

Rozdział 7

O prawdzie i fałszu w sensie społecznym

Kto chce grać w daną grę, musi grać właściwymi jej, konkretnymi elementami, kto chce mieszkać w danym czasie na danym terenie, musi posługiwać się właściwym dla tego środowiska zespołem słownych symboli, czyli właściwym, ustalonym tutaj językiem. Jeśli zaś twierdzi, że jest to język kłamliwy, popełnia zasadnicze, pojęciowe uproszczenie, język bowiem nie jest wyrazem wszystkiego, co istnieje, jest tylko zespołem pewnych słownych symboli, zespołem ograniczonym do słów symbolizujących rzeczy czy sprawy, które na danym terenie uznano za istniejące, potrzebne, wyrastające z rzeczywistości lub też kształtujące ją. To ostatnie zwłaszcza, motywacja, że potrzebne jest to, co kształtuje rzeczywistość, czy też utrzymuje ją w pewnym kształcie, bardzo jest ważne.

Stefan Kisielewski*

Stres histeryczny, czyli fałsz frunie, a prawda kuśtyka za nim

W trakcie amerykańskiej kampanii wyborczej w 2016 roku organizacja Media Research Center (MRC) zorganizowała kampanię *Tell The Truth! 2016*, której celem było – jak głosi strona internetowa – „powstrzymanie liberalnych mediów przed manipulacją w wyborach 2016”. Hasło kampanii brzmiało: „Nie wierz liberalnym mediom”. Filozofia MRC streszcza się w jego misji (tłumaczą ze strony internetowej): „Dzięki szerokiemu oddziaływaniu kampania ujawni lewicowe odchylenie mediów liberalnych i ochroni je przez wypraniem mózgów Amerykanów i zbudowaniem drogi do socjalizmu. Naród amerykański zasługuje na obiektywne media informacyjne, które nie cenzurowałyby ważnych wiadomości lub nie byłyby stronnicze czy wrogie wobec kandydatów, w zależności od preferowanych przez nich ideologii. Niestety, celem amerykańskich mediów informacyjnych nie jest obiektywne relacjonowanie wiadomości, lecz raczej propagowanie radykalnej ideologii lewicowej. Mówiąc krótko: tak zwane informacyjne media liberalne są najważniejszą tubą propagandową Lewicy”.

* S. Kisielewski, *Pochwała kłamstwa*, „Kultura” 1977, nr 1–2, s. 138.

No cóż: *Falsehood flies, and truth comes limping after it*. Powiedział to ponad dwieście lat temu Jonathan Swift i nic się w tej mierze nie zmieniło. *Fałsz frunie, a prawda kuśtyka za nim*. Według MRC liberalne media świadomie fałszują rzeczywistość, natomiast media konserwatywne mówią „całą prawdę”. Jak więc jest z tą prawdą, zwłaszcza w środowisku medialnym?

