

Filosofi, offentlig debatt och cyberrymd

- Några observationer

Lectio praecursoria 25.1.2020

JAN JOHANSSON

Ärade Custos, Ärade Opponent, Mina Damer och Herrar!

Under det tjugonde århundradets sista decennium var det vanligt att tala om Historiens Slut och den Sista Människan. Historiens Slut innebar också – så verkade det – slutet för filosofin som en relevant form för offentligt liv och offentlig debatt. Från och med nu kunde den offentliga debatten äga rum mot bakgrund av en bred liberal konsensus kring sådana begrepp som nation, stat, demokrati, frihet, välfärd, osv.

Behovet av filosofi gjorde sig inte gällande, i alla fall inte i den offentliga debattens domäner. Filosofin kunde hålla sig borta från det offentliga samtalet och nöja sig med att hålla till i sina studiekamrar och glest besökta akademiska seminarierum.

Emellertid, nu när vi nått så här pass långt in i det tjugoförsta århundradet verkar det korrekt att säga att situationen förändrats. Medvetet och omedvetet blir filosofi relevant för både kritiker och försvarare av den tidigare oemotsagda liberala hegemonin.

Mer än något annat blir filosofi relevant i behovet att bevara ett sinne för verklighet och sanning. Vad är verkligt i det offentliga livet och vad är sant i den offentliga debatten? För att kunna besvara dessa frågor behöver filosofin ett begrepp om sanning och verklighet, tillämpligt på det tjugoförsta århundradets offentliga liv och offentliga debatt.

Samtida filosofer som försöker besvara dessa frågor finner ofta att de hamnat i en rätt obekväm sits. Det är en sak att syssla med verklighet och sanning, men en annan sak att syssla med verklighet och sanning i det offentliga livet – i synnerhet det tillskruvade och clownaktiga offentliga liv som råder i vår tid.

Att använda det klassiska begreppet om offentligt liv som politiskt liv (bios politikos), såsom Habermas formulerade det, är problematiskt. I samhällen som våra är det offentliga livet inte begränsat till städer och politiska församlingar, utan äger rum på andra arenor också, som exempelvis inköpscentra och idrottsarenor.

Men viktigare än så är att dagens offentlighet formas genom användandet av media, snarare än genom dialog och diskussion, som var fallet med antikens offentlighet. Användandet av mediaplattformar på internet öppnar visserligen upp för dialog, men det gör inte offentligheten mindre beroende av media.

Sociala medier suddar också ut de antika distinktionerna mellan det offentliga och det privata. Med sociala mediaplattformar som You Tube eller Facebook kan triviala vardagsaktiviteter i ett hem, som till exempel att tillaga en middag, plötsligt nå tusentals tittare.

På de sociala mediaplattformarna slutar spridandet av falsk och partisk information att vara ett monopol för de härskande klasserna och blir ett hantverk som kan utövas av vilken cynisk internetanvändare som helst. Inte minst så är manipulerandet av bilder inte längre något som enbart illvilliga totalitära regimer ägnar sig åt, utan en högst vardaglig sysselsättning bland miljoner vanliga människor som photoshoppa sina bilder på Instagram.

Sociala mediaplattformar blir den materiella basen för en alldeles egen sorts verklighet – den virtuella verkligheten – som formas och sprids i cyberrymden, de globala nätverkens digitala rum. Oavsett vad vi tycker om det så har cyberrymden blivit ett nyckelvillkor för det offentliga livet och den offentliga debatten under det tjugoförsta århundradet.

Så snart vi lyckats att formulera frågan om det offentliga livets verklighet och den offentliga debattens sanning i termer av

virtuella verkligheter och virtuella sanningar förefaller det som om vi är i ett bättre läge att besvara dessa frågor i filosofiska termer. Filosoferna befinner sig ännu en gång i den miljö där de känner sig mest hemma, nämligen i de immateriella, oberörbara och osynliga verkligheternas område.

