprzedażą własnego widoku. Reklama wykorzystuje wiele narzędzi retorycznych, na przykład, slogany (Barry 2010: 103) i branża reklamowa jest niezwykle samoświadomą swojego zawodu.

Sztuka w stosunku do reklamy pozostaje autonomiczną sferą ujawniania, otwartości i narzędziem, które odbiera się jako rewolucyjne, ale gdzie rewolucja stała się co najwyżej grą. W wielu interpretacjach dotyczących roli sztuki na tle pozostałych atomów, widać, że przeważa teoria mediatora, gdzie sztuka łączy jakieś wymiary, albo atomy kultury albo czas jako redefiniowanie przeszłości i projektowanie przyszłości. W estetyce można szukać piękna, ale sztuka jako gra prowadzi do silniejszych oddziaływań i realizuje więcej ze sfery etycznej. Gra w sztuce prowadzi do stawiania siebie w zastaw i rzucania siebie w stawce.

O ile wiele z kategorii estetycznych zostało zdyskwalifikowanych, o tyle gra pozostaje w mocy, jest zwornikiem wielu nauk, które interesują się kulturą, jej wyjaśnianiem, w szczególności wyjaśnianiem współczesności. Mówię tu o ludologii, o grze słownej, grze zmysłów i formy oraz o igraniu, w jakie wprowadza odważna ironiczna sztuka współczesna, która nie boi się spierać z władzą i polityką, ale zarazem, albo jest autonomiczna, albo przeciwstawia się, wyraźnie podejmuje rozmowę ze swoim przeciwnikiem, polityką.

Poza ujawnianiem, grą, grą słowną i ironią widzę w sztuce współczesnej możliwość przetworzenia własnej świadomości, swoich relacji z innymi w społeczeństwie, w grupie, warstwie mody, stylu odzieżowym. Sztuka staje się

współcześnie narzędziem zbawienia, dla wielu osób, które szukają odpowiedzi na podstawowe pytania. Dzieje się tak wtedy, gdy artyści tworzą pozór a odbiorcy lub interaktorzy rozumieją to przedstawienie jako przemianę. Chodzi tu o przemianę prowadzącą do samodoskonalenia, która ma niezwykle znaczenie dla jednostki. Można porównać to doświadczenie do gnozy i w tym sensie sztuka może prowadzić do jakiegoś objawienia, odsłaniania, jako ujawnianie i zbawianie. Nie jest to już narzędzie rewolucji, która miałaby się odbyć w imię piękna. Nie jest to sztuka, która zmienia warunki społeczne. Ale jest to sztuka, która prowadzi do rozświetlenia świata z gruntu analetycznego. Tylko sztuka potrafi w świecie kierowanym przez technikę, kierować nas przez ciemność w stronę jasności. Nie ma innego atomu, który mógłby ożywić ciemność wytwarzaną przez atomy objęte chorobą nieujawniania i wprowadzić ją w intensyfikację płomienia.

Reklama posługuje się pozorem, który nazwać mógłbym również „fantomatycznością“. To wyrażenie ufundowane jest za sprawą zestawienia z czymś, co odgrywa rolę makiety, przyrządu do wykonywania ćwiczeń, ale jest równocześnie protezą i błyskiem z innego systemu, spoza tego, co naturalne jako byt równoległy, taki jak informacja. W nim osiągamy pewien stopień symulacji, ale ta symulacja nie ukrywa sztuczności, jest to wprost żart, erotyk lub wygrana z podstawionym przeciwnikiem. W reklamie nie ma niejawności treści, ponieważ to, co w niej obecne to ułuda, pozór, odmiana zjawiska, ale nie jasność stosunków społecznych, ani jawność wyzysku siły roboczej. Reklama ujawnia swoją umowność, ukazuje swoją groteskę lub niskie pobudki i w tym sensie odwraca się od dominanty niejawności jako pierwotnej siły kultury, ale ma własną, podszytą strategię, która polega na zbieraniu informacji o klientach, grupach docelowych i ma charakter kultuwowania pewnych zachowań, nawet kultury. Trudno zaprzeczyć, że reklama przechwytuje pewne wzorce i ogłasza je jako własne, w imię rozpowszechniania pewnych znaków towarowych.

