

سواد تصنیعی

هر وقت هر کسی از هر چیزی سخن می‌گوید ما باید تظاهر کنیم درباره آن چیزی می‌دانیم. واقعا دروغ محسوب نمی‌شود اگر در مهمانی، همکارانمان درباره فیلم یا کتابی صحبت می‌کنند سرمان را بالا و پایین ببریم که یعنی من هم درباره آن مطالعه کرده‌ام.

آیا در عصر اینترنت باسوادتر شده ایم؟

هر وقت هر کسی از هر چیزی سخن می‌گوید ما باید تظاهر کنیم درباره آن چیزی می‌دانیم. واقعا دروغ محسوب نمی‌شود اگر در مهمانی، همکارانمان درباره فیلم یا کتابی صحبت می‌کنند سرمان را بالا و پایین ببریم که یعنی من هم درباره آن مطالعه کرده‌ام. این در صورتی است که همکارانمان هم درباره آن فیلم یا کتاب فقط نظرات نیشدار کس دیگری را در شبکه اجتماعی تایم لاین یا فیدخوانش بازگو می‌کنند. کارل تارو گرینفلد، ژورنالیست ژاپنی، ادعا می‌کند ما به شکلی خطرناک به نوعی تقلید از دانایی نزدیک می‌شویم، دانایی ای که در واقع الگوی جدیدی از نادانی است.

کاری از دستم بر نمی‌آید. هر چند هفته یک بار همسر من از آخرین کتابی که در انجمن کتابشان می‌خواند نام می‌برد و هر چه باشد فرقی نمی‌کند، چه آن را خوانده باشم یا نه، نظری درباره آن اثر می‌دهم که کاملاً بر پایهٔ $\…$ راستی بر چه پایه ای است؟ معمولاً حتی یک معرفی یا نوشته هم درباره این کتاب ها نخوانده ام اما به راحتی کلی درباره عظمت چریل استرید [۲] یا احساسات حساب شدهٔ ادویگ دانتیکت [۳] فک می‌زنم. ظاهراً این خرده داده‌ها از این سو و آن سو، از آسمان آمده‌اند، یا واقع بینانه‌تر این است که بگویم از رسانه‌های اجتماعی متنوع سرچشمه گرفته‌اند.

ماجرای زد و خورد سولانگ نولز [۴] و جی-زی [۵] در آسانسور چه بود؟ من فیلم دوربین امنیتی در سایت تی ام زد [۶] را تماشا نکردم- آخر خیلی وقت می‌گرفت- اما آن قدر گفت وگوها را مرور کرده‌ام که بدانم سولانگ عکس‌های خواهرش، بیانسه [۷] را در اینستاگرام منتشر کرده است. فصل جدید «بازی تاج و تخت [۸]» چطور؟ آیا پاپ فرانسیس یک کشیش پست مدرن است؟ هیچ وقت هیچ کدام از سخنرانی‌هایش را گوش نداده‌ام یا صحبت‌های «۶۰ دقیقه ای» اخیرش را ندیده‌ام اما به خیلی از فیلم‌های توئیتر او در @Pontifex نگاهی انداخته‌ام و حالا می‌توانم بگویم که جایگاهش در نابرابری و عدالت اجتماعی به طور چشمگیری رو به پیشرفت است.

هیچ وقت نمی‌توانستم به این راحتی وانمود کنم که خیلی چیز می‌دانم، بدون اینکه واقعا چیزی بدانم. ما به مطالب موضوعی و مرتبط در فیس بوک، توئیتر یا ایمیل‌های خبری نوک می‌زنیم و بعد آن‌ها را نشخوار می‌کنیم. به جای تماشای «مردان دیوانه [۹]» یا مسابقات فوتبال سوپر بول [۱۰] یا مراسم اسکار [۱۱] یا مناظرهٔ ریاست جمهوری، می‌توانید به راحتی توئیتر لحظه به لحظه دیگران از آن را تماشا کنید یا اصلاً روز بعد خلاصه‌اش را بخوانید. مطالبی که بیشتر رویشان کلیک شود، معیارهای فرهنگی ما را تعیین می‌کنند. ای. دی. هرش جونیور [۱۲] در کتاب سال ۱۹۸۷ خود «سواد فرهنگی: آنچه هر آمریکایی باید بداند [۱۳]»، فهرست ۵۰۰۰ مفهوم و نام اصلی را آورده است که افراد تحصیل کرده باید با آن‌ها آشنا باشند. (یا دست کم این چیزی است که فکر می‌کنم نوشته باشد، چون در واقع خودم این کتاب را نخوانده‌ام.) کتاب آقای هرچ در کنار اثر هم عصرش «بستن ذهن آمریکایی [۱۴]» نوشته آلن بلوم [۱۵]، به این نکته اشاره دارند که سواد فرهنگی سنگ بستر ارزش‌های مشترک ماست.

