

Erfaringen og dens genstand

Det moderne samfund med dets tilfældige kognitive systemer og begivenheder

Den gode oplevelse, hos manden med det hele, på vej, travlt optaget af at sikre sine muligheder for at fortsætte med at være travlt optaget af at være på vej, er god, uanset om den i praksis bidrager til negeringen af menneskehedens fremtidige muligheder. Hans oplevelse er sit eget billede på selvrealisering. Oplevelsen og erfaringen svarer ikke til noget.

Omverdenen, med dens betingende nødvendighed, luften med dens ilt, jorden med dens frugter, havet og undergrunden med vand og fisk står uden for, lige som miljøfanatikerne, ved tilkørslen til statens fine motorvej med sin tommelfinger i vejret. At samle hende op, og høre på hendes jammer virker selvbekræftende. Og når vejene atter skilles, fortsætter hun og han i hver sin verden, med hver deres realitetskonstruktion i hvert sit hoved, hvori de gensidigt er indpladseret, ham i hendes og hende i hans.

Oplevelsen svarer aldrig til sin genstand. Realiteten er i erkendelsesteoretisk konstruktivistisk forstand udtryk for systemintern fremmedreference.

Derfor må man her tale om tilpasning og funktion på andre måder end i traditionel korrespondenteoretisk forstand, hvis man vil bevare distinktionen mellem fungibel/ikke fungibel erkendelse.

Kun iagttagelser er sande eller falske, og da kun reflekteret på baggrund af sandhedskriterier, som ikke selv hæver sig ultimativt over andre (kriterier for kriteriers gyldighed ligger selv under for kriterier for kriteriers gyldighed osv.). Naturen, de kognitive systemers omverden, er bare, hverken sand eller falsk, altså noget helt tredje, hverken hendes eller hans erfaring, selv om de tilhøre den samme, hinandens verden.

Det moderne er et morads af uforenelige sandheder/iagttagede iagttagelser. For at se det moderne må man være ekstremt reflekterende, dvs. parat til at se erfaringen på dens forudsætninger, og gang på gang opleve at forudsætningerne virker bag om ryggen, at man altid kommer for sent i forsøget på at nå dem. For at se sig selv, som den der ser, må man være en anden eller stå forskudt tidsmæssigt i forhold til sig selv.

Den nu afdøde tyske sociolog og konstruktivist Niklas Luhmann, har holdt sig til den middelmådige litteratur, når han har fundet udtryk for de herskende semantiske strukturer op gennem tiderne. Nutidens orienteringsmønstre er eksemplarisk udtrykt i de uzensurerede elektroniske debatfora. Den ureflekterede selektivitet i omgang med data afslører her manifestationen af mangel på evne til at se sig selv som selektiv og ikke ret meget andet. I disse fora finder man det sande engagement.

Her kan man for alvor se, at den moralske oplevelse svarer til den smerte, man har, når man har det, som andre burde have haft det med sig selv. Moral er personlig smerte og ikke som nogle bilder sig selv ind, begrundet i det onde med hjemsted i det gode.

Verden er en sindstilstand, den eneste vi har, så længe den holder. Enhver, med tilstrækkeligt ondt et eller andet sted, vil være villig til at ofre det hele for at slippe af med smerten. Og hvis

tilstrækkeligt mange er blevet tilstrækkeligt provokeret *moralsk*, er de både i stand til og parat til at ofre det hele for at slippe af med smerten, og så er selvrealiseringen først for alvor ført ud over enhver forskel mellem godt og ondt.

Civilisationens udvikling afhænger af, hvordan den omgås sine paradokser. Det moderne samfund kan dårligt nok formulere det paradoks, som går på, at vore succeskriterier er selvnegerende.

Demokratiet siger os, at alle har noget at skulle sige, også dem (de fleste) der siger, at ikke alle har noget at skulle sige (man skal tale til alle/de fleste og derfor tie, hvis man har noget at sige, som ikke for længst er tæsket fast i gentagelsens ulidelige lethed). (paradoks)

Økonomiske succeskriterier fører til negering af økonomiens betingelser (omverdenen af mennesker og anden natur). Disse betingelser er af "ikke økonomisk karakter" og falder uden for den økonomiske tænkning, som derfor konstaterer, at det ikke kan betale sig at forholde sig til dem!

For at opnå/beholde *magten*, må politikerne bøje sig for dens logik og kysse de rigtige i numsen.(paradoks)

Hvem er han for øvrigt, vor Herre, når han har magt over sig selv? Er han sin egen slave, eller sin egen Herre. Han har brug for det andet for at herske, nyde. Han har brug for det fremmede. Magtens absolutte selv/jeg er et paradoks.