Niejawność w religii

Nie poruszałem do tej pory kwestii obecności tego, co niejawne w religii. Przede wszystkim, jak twierdzą ci, którzy są jego wyznawcami, sam Bóg jest czymś, co jest ukryte. (Cassirer 1998: 137-138) Można powiedzieć, że jest to coś, co ma znaczenie, udział w stworzeniu lub go nie ma, i w tym sensie jest ostatecznie ukryty, nieistniejący. W zupełnie inny sposób, kościół, który

domaga się jednego Boga, na różne sposoby, stara się go monopolizować. Wyłącza go z wymiany z innymi bóstwami, otacza go szczelnym płaszczem cenzury i ironii, zawitych wyjaśnień i kary bez tłumaczenia. Każdy monoteizm, w jakimś sensie ukrywa istnienie czegoś obok, jako innego autorytetu. Imiona innych bogów nie wchodzi w grę, nawet grzech zazwyczaj przybiera kształt demona lub Lucyfera, ale zawsze zwyciężonego, zdławionego.

W perspektywie, którą rysuję mamy analetyczność jako nakrycie tego, co ujawniło zło lub grzech jako punkt wyjścia i dojścia, brak rzeczywistej wygranej jednej ze stron, ale dominujący mrok, wynikający z zasłaniania spraw najważniejszych dla człowieka. Ten stan jednostki ludzkiej jest zbliżony do snu, przeżywania pozorów bez większej aktywności z otoczeniem przyrodniczym lub urbanistycznym. Analetyczność jest tutaj rozumiana jako charakterystyczna cecha kultury zdominowanej przez technikę jako pewną molekułę.

W religiach można również mówić o ukrywaniu własnej genealogii. Hierarchia boska jednocześnie odzwierciedla i zaciera hierarchię władzy ziemskiej wraz z odpowiednimi tytułami. (Wright 2010: 93, 98) Ponadto ten z bogów, który okazuje się najważniejszy wciela, anihiluje pozostałych lub część z nich, przejmując ich atrybuty, zdolności, a w skrajnej wersji zbliża się asymptotycznie ku nicości. Jedni bogowie i ich święta są kliszami, transpozycjami innych, starszych i zapomnianych, wymazywanych z pamięci i historii.

Analetyczność jest samopobudzającą się jakością. Pobudza sport do brania procentu z zakładów ustawianych, przekupności i hazardu. Polityka za pomocą niejawnych porozumień i przewagi w dostępie do informacji pobudza kulturę do zadłużenia i wysokiego stopnia konsumpcji. Religia natomiast ustanawia reguły tego, co niewidzialne. Jeśli uznajemy część z rozumowań ustanowionych w religiach monoteistycznych, uznajemy także jakąś sferę poza informacją, a nawet jakąkolwiek percepcją.

Współcześnie wiele się mówi o informacji i informatyzacji. Religia jednak pozostaje w swoim zakresie pojęć i, ogólnie, w świecie niematerialnym. Świat pozbawiony materii jest czymś, co kwestionuje nauka, a w szczególności technika i przyrodoznawstwo. Niemniej filozofia może utrzymywać pogląd o trojakim byciu rzeczy. Po pierwsze, będą to trwania materialne, procesy, wydarzenia. Po drugie, będą to znaczenia, sensory,

odniesienia przedmiotowe, idee, wartości. Po trzecie, będą to nośniki informacji, programy komputerowe i pamięć. W tym zestawieniu widać, że zachowane zostaje wszystko to, co łączy postulaty sztuki, aksjomaty religii i bity nauk informatycznych, a pogłębiający się rozdział między nauką jako techniką i światem wartości oraz idei zostaje zażegnany. W filozofii wskazane płaszczyzny trzech istnień można pogodzić, ale nie są one równoważne. Informacja potrzebuje materii, by być przekazana. Jej zależność od materii decyduje o tym, że materia jest czymś pierwotniejszym. Tak samo sprawa przedstawia się w odniesieniu do stosunku myśli i materii. Materia jest pojemnikiem i bez niej nie ma sposobu na przekazanie myśli. Próby przesyłania czegoś bez kanału łączności, bez medium, należą do pseudonauki zwanej parapsychologią.