Det är visserligen sant att det finns synliga bilder på datorskärmen och även känslor av beröring tack vare haptisk utrustning kopplad till datorns mjukvara. Många gånger är emellertid dessa bilder inte bilder av materiella objekt utan bärare av högst avancerade idéer som endast intellektet kan fatta, något som användandet av internetmemer illustrerar. Och känslorna av beröring, producerade av den haptiska utrustningen, är många gånger bara tillfällen för att motta idéer som imiterar materiella objekt, exempelvis en mänsklig hand eller en rymdödlas hand, som kanske inte existerar eller aldrig har existerat.

Internettrollande visar förstås att internetmemer kan trigga känslor av ilska, snarare än sublima intellektuella idéer, och haptisk utrustning kan användas för att stimulera känslor av njutning mer än sinnliga idéer. Det stämmer också att känslor av ilska eller njutning kan påverka allmänhetens sympatier och antipatier på sätt som avsevärt kan påverka den offentliga debatten, men filosoferna lämnar med varsam hand dessa frågor till socialpsykologerna och medieforskarna.

På sitt typiskt saktmodiga sätt föredrar filosoferna att koncentrera sig på den virtuella verklighet som uppenbarar sig i cyberrymden. Frågan här är inte om de erfarenheter, som simulerats fram genom haptisk utrustning och VR-hjälm, är verkliga eller inte. Det som intresserar filosoferna är snarare verkligheten hos de idéer som produceras och sprids på internet. På så sätt blir frågan om den virtuella verklighetens natur möjlig att besvara i termer som är bekanta för filosoferna, nämligen i termer av immateriella verkligheter.

Utmaningen här är att fatta hur motsatser – realitet och idealitet – kan fogas samman till en enhet, inte enbart inom utan också utanför tänkandet. En sådan enhet kan, oundvikligen, inte frambringas utom i och genom kamp, en kamp där den ena

sidan försöker dominera den andra sidan på gränsen till utplåning.

Trots sin berömda försiktighet tenderar filosofer ofta att vara partiska och ge sitt gillande till antingen till den ena eller den andra sidan. Medan filosofer som placerar sina insatser på den ideala sidan av kampen kallas "idealister", kallas de filosofer som placerar sina insatser på den reella sidan av kampen för "realister". Varje läger har också sin egen ledare, nämligen Platon på idealisternas sida och Aristoteles på realisternas sida.

I den första rundan av kampen mellan idealister och realister verkar idealisterna segra. Hur kan vi någonsin möta en immateriell, oberörbar och osynlig verklighet som inte sammanfaller med verkligheten hos en idé, som inte är dess verklighet? Kortfattat uttryckt finner vi i den virtuella världen ingen annan immateriell verklighet än den som finns i universalier, idealtyper, arketyper, osv.

Debatterna på Twitter verkar kanske vara innehållsmättade, men är mest en lek med ord och åsikter. Vilken sanning vi än kan upptäcka och destillera från de offentliga debatterna på de sociala mediaplattformarna så kommer den inte att återfinnas i åsikter om ting och personer, utan i tankar om universella former.

Här anar realisterna att idealisterna måste rekonstruera sanningensanspråken i de offentliga debatterna på ett sätt som är oförenligt med deras officiellt deklarerade tilltro till sanningar om immateriella universalier eller former. Twitter-debatter handlar sällan om vad som hör till en idealtyp, som exempelvis den ideale statsmannen, utan hur väl den stämmer överens med gärningarna (eller missgärningarna) hos figurer som Donald Trump eller Hassan Rouhani. Denna iakttagelse öppnar upp för en andra runda i kampen mellan idealister och realister.

Svårigheten här är inte bara att förstå hur i all världen något osynligt och oberörbart skulle kunna finna ett sätt att relatera sig till Trump eller Rouhani, utan gäller det faktum att det ideala måste dö djupt inne i den materiella verkligheten för att

kunna ge liv till något sådant som sanning. "Den virtuella verkligheten kan inte existera utan den materiella verkligheten", säger realisten som också visar sig vara materialist.