آنچه برای ما که بر امواج پتابایتی داده‌ها شناوریم، اهمیت دارد لزوماً این نیست که واقعا این مطالب دست اول را مصرف کرده باشیم بلکه تنها این است که بدانیم اصلاً چنین چیزهایی وجود دارند و درباره‌شان یک نظری داشته باشیم و بتوانیم در گفت‌وگوها شرکت کنیم. ما به شکلی خطرناک به نوعی تقلید از دانایی نزدیک می‌شویم، دانایی ای که در واقع الگوی جدیدی از نادانی است.

اکنون فشاری دائمی را بر خود احساس می‌کنیم، فشار برای به اندازه کافی دانستن، آن هم در تمام اوقات، تا مبدا به عنوان بی‌سوادان فرهنگی شناخته شویم. تا بتوانیم از بالا و پایین رفتن در آسانسور، ملاقاتی شغلی، سرک کشیدن در آبدارخانهٔ دفتر کار و مهمانی کوکتل به سلامت بگذریم، تا بتوانیم پست بگذاریم، نظر بدهیم و متن بفرستیم طوری که انگار واقعا دیده‌ایم، خوانده‌ایم، تماشا کرده‌ایم و گوش داده‌ایم. آنچه برای ما که بر امواج پتابایتی داده‌ها شناوریم، اهمیت دارد لزوماً این نیست که واقعا این مطالب دست اول را مصرف کرده باشیم بلکه تنها این است که بدانیم اصلاً چنین چیزهایی وجود دارند و درباره‌شان یک نظری داشته باشیم و بتوانیم در گفت‌وگوها شرکت کنیم. ما به شکلی خطرناک به نوعی تقلید از دانایی نزدیک می‌شویم، دانایی ای که در واقع الگوی جدیدی از نادانی است.

داستان روز احق‌های آوریل [۱۶] وب سایت رادیوی ملی آمریکا [۱۷] «چرا آمریکایی‌ها دیگر نمی‌خوانند؟ [۱۸]» روی فیس بوک دست به دست پخش شد، اهالی طنز لینک این مطلب را آنجا گذاشتند و بقیه هم در نظرات، کلی بر سر این لینک بحث کردند و مدعی شدند که اهل مطالعه‌اند و با اوقات تلخی لینک را با توصیه‌هایی مثل «این داستان را بخوانید!» به اشتراک گذاشتند، بدون اینکه اصلاً خودشان روی مطلب کلیک کرده باشند تا نکته‌اش را بفهمند و متوجه شوند همه چیز یک شوخی بوده: «گاهی اوقات حس می‌کنیم بعضی افرادی که دربارهٔ داستان‌های ان پی آر نظر می‌گذارند اصلاً آن‌ها را نخوانده‌اند. اگر دارید این مطلب را می‌خوانید لطفاً گزینۀ پسندیدم را بزنید و درباره‌اش نظر دهید. حالا بگذارید ببینیم مردم چه دارند دربارهٔ این «داستان» بگویند.»

طبق بررسی اخیر موسسهٔ مطبوعات آمریکایی [۱۹]، از هر ۱۰ آمریکایی، تقریباً ۶ نفر تأیید می‌کنند که فقط عنوان خبرها را می‌خوانند- من که باور می‌کنم، چون خودم هم تنها از روی عنوان این مطلب در واشنگتن پست [۲۰] رد شدم. بعد از اینکه نگاهی گذرا می‌اندازیم، به اشتراک می‌گذاریم. معمولاً نظردهنده‌ها، مطلب خود را با این جمله آغاز می‌کنند TL;DR یعنی «خیلی طولانی بود؛ نخواندمش» و بعد شروع می‌کنند به اظهار نظر دربارهٔ موضوع مورد بررسی. آن طور که تونی هیل [۲۱]، مدیر ارشد اجرایی چارتیبت شرکت تحلیل ترافیک وب اخیراً اشاره کرده است: «هیچ رابطهٔ دوطرفه‌ای میان اشتراک‌های اجتماعی و مردمی که واقعا مطالب را می‌خوانند پیدا نکرده‌ایم.» (این را در توئیتر نوشته است.)

