

وقتی حقیقت به کالا تبدیل می‌شود

دنیل تی. راجرز

با ظهور فن‌آوری‌های جدید ارتباطی و تکثیر رسانه‌ها و منابع اطلاع‌رسانی، در حال حاضر با حجم عظیمی از اطلاعات مواجه ایم، انبوه اطلاعات متناقضی که همه خود را به عنوان «حقیقت» مطرح می‌کنند. این وضعیت چه عواقبی دارد؟ و با چه تمهیداتی می‌توان با آن مقابله کرد؟

«پسا - حقیقت» (post-truth) ظنن تبلیغاتی جذابی دارد. شاید این دقیقاً تنها ایرادی است که هم این عبارت و هم روزگار ما دارند. ما در عصری عاری از حقیقت زندگی نمی‌کنیم. برعکس، در برهه‌ی سیاسی - فرهنگی‌ای هستیم که ادعا در باب حقیقت فراوان است و هرکدام از مدعیان هم بر درستی گفتارشان اصرار دارند. ما یک بازار آزاد حقایق درست کرده‌ایم، و این وضع مطلوبی نیست.

اگر بتوانیم در تاریخ اخیر آمریکا مقطعی را متصور شویم که ماهیت حقیقت مورد موشکافی قرار گرفته، این مقطع همان نسل بعد از ۱۹۶۰ است. در هردو فرهنگ عوام و فرهنگ دانشگاهی این باور که حقیقت امری متعلق به حوزه‌ی علوم یقینی است و ربطی به احوالات کاوشگران حقیقت ندارد شروع به متزلزل شدن کرد. دانشمندان علوم اجتماعی یاد گرفتند که به روش‌های‌شان با دید انتقادی‌تری نگاه کنند. انسان‌شناسان فهمیدند که نمی‌توانند موضع خود را بیرون از تحقیقات قوم‌شناختی خود متصور شوند. مورخان آموختند که در بایگانی‌ها هم مطالب ساختگی هست و هم واقعیت. سرمشق‌ها یا «پارادیم‌ها»، به تعبیر توماس کوون، همان «دنیا‌های فرضیه‌پردازی» مختلفی را شکل می‌دهند که عرصه‌ی دانشمندان علوم طبیعی در چارچوب آن‌ها فعالیت می‌کنند. هرچه بیشتر روشن می‌شد که، هیچ‌یک از جویندگان حقیقت نمی‌تواند کاملاً از بند دیدگاه‌ها و تجربیاتی که با خود به همراه دارد رهایی یابد. چیزی که «طبیعی» به نظر می‌رسید اغلب اصلاً طبیعی نبود، بلکه محصول فرهنگ و فرضیاتی بود که به زبان نمی‌آمد.

کورت وونگات در آغاز آن عصر گفته بود: «با من از حقیقت حرفی نزن، من هم با تو از حقیقت حرف نخواهم زد.» البته، وهله‌ای که توماس کوون، ریچارد رورتی، استنلی فیش، و نویسنده‌ی پرخردارترین اعلان، یعنی «من "خوب" هستم، شما هم "خوب" هستید»،^۱ از آن سخن می‌گویند می‌تواند به عنوان مصداق «نسبیت‌گرایی محض» خیلی هم مضحک باشد، اما خودنقادی (انتقاد از خود) ثمرات فراوانی هم به بار آورده است. معرفت‌شناسان

^۱ اشاره به عنوان کتابی از توماس ای. هریس که به فارسی با عنوان وضعیت آخر توسط اسماعیل فصیح ترجمه شده است. این کتاب درباره‌ی تحلیل رفتار متقابل است و این که چگونه درک ما از خود شخصیت‌مان را شکل می‌دهد و نهایتاً روی رفتارهای متقابل و تعاملات ما تأثیرگذار می‌شود. م.

آثارش نیست آن عصر هرگز تعداد زیادی نشدند. برای بسیاری از کسانی که می‌کوشیدند از طریق سیاست و معرفت‌شناسی به دنیایی ورای امور یقینی اندیشه کنند، حقیقت نمرده بود. لازم بود که در مورد حقیقت بحث و جدل شود. حقیقت در مباحثه، مناظره، و گفت‌وگو شکل می‌گیرد. حقیقت موقتی، متکثر، و در معرض تغییر و تکمیل، و مستعد مواجهه با دیدگاه‌ها و نقدهای جدید و بازآزمایی است. حقیقت‌جویی به شک نیاز دارد، مستلزم استقبال از فرضیات گوناگون است، و صبر می‌خواهد. حقایق پسا-پوزیتیویستی و پسا-ایدئولوژیک طی یک فرایند تحقیقی با چاشنی خود-انتقادی شکل می‌گیرند. در آزمایشگاه‌ها، در کارهای عملی اجتماعی، یا همایش‌های مربوط به علوم انسانی، استادان به دانشجویان می‌آموختند که در جست‌وجوی چنین حقیقت‌هایی باشند.