Pewna analityczność w technice

Analityczność kultury współczesnej odnosi zasadniczo do zastosowania jakie przynosi technika pod postacią ukrywania kodu źródłowego, ukrywania prawdy o produkcie w reklamie i w przemyśle komputerowym, gdzie rozpowszechniane są programy komputerowe i systemy operacyjne, a także w sieci internetu. W tym odniesieniu analityczność oznacza dla mnie jedną z jakości sztuki komputerowej, która stawia jako problem kwestię praw autorskich i zasad dzielenia się informacją i dostępem do niej. Sztuka komputerowa przekracza te bariery tworząc programy, akcje i wykłady, które popularyzują wolne, otwarte myślenie o programowaniu.

Otwartość niektórych systemów i środowisk programistycznych polega na tym, że ich dystrybucja jest dozwolona, o ile nie ukrywamy licencji, tak jak GNU GPL, która pozwala na modyfikowanie programu i jego ulepszanie. Istnieją producenci oprogramowania, którzy kierują się myśleniem otwartym, otwartym oprogramowaniem ale obok nich jest silna grupa przemysłu rozrywkowego związanego z grami komputerowymi. Tutaj nie ma mowy o udostępnianiu kodu, algorytmów zapisanych po stronie programu. Tutaj liczy się przewaga poprzez patent i interfejs.

W ramach rozrywki cybernetycznej pojawiają się wyświetlacze do wirtualnej rzeczywistości, ale sam kontakt z ekranem, gdzie symulowane jest nasze zanurzenie, ukazuje uwodzicielską moc przedstawienia i wzbudza empatię, lęk, w reakcji na wydarzenia na ekranie i dźwięki. W grze *Singularity* (2010) przedstawiono daleką wyspę Rosyjską, na północy, gdzie prowadzono

badania nad energią atomową. Wszystkie scenariusze, które wygenerować może użytkownik tej gry zależą, w swojej czepliwości, składalności, od kodu, a ten jest ukryty, więc albo go zdemaskujemy albo musimy go doświadczyć poprzez wygraną z przeciwnikiem w kadrze.

Technika i jej istota

Chciałbym powrócić teraz do spraw związanych z prawdą i zestawić je z tematem techniki. Poruszę sprawy związane z techniką pojmowaną w ogólności w stosunku do technologii oraz ewentualnej istoty techniki. Zestawię ze sobą dwie wypowiedzi na temat techniki pochodzące, po pierwsze, od Martina Heideggera, a po drugie, od Jürgena Habermasa. (1977)

U Martina Heideggera, pomimo pewnej niezgody na filozofię przedstawienia, taką jaką ufundował, w szczególności Kartezjusz, widać akceptację dla techniki jako wytwórczyni prawdy. Zarówno dla wypowiedzi Martina Heideggera jak i dla Jürgena Habermasa ważny jest kontekst. W przypadku tego pierwszego chodzi o zamówienie przemówienia dla uniwersytetu technicznego, dla drugiego, chodzi o jubileusz związany z Herbertem Marcuse. Te dość oczywiste fakty, w decydującym stopniu, ustanawiają wypowiedzi filozofów w pewnym nastawieniu. Heidegger wprowadza na plan pierwszy związek techniki współczesnej z odkrywaniem prawdy i likwidowaniem tego, co niejawne, nieujawnione. Takie wnioski wyciąga z analogii między techniką współczesną a sposobem pojmowania techniki, jaki obecny był w Grecji starożytnej.

W dociekaniach wspomnianego Niemca widzimy taką oto sugestię, technika w starożytnej Grecji związana była ze sztuką jako czymś, co wytwarza piękno oraz z poezją jako czymś, co służy wytwarzaniu, ale nie jest to wytwarzanie czegoś intelektualnego, myślowego czy teoretycznego. Pomimo dość dużej tolerancji dla współczesnej nauki i techniki, Martin Heidegger wskazuje na dość duży brak w technice polegający na zlikwidowaniu bezpośredniego związku z pięknem i poezją. Technika ma wspólne z poezją i pięknem to, że ujawnia coś, odkrywa i pozwala człowiekowi na realizowanie pewnych możliwości.