W artykule *The Spread of True and False News Online*, opublikowanym w marcu 2018 roku na łamach „Science”, autorzy – badacze z MIT – przeanalizowali sto dwadzieścia sześć tysięcy tak zwanych kaskad tweetów (czyli tweetów przesłanych dalej cztery i pół miliona razy do – w sumie – trzech milionów użytkowników). Dotyczyły one pogłosek i plotek [*rumors*] pojawiających się między 2006 i 2017 rokiem. Każdą ponownie tweetowaną wiadomość przebadano pod kątem prawdziwości przez porównanie sześciu wiarygodnych organizacji medialnych (to znaczy takich, które publikują wiadomości dopiero po sprawdzeniu ich rzetelności [*fact checking*]). Okazało się, że *nieprawda rozprzestrzenia się znacznie szybciej i rozległej niż prawda*. Wysoki procent fałszywych wiadomości dociera do widowni liczącej od tysiąca do stu tysięcy osób, podczas gdy ten sam procent wiadomości prawdziwych rzadko osiąga maksymalny pułap tysiąca osób, czyli, w niektórych przypadkach, *sto razy mniej*. Okazuje się, że polityka zajmuje zdecydowanie pierwsze miejsce wśród wiadomości przesyłanych dalej (czterdzieści pięć tysięcy spośród stu dwudziestu sześciu tysięcy), dystansując wiadomości dotyczące biznesu, kataklizmów naturalnych czy nawet terroryzmu. Dlaczego jednak nieprawdziwe wiadomości rozprzestrzeniają się szybciej i szerzej niż prawdziwe? Z prostej przyczyny: najbardziej *lubimy nowe wiadomości* (dlatego każda audycja telewizyjna w kablówce zaczyna się teraz od anonsowanej na pasku „wiadomości z ostatniej chwili”, *breaking news*), a prawda lubi się powtarzać (a nawet, jak będę dowodził, na powtórzeniu jest oparta) i wydaje się nudna. Fałsz, jako że różni się od tego, co już ustalono, jest zawsze ciekawszy i kto prędzej poda wiadomość, zyskuje respekt jako *ktoś, kto coś wie*, niezależnie od tego, czy to prawda, czy fałsz, czyli niezależnie od jakichkolwiek procedur weryfikacyjnych. A że każdy chce być kimś, kto wie, a uznanie takie można zdobyć dzięki *szybkości*, z jaką przekazuje się uzyskane wiadomości, niesprawdzone – najczęściej fałszywe – wiadomości rozlewają się szeroką falą wśród użytkowników

mediów społecznościowych, które dlatego są tak popularne, że nie mają żadnego filtra weryfikacji pozwalającego spowolnić przepływ informacji. „Nie jesteśmy arbitrami prawdy” – powiedział Nick Pickles, szef działu polityki publicznej Twittera na Zjednoczone Królestwo, podczas zeznania przed komisją brytyjskich prawników w Waszyngtonie. „Nie usuwamy treści, kierując się przekonaniem, że jest ona nieprawdziwa”. „Nie uważam, że firmy technologiczne w trakcie wyborów powinny decydować, co jest prawdziwe, a co nie, a tego właśnie od nas żądacie” – dodał Pickles. „Myślę, że to bardzo ważna zasada”. Zasada ta w gruncie rzeczy oznacza wybór *szybkiego przepływu wiadomości* kosztem ich *prawdziwości*, czyli sprawdzalności (im więcej ich przepływa, tym większa monetyzacja strony, a więc tym większy zysk z reklam dla firmy). Jeśli więc media społecznościowe odgrywają ogromną rolę w wyeliminowaniu filtrów pośredniczących w procesie komunikacji między ludźmi, to tym samym przyczyniają się do narzucenia ich użytkownikom przekonania, że najcenniejsze jest coś, co można osiągnąć *natychmiast, teraz, zaraz, bez żadnej zwłoki*. Chcąc dotrzeć *natychmiast* do adresata – czy jest nim klient, czy przyjaciel, nie ma to większego znaczenia – staliśmy się w czasach poponowoczesnych zakładnikami *ideologii bezpośredniości*, która sama z siebie eliminuje zasadę ponadindywidualnej weryfikacji. Idealnym modelem komunikacji stał się *model komunikacji bezzwłocznej*: wszystko musi *natychmiast* wejść w obszar wymiany i jakakolwiek zwłoka, jakiegokolwiek opóźnienie w utrzymywaniu wysokiej temperatury kanałów przekazu grozi ich wystygnięciem, a więc likwidacją stanu ciągłego napięcia w oczekiwaniu na wiadomość. Ta ideologia bezpośredniości ma wszystkie cechy *stresu histerycznego*: człowiek czeka na wiadomość, a kiedy wiadomość nie przychodzi, zaczyna się niepokoić, dlaczego nikt go nie włącza do cyrkulacji znaczeń. By wyeliminować tę przerażającą możliwość odosobnionej egzystencji w epoce globalnej łączliwości (dlaczego jestem sam, skoro wszyscy są razem?), zgodzi się na jakąkolwiek wiadomość, byle tylko odpowiadała jego potrzebom, i ostatnią rzeczą, która przyjdzie mu do głowy, jest poddanie tej wiadomości jakiegokolwiek weryfikacji. Czy ktoś weryfikuje słowa: „Ja cię też kocham”, na które czeka się zbyt długo? Nie, wszak gdyby okazało się, że są nieprawdziwe, że ktoś, kto je wypowiada, wcale nie odwzajemnia uczucia i odsyła nieprawdziwy komunikat, konfrontacja z rzeczywistością byłaby nie do zniesienia.