آن روحیه‌ی حقیقت‌طلبی که محصول گفت‌وگو و جست‌وجوی نقادانه بوده مشخصه‌ی وضعی نیست که در آن به سر می‌بریم. فضای فرهنگی - سیاسی سرشار است از ادعاهای حقیقتی که با هم در رقابت اند، با خشم حضور خود را فریاد می‌زنند، و سر سوزنی تردید در آن‌ها وجود ندارد. حالا هر چه قدر هم که دیدگاه‌های علمی صائب باشند، آیا گرم شدن جهان واقعیت دارد؟ آیا جهانی شدن به شکل مهلکی اقتصاد آمریکا را از پا در آورده است؟ آیا نژادپرستی «پایان» یافته است؟

دروغ‌گویی یکی از چیزهایی است که دنیای اطراف ما را انباشته است؛ نامحسوس‌تر و مهلک‌تر از آن که هرگونه دموکراسی بتواند نهایتاً در برابرش ایستادگی کند. اما دروغ‌گویی امری قدیمی در عرصه‌ی سیاست‌ورزی دموکراتیک است. شخصیت‌های برجسته برای حفظ منافع ملی دروغ می‌گویند (خلیج خوک‌ها را در نظر بگیرید)، دروغ می‌گویند تا بتوانند از پایگاه رأی خود حفاظت کنند (واترگیت را تصور کنید)، دروغ می‌گویند برای این که در دنیایی زندگی می‌کنند که ژست‌ها و بزرگ‌نمایی‌ها در آن ارزشی تعیین‌کننده دارند (جوزف مک‌کارتی را به خاطر آورید). روزنامه‌های شایعه‌پرداز از دیرباز با تخطی از دایره‌ی حقیقت‌گویی کسب معاش می‌کنند. حقیقت‌های نصفه‌نیمه انبوه هواداران سیاسی را بسیج می‌کنند، چه در قالب تصویری از صرافانی باشند که دسته دسته به معابد می‌روند و چه به شکل کمونیست‌هایی که در هر سوراخی کمین کرده‌اند.

«توهم توطئه» نیز سابقه‌ی بسیار طولانی در سیاست‌های دموکراتیک دارد. قاموس جنگ سرد پر است از فرضیات حاکی از توطئه. هم کاتولیک‌ستیزی و هم یهودی‌ستیزی در بستر کابوس‌های روابط زیرزمینی پیچیده و براندازانه رونق پیدا کرده‌اند. عامل موفقیت «انقلاب آمریکا» هم این احساس فزاینده‌ی میهن‌پرستان بود که آن‌چه آن‌ها را تهدید می‌کند نه این مالیات یا آن قانون بلکه یک توطئه‌ی تمام و کمال بوده است، (آن طور که پیش‌نویسان قانون اساسی کارولینای جنوبی در سال ۱۷۷۶ بیان می‌کنند)، توطئه‌ای برای «فروکاستن مرتبه‌ی آن‌ها از مقام افراد آزاد به پست‌ترین مدارج بردگی».

بخشی از تفاوتی که دوره‌ی ما با دوران گذشته دارد در این است که اکنون می‌توان با سرعت و بُرد زیاد نسخه‌ی مختلف دلخواه از حقیقت را منتشر کرد. نفوذ و تأثیر حامیان محلی **انجمن جان برچ** در دهه‌ی ۱۹۶۰ محدود به توان این محفل برای جذب افرادی بود که حرف‌های اعضای را بشنوند و باور کنند. اینترنت و گوشه‌های هوشمند

حالا کاملاً آن وضع را دگرگون کرده‌اند. واقعیت‌هایی که در گوشه و کنار این جهان تولید می‌شوند از طریق دنیای مجازی در هر کجا می‌توانند مورد استفاده قرار گیرند و همچنان بدون هیچ حد و مرزی دست به دست شوند. این دنیا همان دنیای خالی از خطر و یک‌پارچه‌تری نیست که بسیاری از پیش‌گوه‌های عرصه‌ی علوم فنی در دهه‌ی ۱۹۷۰ رؤیای آن را در سر داشتند. همان فن‌آوری‌ای که احتمالاً امکان گفت‌وگو را افزایش داده است، و احتمالاً توانسته است فرهنگ‌ها و افراد دور از هم را یاری کند تا نسبت به هم درک بیشتری پیدا کنند، حالا به شکل غیرمنتظره‌ای بر شدت این جدایی‌انها افزوده است. سال‌ها پیش، بندیکت اندرسون در نوشته‌ای روزنامه‌ها را فن‌آوری مهمی در خدمت اتحاد ملی خوانده بود. سیاست‌های کلان ملی، اخبار روز ورزشی، و اوضاع متغیر آب‌وهوای محلی، همه به ستون‌های روزنامه‌ها راه پیدا کرده‌اند. تصور اجتماعی یک خواننده‌ی روزنامه، به طور ناخودآگاه، چنان وسعتی پیدا کرده که پذیرای همه‌ی این مطالب است.

