

Postprawda, czyli prawda tworzona przez emocje i osobiste przekonania, które są ważniejsze od faktów.

Żyjemy w epoce, w której ludzie kierują się emocjami. Rozum odszedł na drugi plan. Warto się zastanowić: dlaczego tak jest? Dlaczego czasy, w których tytuł profesorski zapewniał społeczny podziw, a bycie człowiekiem nauki wiązało się z szacunkiem, minęły? Obserwując zachowania społeczne, pozwolę sobie na śmiało stwierdzenie, że winna jest potrzeba ciągłego wzrostu gospodarczego.

Być może niektórym powyższe słowa wydadzą się zaskakujące, jednak potrzeba ciągłego wzrostu spowodowała, że w przeciwieństwie do początków kapitalizmu, w którym dominowało protestanckie podejście, czyli etos ciężkiej pracy i oszczędzania, współczesny kapitalizm został zdominowany przez etos infantylizmu, a kapitalizm, idąc za słowami Benjamina Barbera, to obecnie kapitalizm konsumencki.

Każdy specjalista od marketingu wie, że najłatwiej sprzedaje się produkty dzieciom, gdyż one częściej niż rozumowaniem, kierują się w życiu emocjami. I tak na przełomie XX i XXI wieku stwierdzono, że skoro dzieci to klient doskonały, należy to dzieciństwo utrzymywać jak najdłużej. Zaczęto promować utrzymywanie młodości, niedojrzałości poprzez reklamy, muzykę, artykuły, filmy i wszelakie możliwe metody dotarcia do odbiorcy. Już w pierwszej dekadzie XXI wieku, magazyny „New York Times” oraz „Times”, wyrażały zaniepokojenie „występującymi w Ameryce tendencjami do życia w stylu Piotrusia Pana”.

Spójrzmy na media w Polsce. Treści jakie w nich są prezentowane, nie wnoszą sobą nic. Pusta, nie wypełniona żadną treścią rozrywka, która ma na celu zaspokojenie podstawowych potrzeb klienta – odbiorcy. Potrzeb, które owe media wcześniej same stworzyły. Jednak nie tylko samo zaspokajanie stworzonych wcześniej potrzeb ma znaczenie, ale również tempo w jakim się to dzieje – czyli natychmiast. Nie ma czasu na refleksję, na chwilę przemyślenia tego, co serwowane jest w mediach, ponieważ po wystąpieniu potrzeby, natychmiast otrzymujemy na tacy jej zaspokojenie. Głupkowate programy, teleturnieje, czy rozmowy dziennikarzy z politykami na temat wewnętrznych ruchów organizacyjnych partii, które nie wnoszą kompletnie nic do podnoszenia jakości życia społeczeństwa. Coraz łatwiejsza muzyka tworzona w oparciu o algorytmy popularności oraz wartościowanie filmów czy książek na podstawie ilości wyświetleń danych treści. I w ten sposób jeden z najgorszych filmów w historii oparty o jedną z najgorszych książek w historii, stał się najchętniej oglądanym na jednej z platform multimedialnych w Polsce w 2020 roku.

Kiedyś mówiono, że dana treść obroni się sama. Obecnie popularność treści zależna jest od ilości pieniędzy włożonych w reklamę i umiejętności specjalistów od marketingu.

Dziesięć lat z każdym dniem, a społeczeństwa stają się tym, co zostało przedstawione w mało ambitnej z założenia komedii z 2006 roku pt. *Idiokracja*, która po dekadzie została określona jako przerażająca wizja przyszłości. Zgodnie z filmem stajemy się społeczeństwem rozrywki, wiecznej zabawy, faszerywanym bezwartościowymi treściami. Konsumentem pozbawionym odrobiny refleksji i podstawowej wiedzy niezbędnej do przetrwania gatunku ludzkiego.

Obecnie najcenniejszym towarem nie jest informacja, ale uwaga klienta. To o nią walczą największe serwisy społecznościowe. Sprzedawcy pożądamy naszej uwagi, a otwierając się na te żądanie, nie ma możliwości poświęcenia uwagi i koncentracji innym, ważniejszym zadaniom.