معمولاً نظردهنده‌ها، مطلب خود را با این جمله آغاز می‌کنند TL;DR که یعنی «خیلی طولانی بود؛ نخواندمش» و بعد شروع می‌کنند به اظهار نظر دربارهٔ موضوع مورد بررسی. آن

طور که تونی هیل [۲۱]، مدیر ارشد اجرایی چارتبیت شرکت تحلیل ترافیک وب اخیراً اشاره کرده است: «هیچ رابطه دوطرفه ای میان اشتراک های اجتماعی و مردمی که واقعا مطالب را می خوانند پیدا نکرده ایم.» این واقعا دروغ محسوب نمی شود که در مهمانی کوکتل یا وقت نوشیدن نوشیدنی که همکارمان از فیلم یا کتابی نام می برد و ما آن را اصلاً ندیده و نخوانده و حتی چکیده ای از آن را مرور نکرده ایم، سرمان را بالا و پایین ببریم. به احتمال خیلی زیاد خود آن شخص هم فقط دارد نظرات نیشدار کس دیگری را در شبکه اجتماعی تایم لاین یا فیدخوانش بازگو می کند. تمام این ارتباطات شخصی در برخی خرده اطلاعاتی ریشه دارند که در جریان مرور روزانه اپ های آی فون به دست آمده اند. چه کسی دلش می خواهد قانون شکنی کند و از سرعت همه چیز بکاهد و بپذیرد که هرگز کتابی از ملکولم گلدول [۲۲] نخوانده و شاید اصلاً نمی فهمد «گلدولیین» یعنی چه- با اینکه گاهی خودش هم این واژه را به کار می برد؟

هر وقت هر کسی از هر چیزی سخن می گوید، ما باید تظاهر کنیم که در آن باره چیزهایی می دانیم. داده های اطلاعاتی به پول ما بدل شده اند. (پول دیجیتال بیتکوین [۲۳] مثال مناسبی است از چیزی که همه مان درباره اش سخن می گوئیم اما به نظر نمی رسد کسی واقعا از آن سر در بیاورد، دقیقاً منظورم همین است.)

از میان ما کسانی که در کار تجارت جمع آوری، توزیع و در غیر این صورت خرید و فروش اطلاعات هستند شاید از جمله بدترین مجرمان باشند. اخیراً تلفنی با ویراستاری صحبت می کردم که از نوشته نویسنده ای برجسته نام برد. مدعی شدم که مطلب را خوانده ام. بعد در طول مکالمه فهمیدم که مقاله اصلاً هنوز چاپ نشده بود و اصلاً نمی توانستم آن را خوانده باشم. آن وقت دیگر موضوع صحبتمان عوض شده بود و درباره مقاله احتمالی ای که درباره یک سیاست مدار کالیفرنایی چاپ می شد حرف می زدیم، کسی که در سوای پیچیده ای گیر افتاده بود. نام کوچکش را هیچ کداممان به خاطر نمی آوردیم. آیا این مطلب مانع از این شد که زیرکانه درباره موافقان و مخالفان این داستان بالقوه صحبت کنیم؟ البته که نه. هر وقت هر کسی از هر چیزی سخن می گوید، ما باید تظاهر کنیم که در آن باره چیزهایی می دانیم. داده های اطلاعاتی به پول ما بدل شده اند. این مسئله قابل درک است که شاید یک طرف و یا حتی دو طرف گفتگو درستی از آنچه درباره اش صحبت می کنند نداشته باشند. همه ما بیش از حد مشغول هستیم، مشغول تر از تمام نسل های گذشته، کافی است پاسخ های عجله ای را که به بیشتر ایمیل ها داده می شود در ذهن بیاوریم (تازه اگر پاسخی دریافت کنیم). و چون وقت زیادی را صرف زل زدن به تلفن و صفحه نمایش می کنیم و پیام های متنی و صوتی می گذاریم تا بگوئیم که چقدر سرمان شلوغ است، دیگر فرصت مراجعه به هیچ متن دست اولی را پیدا نمی کنیم. به جایش به ملاحظات سرسری «دوستان» مان و یا افرادی که «دنبال کننده» آنها هستیم یا، حُب، هر کسی که شد، اتکا می کنیم.

چه کسی تعیین می کند چه بدانیم، چه نظرانی را ملاحظه کنیم و چه عقایدی را با اندکی تغییر به عنوان ملاحظات خودمان بیان کنیم؟ ظاهراً الگوریتم ها، زیرا گوگل، فیس بوک، توئیتر و باقی مجموعه پسا صنعتی رسانه های اجتماعی بر این ابزارهای ریاضی پیچیده استوارند تا آنچه را در واقع می خوانیم و می بینیم و می خریم تعیین کنند.