Kiedy więc człowiek jako badający obserwator nastaje na przyrodę jako pewien obszar własnego przedstawiania, jest już ugodzony pewnym sposobem odkrywania - takim, który jest dla niego wyzwaniem, by zwracać

się ku przyrodzie jako przedmiotowi badania, aż przedmiot także zaniknie w nieprzedmiotowości składu. (1977: 237)

U Heideggera obawa przed techniką polega przede wszystkim na pewnym wahaniu między dwoma wariantami ujawniania. Heidegger uznaje, że pewne aspekty przyrody powinny zostać nieodkryte i niemożliwe do odkrycia. Eksploatacja Ziemi prowadzi do uczynienia z niej obrazu, spenetrowania i zlikwidowania jej bycia na korzyść pewnych osiągnięć, które mogą się pojawić, gdy w odpowiedni sposób zestawimy ze sobą naszą aparaturę i jej byt. Odkrywanie, które jest obecne w technice, pomimo silnego związku z prawdą i jawnością, jaka dotyczy każdej jednostki, a także sztuki, nie jest do końca właściwe. Można powiedzieć, że wina techniki polega na pewnym zaślepieniu.

Jeśli chodzi o rozwikłanie pytania, o jakie zaślepienie może tutaj chodzić odwołam się do Jürgena Hebermasa. Ten ostatni uważa, że w kulturze współczesnej dominują działania racjonalne i instrumentalne. Działania racjonalne prowadzą do optymalizacji osiągnięcia celu, za pomocą pewnych wyborów, które w duże mierze, można zalgorytmizować. Postępowanie według zasad optymalizacji, zyskowości, o ile przenosi się z techniki do innych części kultury, o tyle zagraża jej pod postacią zaniku działań komunikacyjnych wykraczających poza przyczynowo-skutkowe następstwo. Wyjaśnianie przyczyn i oczekiwanie na te same następstwa to sposób na gospodarowanie Ziemią, jakiego nauczyli nas nowocześni naukowcy i technicy. Takie pojmowanie samych siebie uniemożliwia właściwe oddziaływanie zbiorowe, społeczną komunikację.

Konkluzje

W artykule poruszam sprawy związane z prawdą jako wartością. Odnoszę ją do prawdziwości, obszaru logiki a także do piękna i dobra, ponieważ poza logiką odnoszę się do zmysłowości w sztuce i w innych atomach kultury, a także do pewnej postawy etycznej, która wynika z ustanowienia jako najwyższej wartości, prawdy. W artykule pojawiają się zwroty równoważne dla prawdy, takie jak jawność, nieskrytość, prześwit, otwartość. Ten zestaw słów wynika z analizy pojęcia „aletheia”. Punktem wyjścia jest jasne i pozytywne odesłanie do umysłowości Greków i ich filozofii.

Rezygnuję z tego pozytywnego składnika namysłu nad jawnością i proponuję

jako punkt dojścia niejawność, skrytość, analetyczność, jako coś nieusuwalnego, ale także wielowarstwowego, splątanego i sfałdowanego. Widzę wiele argumentów, które przekonują mnie do takiego obrazu w technice, gdzie skrywa się pewien typ wiedzy po to, by osiągnąć przewagę konkurencyjną. Przyglądam się kulturze współczesnej rozumiejąc ją jako zestaw, dynamiczne złożenie pewnych atomów w molekuły, które tworzą całość. Poza techniką, takim atomem jest sztuka, a inne to reklama, moda, sport, polityka, religia, codzienność, mass media. W artykule, poza wskazaniem na skrytość techniki, pod postacią opatentowanych technologii podejmuję się spraw innych, związanych z religią, z reklamą, ze sztuką.

Występowanie analetyczności uznaję za probierz tego, czy dana część jest jasna, czy ciemna, czy jest przejrzysta, czy przesłonięta; skomasowana i chaotyczna. Najbardziej niejawna i skomasowana jest religia. Po niej, nieprzejrzysta w najwyższym stopniu ukazuje się molekuła, w której przenikają się polityka i mass media. W jakimś stopniu sport ukazuje się jako przestrzeń milczenia o pewnych sprawach, ale, bez wątplenia, sztuka pozostaje czymś, co raczej chce ujawniać, aniżeli coś ukrywać. Myślę, że sztuka współczesna, zarówno plastyka, poezja, wideo, sztuka komputerowa, w szerokim aspekcie widzi swoją odrębność od reszty kultury, w tym, że ma siłę mówienia otwartego. Natomiast reklama, na tle sztuki, jest czymś, co ukazuje przekaz jako pewien żart albo ironię, ale tak, by ukryć intencję albo funkcję.