Ale co to ma wspólnego z tematem niniejszej deski?

Infantylnizacja społeczeństwa sprowadza człowieka do istoty, która kieruje się tylko emocjami i intuicją. O ile emocje są niezbędne do prawidłowego funkcjonowania oraz pozwalają na fascynowanie się otaczającą nas rzeczywistością, tak niestety nauka nie jest intuicyjna oraz emocjonalna, a opiera się jedynie na faktach, które często są wręcz sprzeczne z intuicją. Nauka powinna być pozbawiona emocji, ponieważ zakłócają one dążenie do poznania prawdy.

Drugim czynnikiem przyczyniającym się do upadku wiarygodności nauki, jest Internet. To wspaniałe narzędzie, dzięki któremu mamy dostęp do wiedzy całego świata, sprawiło jednocześnie, że prawo do wypowiedzenia się w kwestiach naukowych może przypisać sobie każdy. I to samo ma miejsce w mediach. Rolę dziennikarzy naukowych zajęli dziennikarze bez żadnego przygotowania naukowego. Piszą o niezrozumiałych dla nich tematach posiłkując się treściami dostarczonymi przez innych niekompetentnych dziennikarzy. A jak brzmi zasada w informatyce określana akronimem GIGO - *Garbage In - Garbage Out* („Śmieci na wejściu - śmieci na wyjściu”).

Jeżeli media, które znaczna część społeczeństwa uważa za autorytety, nie weryfikują dokładnie swoich źródeł, mało tego, jeżeli nie rozumieją dokładnie złożoności tematyki, o której piszą, to w jaki sposób można tego oczekiwać od zwykłego obywatela, który decyduje się na założenie kanału i publikuje filmy tłumacząc świat w oparciu o swoje przekonania, nie wkładając przy tym ani odrobiny wysiłku w rzetelne weryfikowanie prezentowanych treści?

Wracając jednak do Internetu.

Informacją, po jaką sięga dzisiejsze społeczeństwo, to nie jest wiedza, ale czyjaś opinia. Celebrytka obawiająca się szczepień, używająca emocjonalnego języka, opisująca cierpienia dzieci jest dla widza bardziej wiarygodna niż naukowiec tłumaczący zrozumiałym, ale pozbawionym emocjonalnych odnośników językiem zawilgości nauki.

Politycy dyskutujący emocjonalnie na wizji, używający pozamerytorycznych metod argumentowania, będą z pewnością podbijali słupki oglądalności, kiedy fascynujący dla mniejszej liczby odbiorców wykład o entropii, która ma na nasze istnienie silniejszy wpływ niż kłótnia polityków, ma niewiele wyświetleń.

Żeby to zobrazować podam liczby z serwisu Youtube (na 7-02-2021 r.):

- Wykład fizyka, prof. dr hab. Roberta Hołysta o entropii. Przedstawiany przystępnym językiem, podlany odrobiną humoru - wynik wyświetleń odkąd został zamieszczony w grudniu 2015 roku - 40 748 razy.
- Jasnowidz Krzysztof Jackowski o uchodźcach: Wybuchnie wojna w Europie! - zamieszczony we wrześniu 2015 roku - 719 611 wyświetleń.

Jestem świadomy, że można wiele zarzucić temu zestawieniu. Jednak pokazuje to jakie potrzeby mają ludzie. Jasnowidz mówi językiem emocjonalnym, mówi o zagrożeniu. O czymś co rozumie każdy. Natomiast fizyk mówi o czymś, co dla społeczeństwa, które oczekuje natychmiastowej gratyfikacji jest niezrozumiałe nie tyle na poziomie znaczenia słów, co na poziomie meta, wymagającym ciekawości otaczającej nas rzeczywistości.

Jeszcze jednym czynnikiem pozostaje ciągle wmawianie ludziom, że wszystko jest łatwe i osiągalne bez wysiłku. Widzowie obserwują wybitnych sportowców, muzyków czy mówców i przekonani są, że ich osiągnięcia wynikają z tajemniczego talentu, z którym owe osoby się urodziły. Nie biorą pod uwagę, że obok warunków zewnętrznych otaczających daną osobę, został włożony przez nią ogromny nakład pracy.