To właśnie z tego powodu, z powodu nasycenia życia społecznego *histerią potencjalnego wyłączenia z sieci*, fałszywe wiadomości pojawiają się w obiegu znacznie szybciej niż prawdziwe – nie dlatego, że pochodzą one z mediów „lewicowych”, jak chcą konserwatyści, albo „prawicowych”, jak chcą liberałowie, lecz dlatego, że prawdziwe wiadomości wymagają zabierającego czas uprawdopodobnienia. Ponadto, wykorzystując „analizę uczuć” wypracowaną przez lingwistów kanadyjskich z National Research Council Canada, naukowcy z MIT doszli do wniosku, że fałszywe informacje podaje się za pomocą słów związanych z silnymi emocjami (zdumienie i gniew), podczas gdy prawdziwe wymuszają użycie słów związanych z zaufaniem i smutkiem. *Falsz jest gniewny, prawda smutna*: taki wniosek można wysnuć z badań nad *fake news*. Ale można też wysnuć wniosek mniej „poetycki”, a mianowicie: fałsz okazuje się łatwiejszy do puszczenia w ruch niż prawda, która domaga się zwłoki, sprawdzenia, refleksji, dystansu. A to właśnie są właściwości naszego życia, które na naszych oczach, w epoce poponowoczesnej, ulegają powolnemu rozkładowi. I nawet literatura, zwykle opierająca się pośpiechowi, płaci należny trybut duchowi czasu, zmuszając pisarzy do publikowania książek złożonych z facebookowych wpisów. Najdziwniejsze momenty pojawiają się jednak wtedy, gdy ktoś – jak Timothy Snyder w książce *O tyranii* – kto robi książkę z facebookowego wpisu, apeluje, by w obronie przed tyranią jak najmniej korzystać z internetu.

Dwie prawdy

Kiedy dziennikarze „The Washington Post” i zwolennicy Trumpa mówią o prawdzie, nie mówią oni o tym samym. Dla pierwszych – weryfikatorów kłamstw Trumpa, których naliczono już w czerwcu 2019 roku ponad dziesięć tysięcy – prawda jest *kategorią poznawczą*, wiedza zaś najwyższą wartością. Oznacza to, że porównują oni słowa Trumpa z dostępną wiedzą na temat tego, o czym się wypowiedział, wiedzą zarejestrowaną i dostępną, zgromadzoną przez archiwa, czyli instytucje *godne zaufania*, których nie podejrzewa się o manipulację danymi albo o fałszerstwo. Proszę zauważyć, że nie wspominam tu o tym, co się zdarzyło, ale o *faktach*, czyli o *tym, co ze zdarzeń zostało utrwalone w społecznych archiwach*. Kiedy ktoś kłamie, czyli świadomie chce wprowadzić kogoś w błąd (kłamstwo to *rozmyślnie*