حجم انبوه اطلاعات در فضای معاصر ما باعث شده است که از آن طرف بام بیافتیم. علت‌اش هم این است که الان تعداد منابع برای دریافت حقایق آن قدر زیاد شده است که فرد نمی‌تواند خودش در مورد آن‌ها بررسی و تحقیق کند؛ در عوض، به وب‌سایت‌های خبررسانی که می‌شناسد می‌رود و به همان‌ها هم اعتماد می‌کند، همان‌ها که یک‌راست «حقیقت ماجرا» را می‌گویند. مخاطبان این حقیقت‌ها را می‌پذیرند و با هیچ چیز دیگر کاری ندارند. این تناقض موجود در جهانی است که اجزای آن پیوندهای هرچه تنگاتنگ‌تری پیدا کرده‌اند، جهانی که به ایجاد توده‌هایی از مصرف‌کنندگان اطلاعات تمایل دارد، و این توده‌ها اجتماعاتی متشکل از یقین‌های به‌هم‌پیوسته اند که از لحاظ جغرافیایی پراکندگی بسیار بیشتر و به لحاظ فکری ارتباط بسیار نزدیک‌تری دارند.

اما هیچ فن‌آوری‌ای فی‌نفسه تعیین‌کننده نیست. مشخصه‌ی نظام‌های فن‌آورانه‌ی روزگار ما فقط فراوانی اطلاعات نیست بلکه مهم‌ترین جنبه‌ی آن جنبه‌ی بازاری آن است. چنین جنبه‌ای در بخش عمده‌ی اوضاع معاصر ما دیده می‌شود. موفقیت یک دانشجوی علوم رایانه‌ای در جمهوری دورافتاده‌ی گرجستان که سر زبان‌ها افتاده مثال بارزی است از ظهور بازار جهانی حقایقی که بلافاصله جلب نظر می‌کنند: او برای گرفتن تبلیغات اینترنتی، اخبار جعلی و تحریف‌شده‌ای از انتخابات آمریکا منتشر کرد و توانست خواننده‌های فراوانی پیدا کند. تبلیغات به سوی هر خبری که می‌درخشد روانه می‌شوند.

هنوز بازار مدرن حقیقت بیشتر تابع امیال فردی است تا زنجیره‌های سود. نرخ حقایق با تعداد کلیک‌ها مشخص می‌شود. آن‌ها حامل تمام خواسته‌های افراد هستند. آن‌ها به دل انبوه اطلاعات می‌زنند و فقط حقایقی را با خود به ارمغان می‌آورند که خود فرد به دنبال‌شان بوده است. همه‌ی خواسته‌ها در این فضا برآورده می‌شوند. بازآرایی جامعه و تخیل اجتماعی در راستایی به موازات این گرایش‌های بازاری، که چنین به سرعت شتاب گرفته‌اند، به نوعی به نقطه‌ی اوج رسیده است. اما در این بازسازی حقیقت‌ها به عنوان کالاهای بازاری، آن «دست نامرئی» را که بتواند اجناس را از هم سوا کند در هیچ کجا نمی‌توان پیدا کرد. هیچ گفت‌وگویی وجود ندارد. هیچ گفتمانی در کار نیست. فرضیات رقیب اصلاً مورد ارزیابی قرار نمی‌گیرند. حقایق از کنار هم رد می‌شوند بدون این که نقطه‌ی تماسی با هم داشته باشند، و به سوی خریداران اختصاصی‌شان ره‌سپار می‌شوند.

ایده‌ی سیاست‌ورزی به مثابه‌ی یک عمل ژرف‌اندیشانه در روند این ماجرا بی‌ارزش می‌شود، ایده‌ای که انسان‌ها به اتکای آن باید، با وجود خواسته‌ها و خاستگاه‌های قطعاً مختلف‌شان، دست به عمل بزنند، باید راه‌شان را به سوی مقصدی پیدا کنند که هیچ کدام‌شان پیشاپیش انتظار آن را نداشته‌اند. ما روی حقایق کلیک می‌کنیم. در روند این ماجرا، ما همان کاراکتری را هرچه بیشتر فربه می‌کنیم که اکنون بخش عمده‌ی تفکرات و تصورات در علوم اجتماعی معاصر را شکل می‌دهد: «خویش‌تن انتخاب‌کننده». اما در جایی انتخاب حقایق آشکارا امری فردی و سلیقه‌ای است، جایی که فرایندهای تحقیق و پژوهش به حاشیه رانده می‌شوند، جامعه متلاشی می‌شود؛ و همچنین حقیقت.