Współczesna kultura ukazuje się jako molekuła, generalnie zmasowana, chaotyczna, złożona, o nieostrych krawędziach, zamazanych demarkacjach. Istnieje możliwość zobaczenia poprzez nią czegoś w przekroju. Ten przekrój wydziela pewną skończoność z nieokreśloności. Kultura współczesna jest, bez wątplenia, pewną całością. W tych analizach całość zostaje rozłożona na części i złożona ponownie, ale wnioski jakie wyprowadzam nie dotyczą w mocnym sensie określonej ściśle całości, są to wnioski wywiedzione z atomów lub molekuł dwu i trzy-atomowych lub też z klastrów sektorów.

Bibliografia

1. Barry P. (2010), *Pomysł w reklamie. Idee, strategie i kampanie*, tł. J. Huebner-Wojciechowska, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
2. Caillois R. (1973), *Żywioł i ład*, tłum. A. Tatarkiewicz, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
3. Cassirer E. (1998) *Esej o człowieku. Wstęp do filozofii kultury*, tłum. A. Staniewska, Warszawa: Czytelnik.
4. Dummet M. (1998) *Logiczna podstawa metafizyki*, tłum. W. Sady, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
5. Habermas J. (1977) *Technika i nauka jako „ideologia“*, tłum. M. Łukasiewicz [W] (red.) J. Szacki, *Czy kryzys socjologii?*, Warszawa: Czytelnik.
6. Hegel G. W. F., *Encyklopedia nauk filozoficznych*, tłum. Florian Nowicki, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
7. Heidegger M. (2008). *Bycie i czas*, tłum. B. Baran, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
8. Heidegger M. (1999). „O istocie podstawy”, tłum. J. Nowotniak [W] *Znaki drogi*, Warszawa: Spacja, s. 113-178.
9. Heidegger M. (1999), „O istocie prawdy”, tłum. J. Filek [W] *Znaki drogi*, Warszawa: Spacja, s. 157-178.
10. Heidegger M. (1999). „Czym jest metafizyka?”, tłum. K. Pomian [W] *Znaki drogi*, Warszawa: Spacja, s. 95-112
11. Heidegger M. (1996). *Przyczynki do filozofii. (Z wydarzania)*, tłum. B. Baran, J. Mizera, Kraków: Wydawnictwo Baran i Suszczyński.
12. Heidegger M. (1977). „Pytanie o technikę”, tłum. K. Wolicki [W] *Budować, mieszkać, myśleć. Eseje wybrane*, Warszawa: Czytelnik.
13. Huizinga J. (1998) *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*, tłum. M. Kurecka, W. Wirpsza, Warszawa: Czytelnik.
14. Kaczmarek M. (2012) Mocne i słabe strony eye trackingu jako metody badania zachowań nabywców [W] (red.) K. Borodako, M. Nowosielski, Foresight w praktyce zarządzania przedsiębiorstwem. Analizy i studia przypadków, Poznań: Instytut Zachodni.

15. Mitchell W. J. (1996) *City of Bits. Space, Place and the Infobahn*, Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
16. Napierała M. (2012) *Filozofia reklamy. Historia, psychologia, techniki*, Kraków: Petrus.
17. Rorty R. (2009) *Filozofia jako polityka kulturalna*, tłum. B. Baran, Warszawa: Czytelnik.
18. Rorty R. (2021). „Universality and Truth” [W] *Pragmatism as Anti-Authoritarianism*. Cambridge, Massachusetts, London England: The Belknap Press of Harvard University Press, 47-83.
19. Różyc M. (2012) *Nowa moda polska*, Warszawa: Stowarzyszenie 40 000 malarzy.
20. Sahaj T. (2001) *Doping. Koń trojański współczesnego sportu* [W] (red.) Z. Dziubiński, *Aksjologia sportu*, Warszawa: Salezjańska Organizacja Sportowa RP.
21. Sepczyńska D. (2015) *Problematyczny status prawdy w polityce. Strauss – Rawls – Habermas*, Kraków: Universitas.
22. Wright R. (2010) *Ewolucja Boga*, tłum. Z. Łomnicka, Warszawa: Prószyński Media.