oszukiwanie), mówi się, że przeinacza fakty albo mija się z prawdą. Prawdę ściśle łączymy z faktami, przez te ostatnie mając na myśli to, co się stało, i to niezależnie od tego, co ktoś o tym powie. Mówi się wtedy o „obiektywnych” faktach lub „obiektywnej” prawdzie. Problem jednak w tym, że *fakty nie istnieją inaczej niż w zapisie*, zarejestrowane i jakoś przefiltrowane przez medium, które służy ich utrwaleniu. Zdarzenie zmienia się w fakt tylko wtedy, gdy zostało zauważone i utrwalone w społecznej wiedzy i wyobraźni. Zdarzenie nieutrwalone, niezapisane, niezauważone faktem nie jest, bo być nie może: fakt zaczyna się od powtórzenia tego, co się zdarzyło, w przekazywalnej formie, dostępnej ludziom, którzy przy zdarzeniu nie asystowali. Niezauważona erupcja wulkanu – niewątpliwie zdarzenie – nie jest faktem, gdyż nikogo przy niej nie było i nikt jej nie zarejestrował. Efekty tej erupcji – zalane pola, zmiażdżone samochody, spaleni ludzie – *stają się faktem* (a nie tylko osobnym zdarzeniem) w momencie, w którym ktoś się o tym dowiaduje, natomiast erupcja wulkanu w miejscach niezamieszkałych przez ludzi, choć niewątpliwie się zdarzyła, faktem może stać się tylko wtedy, gdy ktoś z niej zda sprawę, co może się zdarzyć dopiero po kilkuset latach. Zdarzenie jest jednorazowe i faktem staje się dzięki wpisaniu w powtarzalną maszynę repetycji. W swoich wykładach z estetyki Hegel pisał:

opuncja, rozkwitająca tylko na jedną noc, więdnie w nieprzebytych gąszczach południowych puszczy, zanim zdąży zachwycić ludzkie oko, a dziewicze ostępy tych lasów, strojnych w najpiękniejszą i najbujniejszą roślinność, rozsiewającą najbardziej oszałamiającą wonie, butwieją i niszczeją nigdy przez nikogo nie oglądane. Dzieło sztuki natomiast nie jest tak dla siebie bezinteresowne; jest ono w istocie swej jak gdyby pytaniem, apelem, który ma znaleźć oddźwięk w duszy ludzkiej, wołaniem zwróconym do serc i umysłów.

Różnica między kwiatem, którego nikt nie widzi, a kwiatem namalowanym przypomina różnicę między wydarzeniem i faktem. Kiedy apel zdarzenia zostanie wysłuchany, staje się ono faktem, gdy nie zostanie, popada w niewagę. Istnienie pierwszego nie zakłada wcale, że ktoś je zauważy: świat ignoruje człowieka w swoim zdarzaniu się (choć człowiek niewątpliwie może przyczyniać się – *vide* zmiany klimatyczne – do tego,

co i jak się wydarza), dlatego różni się od rzeczywistości, którą człowiek kreuje dzięki swym znaczeniom. Istnienie drugiego bez społecznej mediacji nie ma żadnego sensu, istnienie pierwszego jest dla istnienia drugiego konieczne, lecz niewystarczające. Nie powinniśmy więc pytać, czy fakty są prawdziwe czy nie (bo prawdą jest też i to, że coś się wydarzyło), tylko czy medium, dzięki któremu poznajemy jakieś zdarzenia pod postacią faktów, jest *godne naszego zaufania* czy też nie. Czy jest *wiarygodne* czy nie? Czy utrwaliło nam „prawdę” o zdarzeniach w sposób niebudzący podejrzeń o manipulację? Tą drogą przechodzimy z płaszczyzny *wiedzy na temat świata* na obszar *zaufania do mediów*, które mówią nam o tej zapośredniczonej rzeczywistości (to, że innej nie ma, podkreślam w tej książce nieustannie), i jest to, moim zdaniem, jedyna płaszczyzna, na której porozumienie co do faktów byłoby możliwe, gdyby przenieść politykę z terenu aksjologicznych waśni (gdzie wszystko legitymizuje się przez bezpośrednie, zamykające dyskusję odwołanie do wartości lub opinii) na teren społecznie akceptowalnej mediacji.