Zdobywanie wiedzy jest niezwykle wyczerpujące. Wynika to z „zarządzania energią” przez nasz organizm. Mózg jest najbardziej energochłonną częścią nas. Zużywa około 20% dostarczonej z zewnątrz energii. Na przykład arcymistrzowie szachowi, w jednym dniu rozgrywek na wysokim poziomie, są w stanie spalić nawet 6000 kcal, co jest porównywalne do nieprzerwanego biegu ok. 10-11 godzin.

Uczenie się to tworzenie nowych połączeń nerwowych w mózgu, co jest procesem bardzo energochłonnym, a nasz organizm nie lubi zużywać energii. Woli zachować ją na trudne czasy.

Promowanie posiadania wyjątkowego talentu, natychmiastowe zaspokajanie potrzeb, tworzenie ułatwień, które nie zmuszają odbiorcy do myślenia, demotywuja do przeciwstawienia się naszej ewolucyjnej niechęci do zużywania energii na rozwój z gratyfikacją odłożoną w czasie.

Niechęć do nauki i coraz większe grono zwolenników pseudonaukowych teorii rośnie i będzie rosła z przyczyn, które podałem powyżej. Potrzeba natychmiastowej nagrody oraz zachęcanie do lenistwa, to najlepszy generator zysków znachorów, którzy w sytuacji zawału proponują przyłożenie wykałaczki pod nos lub dożylnie podanie 30% wody utlenionej w celu walki z COVID-19. Tworzenie od dziecka konsumentów opartych na zaspokajaniu wcześniej wykreowanych przez sprzedawców potrzeb, oczekujących wciąż przyjemnych doświadczeń, wykreowało społeczeństwo unikające prawdy, która nie zawsze będzie przyjemna i emocjonująca.

Ludzie nauki stają się i będą się stawać wrogami publicznymi, gdyż posiadają wiedzę tajemną, z którą nie chcą się dzielić. I mimo, że myślący człowiek wie, że ta tajemna wiedza dostępna jest na wyciągnięcie ręki, w postaci książek, wszelakich publikacji, wykładów, internetowych spotkań, podcastów i wielu innych, to o ile samo pozyskanie tej wiedzy nie jest wymagające, tak poznanie jej wymaga wysiłku, cierpliwości i refleksji. A to jest niezgodne ze współczesnym konsumpcjonizmem.

Za to wszelacy szarlatani, antyszczepionkowcy, zwolennicy teorii spiskowych mówiących o reptilianach, płaskiej Ziemi czy masonach dążących do depopulacji, ujawniający rzekome tajemnice, nie wymagają od swojego odbiorcy ani odrobiny wysiłku intelektualnego. Sprzedają wiedzę łatwą i lekkostrawną, bogatą w emocje i podaną na tacy. Zaspokajają potrzebę zdobywania wiedzy bez wysiłku oraz potrzebę przynależności, czyli znalezienia się w gronie osób wyjątkowych, które odkryły tajemnice rządzące naszą rzeczywistością.

Na zakończenie odniosę się jeszcze do jednego z wystąpień Sama Harrisa, amerykańskiego pisarza, neurobiologa i filozofa, podczas którego odpowiadał na pytanie: „Czy nauka może odpowiedzieć na moralne pytania?”. Zwrócił on uwagę, że powszechnie przyjęło się, że pytania o moralność, dobro i zło, są pytaniami, na które nauka oficjalnie się nie wypowiada. Wykazał, że jest to niebezpieczna iluzja, która stawia fakty i wartości na przeciwnych biegunach. Niebezpieczna dlatego, że doprowadza do odrzucenia nauki na rzecz moralności opartej tylko i wyłącznie na emocjach. Kiedy tak naprawdę wartości są niczym innym niż faktami. A faktami zajmuje się nauka.

**Deska wygłoszona w trakcie uroczystego posiedzenia**

**Sz☐ Łoży „Orzeł Biały” na Ws☐ Katowic**