برگشتن از این وضعیت به همین سادگی نیست که وقتی متوجه یک دروغ شدیم، در مورد آن هشدار بدهیم. با جنگیدن برای اعلام حقیقت در قسمت نظرات (کامنت‌ها) هم نمی‌توانیم وضع را درست کنیم، آن هم در جایی که با نظرات اغراق‌شده و به شدت متضادی مواجه ایم که شاید ثبت‌کننده‌ی آن‌ها اصلاً انسان‌ها نباشند. راه حل اقتصاددانان برای بهبود بخشیدن به کارکرد ناقص بازارها این است که ابزارهایی برای افزایش دادن شفافیت آن‌ها تدارک ببینیم.

در دوران پرهیاهوی دیگری هم، یک قرن پیش، بنیان‌گذاران مؤسسات عمومی و خصوصی مجموعه‌ای قوی از وسایل و ابزارها مهیا کردند تا به یاری آن‌ها بتوان انبوه ادعاها در مورد کالاهای بنجل یا خوش‌ساخت‌تر، اکسیرهای دارویی واقعی یا بی‌خاصیت، و موقعیت‌های سرمایه‌گذاری شیادانه یا مطمئن‌تر را بررسی کرده و بین آن‌ها تفاوت‌گذاری کرد. دفاتر مستقل امتیازدهی، آزمایشگاه‌های تحقیقی دانشگاه‌ها، و آژانس‌های آمارگیری تأسیس شدند تا مجموعه‌ی مشترکی از معیارها و سنجه‌ها برای ارزیابی به دست دهند. این نهادها و همتایان مدرن آن‌ها به صورت بالقوه هنوز می‌توانند یافته‌های‌شان را به هر خانوار و هر مکالمه‌ای تزریق کنند. اما هنگامی که اعتبار نخبگان دانشگاهی و آمار و اطلاعات دولتی در بازار تبادل اطلاعات صرفاً به عنوان مجموعه‌ای دیگر از حقایق مخدوش با چالش‌های جدی رو به رو شود، توانایی آن‌ها برای تحمیل شفافیت به بازار آزاد حقایق از بین می‌رود. وقتی که هر داوری باید برای بقا در بازار ارزیابی بچنگد، چه کسی در خصوص اخبار اغراق‌شده و ساختگی قضاوت خواهد کرد؟

پیدا کردن راه برگشت‌مان به مفهوم «حقیقت» به عنوان محصول یک فرایند همگانی جست‌وجو و بحث و تأمل آسان نخواهد بود. برای این منظور به یک دوره‌ی بازنویسی قوانین بازار و نهادسازی نیاز داریم. این فرایند همراه با تولد دوباره‌ی آن نوع بازار متقابلی خواهد بود که مؤسساتی مثل ویکی‌پدیا را سر پا نگه می‌دارد، آن هم در جوی که آکنده از غوغای «حقیقت‌های انتخابی» است. نیاز به ایثاری دوباره هست برای رسیدن به هدف، هدفی که فراهم آوردن ابزارهای پرسش و تحقیق و بحث جمعی در همه‌ی سطوح آموزشی، از کلاس‌های درس مدارس ابتدایی تا آزمایشگاه‌ها و همایش‌های علمی در سطح آموزش عالی، است. این بازگشت به حقیقت نیازمند متخصصان صبور و فروتنی است که کمتر دنبال بازارگرمی باشند.

بیش از هر چیز دیگری، دستیابی به این هدف مستلزم توجه دوباره به پیچیدگی‌های حقیقت و فرایندهایی است که از طریق آن‌ها به جست‌وجوی حقیقت می‌رویم. تا وقتی که می‌توانیم با کلیک کردن حقیقتی که دوست داریم را انتخاب کنیم، تا زمانی که حقیقت را نوعی بر آوردن امیال در یک بازار اشباع‌شده‌ی سیاسی و اقتصادی ببینیم، همچنان با وفور داده‌هایی مواجه خواهیم بود که به عنوان حقیقت انگاشته می‌شوند. در چنین شرایطی، هرکسی به آن چیزی که می‌خواهد می‌رسد، و در نتیجه ساختار جامعه - و اعتماد مردم به حقیقت - از بین خواهد رفت.

برگردان: شهاب بیضایی

دنیل تی. راجرز استاد بازنشسته در رشته‌ی تاریخ در دانشگاه پرینستون آمریکا است. آنچه خواندید برگردان این نوشته‌ی او است:

Daniel T. Rodgers, 'When Truth Becomes a Commodity,' *The Chronicle of Higher Education*, 15 January 2017.