För att avgöra vad som är verkligt och sant i det tjugoförsta århundradets offentliga debatter envisas realisten/materialisten med att vi måste vända oss bort från den virtuella världen till den verkliga världen, från cyberrymden till den fysiska rymden, den så kallade "köttrymden". Det finns inget liv i den virtuella världen utan ett motsvarande liv i den verkliga världen. Materiell verklighet och materiell sanning står endast att finna i det fysiska rummet.

Att undersöka det fysiska rummet, på jakt efter sanning, är att ge sig av på en resa full av besvikelser, präglad av den stoiska erfarenheten att litet eller kanske intet stämmer överens med idéerna, med det ideala. I den materiella världen är det få som lyckas leva upp till fordringarna hos en arketyper eller idealtyp.

Men med det sagt måste vi erkänna att det finns hopp även i den materiella världens allra mörkaste vrår. Det ideala är inte begränsat till de intellektuella idéer som spin-doktorer och "influencers" sprider omkring sig, vilket redan Hegel hade kunnat berätta för oss, utan sträcker sig till vanliga människors behov och begär, ja även till behoven och begären hos den konformt konsumtionsinriktade storstadsbon.

Ställda öga mot öga med sina behov och med stundens allvar i ryggen är det få människor som är nöjda med insikten att en ofullkomlig och imperfekt värld misslyckas med att leva upp till deras ideal. I stället reser sig människan upp och försöker fullkomna världen, genom att bringa den i överensstämmelse med sina behov. Kort sagt: hon går till jobbet - åtminstone om hon bor i Kina. Jobb betyder här produktion av en konsumtionsvara, som på det ideala planet, i konsumentens huvud, uppträder i skepnad av ett föremål för hennes behov, för att nu uttrycka sig som Marx.

Dessa konsumtionsvaror känner vi igen i storstadskonsummentens "smarta prylar", hans smartphones och Apple-klockor, som drönarna från Amazon levererar i eleganta paket. Pengar

visar sig aldrig i denna vackra transaktion, utom idealt, i storstadskonsumentens huvud, när han läser priset på följesedeln. De verkliga pengarna, som dras från hans bankkonto, är varken synliga eller påtagliga.

Väl lämnad åt sin ensamhet, i sin minimalistiska lägenhet, är vår urbane konsument omsluten av idealitet och överklighet. Han kanske delar sitt behov med miljoner andra konsumenter, men det är ett abstrakt och specialiserat behov. Det sanna föremålet för storstadskonsumentens särskilda behov och begär är inte Apple-klockan, utan erkännandet från andra konsumenter, i form av "likes" på Instagram och "emojis" på Snapchat.

När den urbane konsumenten väl lyckats reducera sin sociala verklighet till den virtuella verklighet som inryms i internetbutiker, bitcoin-plånböcker och sociala medier löser han - intresseväckande nog - ett riktigt svårt filosofiskt problem. Detta problem är inget mindre än problemet med hur det ideala kan tillägna sig en alldeles egen immateriell verklighet.

Ironiskt nog ger detta nytt liv och ny élan till det idealistiska lägret - låt vara att deras ledare nu ser ut mer som Jean Baudrillard än Platon. Det ideala har en alldeles egen verklighet, en virtuell hyperrealitet, som är synlig och kanske till och med påtaglig, men som inte behöver inhämta godkännande från gamla tiders materiella verklighet.

Den virtuella världens ideala konsument är chockerande lik Nietzsches Sista Människa. Men till skillnad från Fukuyamas förutsägelser är storstadskonsumenten inte en ideal medborgare i en liberal stat, född att försvara dess idéer om demokrati, frihet och rättvisa. Nu och då kan även storstadskonsumenten dra ut på gator och torg för att protestera med sin favoritinfluencer, kanske en Madonna eller en Greta Thunberg, men bara för att omsätta denna aktivitet till ett behändigt innehåll som kan publiceras på nätet.

Denna märkliga varelse är inte och har aldrig varit en invånare i det fysiska rummet, utan är ett barn av och en arvtagare till cyberrymden. En gestaltlös, osynlig, oberörbar, oänd-

lig och allomfattande helhet, slående lik Platons hypodoche eller Kants metafysiska rum – vilket leder oss till föremålet för dagens diskussioner.

Åbo universitet