Hvis man vil sige det grimme må man tale pænt! (paradoks/god opførsel)

De fleste krige er blevet udkæmpet for freden.(paradoks)

Ind til videre hygger vi os i vort fællesskab med problemerne og jordens undergang, som er til for underholdningens skyld. Ellers så bliver det bare for uhyggeligt eller avisen går ned økonomisk. (hyggen er uhyggelig).

Budskab: "Medierne lever af at kunne sælge budskabet". Der er ikke noget odiøst i det. Det betyder bare at de er kommercielle virksomheder.

Men når de begynder at tale om medieskabte begivenheder og problemer, så er det udtryk for, at der er noget i medieverdenen, som den helst var foruden. Fx findes der problemer, som ikke sælger mediet, dvs. indhold som er svært at fremme omsætningen med. Det kan så passende tematiseres som kun medieskabt eller alt for spektakulært budskab. Medierne beskriver de ubekvemme temaer som medieskabte og tager afstand fra dem, samtidigt med at de er nødt til at beskrive sig selv, som om de var til for budskabet. Men det er de ikke. De er ikke til for noget, men orienterer sig som om de var nødt til at eksistere, eller som om de også havde en funktion midt i en agurketid.

Det er en underlæggende forudsætning for mediernes evne til at sælge budskabet, at det ikke bliver et manifest budskab, at det er en forudsætning for mediernes evne til at sælge budskabet, at budskabet er sat i verden for at blive solgt (paradoks). Brugere af medierne skal ikke vide, hvad de ikke kan vide om mediet uden at miste interessen for mediet. De skal orientere sig, som om ydelsen havde dens funktion, at informere, reflektere og underholde.

Angsten for ledigheden, angsten for at miste sit indkomme er konstituerende for arbejdsviljen. Men løn er mere end indkomst. De fleste er meget optaget af at gøre sig uundværlige. Det kan man ikke bebrejde dem. Det opleves som et sympatisk træk hos andre mennesker, at de viser, at de har brug for at andre har brug for dem. Og vi vil også gerne give dem løn, der forsøger på at gøre sig fortjent til den. Vi ser vor løn som andres påskønnelse af vor egen betydning for dem. Løn er selvrespekt. Markedet er de øjne vor selvrespekt hviler i. Der findes her ligefrem et mål for det. Som lønarbejder hedder det løn. Som medie hedder det seere, lyttere og læsere.

I mangel af bedre mål for kvalitet centrerer det moderne samfund sin selvbeskrivelse og bestræbsomhed omkring de nominelle mål for værdi. Det har sin egen tvivlsomme kvalitet. For det moderne truer på den måde med at negere sine egne muligheder i forlængelse af forsøget på at maksimere økonomisk vækst og forbrug ud i en absurd form for selvdestruktiv formålsløs formålsmæssighed.

Det, som er væsentligt i forhold til miljøproblematikken fx, er, at samfundet, det sociale system eller menneskeheden, om man vil, i kraft af sin udbredelse, sin succes, sin strukturerende effekt, sit volumen, nu udgør så stor en faktor i sin omverden, så omverdenen påvirkes og ændres i en hidtil uset grad, med uoverskuelige konsekvenser som følge for det sociale selv.

Det stiller den moderne rationalitet over for en helt ny udfordring, og den er også på den måde anbragt over for sin egen begrænsning. Det sociale systems erfaring svarer på ingen måde til genstanden for opmærksomhed, hverken når den refererer til sig selv eller til det kognitive systems omverden af betingelser. Værdien af herskende moderne succeskriterier kan betvivles.

Værdier fungerer utematiseret. Hvis værdidebatten overhovedet var i stand til at reflektere over den stiltiende antagelse, som dominerer alle fremherskende politiske grupperinger, nemlig den, at økonomisk vækst er udtryk for den primære målsætning i forhold til alt andet, så ville den åbne for muligheden for at se det sete som set, altså for muligheden for at se det sete som betinget af iagttagelsen/iagttageren.

Vækst var stiltiende og eksplicit den ultimative målsætning for både Adam Smith og Karl Marx. I dag er man ikke en gang i stand til at stille spørgsmålstejn ved det formålstjenlige i dyrkelsen af vækstidealet. Man dyrker det bare utematiseret uden debat, eller benægter, at det skulle have nogen som helst relevans overhovedet at debatterer det.

Det er karakteristisk for det moderne samfund, at det beskriver sig selv som oplyst og udogmatisk. Men under det hele ligger tabuet, forbudet mod at tvivle på det økonomiske ideal om vækst. Dette ideal figurerer utematiseret som trosindholdet fra den yderste venstrefløj og helt ud på den yderste højrefløj. Det faktum, at den sært stinkende form for moderne succes er blevet sit eget største problem, er et absolut tabu i det moderne samfund.