Rzecz jednak w tym, że zwolennicy Trumpa nie mają do mediów „głównego nurtu” zaufania, a więc mówią, że kłamią, co stawia nas w takiej oto sytuacji: albo, jak mówiliśmy w Polsce lat osiemdziesiątych, „media kłamią”, bo fałszują to, co widać na pierwszy rzut oka, gdyż należą do tylko jednego właściciela – państwa komunistycznego, albo „wszystkie” media kłamią, bo nie odpowiadają autentyczności tego, co się zdarza, albo też tylko *niektóre* media kłamią. Dwa pierwsze przypadki odrzucamy w tych okolicznościach, co każe nam rozumieć, że nie chodzi tu o coś, co jest przekazywane, ani też o „naturę” mediów, ale o to, *kto stoi za mediami*. Kłamstwo CNN nie polega na tym, że wyborcy Trumpa chcieliby sprawdzać *adekwatność* tego, co o rzeczywistości mówią Chris Cuomo, Anderson Cooper czy Don Lemon (dziennikarze CNN), a więc że interesuje ich *prawdą jako wartość poznawczą*. Gdyby tego właśnie chcieli, mogliby poprzestać na śledzeniu kolejnych edycji *Trump Fact Checker* publikowanej przez „The New York Times” albo podobnej rubryki w „The Washington Post” i porównywaniu jej z materiałami dziennikarzy CNN. „Kłamstwo” CNN polega natomiast na *przekonaniu* pewnych ludzi, że dziennikarze stacji Teda Turnera chcą nimi manipulować, co dotyczy nie faktów samych, lecz intencji ich przekształcania. Prawda jest dla tych samych ludzi *przekonaniem*, że nikt ich nie robi w balona, i dlatego *nie wierzą* w prawdomówność CNN,

lecz wierzą w prawdomówność FOX News. Prawda jest dla nich *wartością psychospołeczną*. Jest spoiwem ich rzeczywistości, *dokładnie tak samo*, jak spoiwem rzeczywistości ludzi, którzy czytają „The Washington Post”, jest *prawda rozumiana poznawczo*. W obydwu wypadkach chodzi o to, co dzieje się nie między słowami i rzeczami, ale między słowami i ludzkimi umysłami. A że to, co się między tymi różnymi umysłami dzieje, okazuje się kompletnie niekompatybilne, obie strony żyją w odmiennych rzeczywistościach, między którymi wojna wydaje się nieunikniona. Czytelnicy „Postu” będą nazywać zwolenników Trumpa *idiotami* albo głupkami, gdyż ich postawa nie bierze pod uwagę *wiedzy* na temat faktów. Z kolei ci sami czytelnicy „Postu” są dla wyborców Trumpa aroganckimi intelektualistami, którzy wsiokami pogardzają. Dla pierwszych *wartością najważniejszą* jest „obiektywnie” istniejąca rzeczywistość, której istnienia nie można by nawet podejrzewać, gdyby nie kolosalny wpływ nauk przyrodniczych na nowoczesne myślenie o świecie i pojawienie się kryterium obiektywności jako standardu nowoczesnego patrzenia na świat. Dla drugich *wartość* nieusuwalną stanowi obstawanie przy swoich przekonaniach, niezależnie od jakichkolwiek „naukowych” dowodów, że sprawy mają się inaczej, i niezależnie od jakiegokolwiek „obiektywnej” perspektywy, którą traktuje się jako sztuczkę progresywnych liberałów wymyśloną po to, by szmuglować własne interesy pod osłoną bezstronności. Kto ma rację? *Każda ze stron*, o tyle, o ile pojęcie prawdy dla każdej z nich zgadza się z wartościami, na podstawie których kształtuje się rzeczywistość. Każda ze stron ma rację w tym sporze o prawdę, albowiem każda bierze udział w wojnie kulturowej, której istota polega na *niechęci oddzielania wartości od racji*. W rezultacie *ten ma rację, kto wierzy w swoje wartości*, i odwrotnie: kto wierzy w inne wartości, racji mieć nie może.