ما نظرات خود را به این حلقه داده واگذار کرده ایم که امکان می دهد در یک مهمانی شام با اطمینان سر جایمان بنشینیم؛ من و شما ظاهراً داریم درباره فیلم «هتل بزرگ بوداپست [۲۴]» صحبت می کنیم اما در واقع داریم اطلاعات رسانه های اجتماعی را با هم مقایسه می کنیم چراکه هیچ کدام آن را ندیده ایم. آیا تا به حال کسی در جایی پذیرفته که در یک مکالمه کاملاً سرگشته است؟ نه. ما سر تکان می دهیم و می گوئیم: «بله اسمش را شنیده ام» یا «به گوشم آشناست» که اغلب معنایش این است که با موضوع مورد بحث کاملاً نا آشنا هستیم.

زمانی بود که می دانستیم عقایدمان را از کجا بگیریم. در دوره هشتم کلاس انگلیسی، تکلیفمان «داستان دو شهر [۲۵]» بود و با این که از رمان لذت هم می بردیم، یاد می گرفتیم که آثار کلاسیک چارلز دیکنز [۲۶] را با جستجوی نمادگرایی در متن بخوانیم. یک روز عصر که در کتابخانه و مشغول پیدا کردن نمادها بودم، به چند تن از همکلاس هایم برخوردیم که از جیب هایشان جزوه های زرد و سیاه تاشده ای را بیرون می آوردند که رویشان نوشته شده بود «کلیفیس نوتس [۲۷]» [مجموعه کتاب های راهنمای مطالعه برای دانش آموزان] و زیر آن عنوان رمان دیکنز در حروف کتابی بزرگ به چشم می خورد. آن «راهنمای مطالعه» یک وحی منزل بود.

طرح داستان، شخصیت ها، حتی نمادها، همه در بندها و نکات فوری آمده بودند. من یک شبه کلیفیس نوتس را خواندم و مقاله ام را با نمره ب نوشتم بدون این که اصلاً خواندن خود رمان را تمام کنم. در آن دوره قرار نبود، در آن سند فرهنگی عینی غوطه ور شویم بلکه فقط بنا بود آن را بکاویم تا به مواد معدنی و قیمتی برسیم &ndash؛ داده ها، خرده اطلاعات، هر آنچه لازم است بدانیم- و بعد آن ها را در بازار آزاد به فروش برسانیم.

با شروع هر کدام از فناوری های نو &ndash؛ چاپ سربی، رادیو، تلویزیون، اینترنت- خیلی از افراد تأسف خوردند که پایان کار دست نوشته های روشن فکرانه، کتاب ها، مجلات و روزنامه ها نزدیک است. آنچه الان تغییر کرده، این است که دیگر فناوری در همه جا حضور دارد و دارد جایگزین تمام رسانه های پیشین می شود.

اطلاعات همه جا هستند، منابع دائمی همیشه در دستمانند، توی جیمان، روی صفحه نمایشمان، در اتومبیل هایمان، حتی بالای ابرها. جریان داده ها را نمی توان مسدود کرد. این موج فزاینده واژه ها، حقایق، لطیفه ها، عکس های اینترنتی، شایعات و نظرات در زندگیمان سرازیر می شود و ما را به غرق شدن تهدید می کند. شاید همین ترس از غرق شدن است که پشت این همه اصرار به اینکه ما دیده ایم، خوانده ایم و می دانیم پنهان شده. خبر نه چندان متقاعدکننده این است که ما هنوز هم شناوریم. پس به این جا رسیده ایم، ناامیدانه دست و پا می زنیم و در خصوص الگوهای فرهنگ عمومی بررسی هایی انجام می دهیم، زیرا پذیرفتن این که عقب افتاده ایم، که درباره حرفی که کسی می زند چیزی نمی دانیم، که درباره تصویری که بر صفحه می آید چیزی برای گفتن نداریم، مثل این است که مرده باشیم.

پی نوشت ها:

[1] KARL TARO GREENFELD

کارل تارو گرینفلد، رمان نویس و ژورنالیست مشهور ژاپنی است که تاکنون هشت کتاب از وی به چاپ رسیده است. برخی کتاب های او به ۱۲ زبان ترجمه شده است. علاوه بر این گرینفلد سالیان متمادی با نشریاتی همچون تایم، نشنال، واشنگتن پست، وال استریت ژورنال &hellip؛ همکاری داشته است.

[۲] Cheryl Strayed

[۳] Edwidge Danticat

[۴] Solange Knowles

[۵] Jay-Z

[۶] TMZ

[۷] Beyoncé

[۸] Game of Thrones

[۹] Mad Men

Super Bowl [۱۰]

Oscars [۱۱]

E. D. Hirsch Jr [۱۲]

Cultural Literacy: What Every American Needs to Know [۱۳]

The Closing of the American Mind [۱۴]

Allan Bloom [۱۵]

April Fools’ Day [۱۶]

NPR [۱۷]

;ldquo;?Why Doesn’t America Read Anymore”& [۱۸]

American Press Institute [۱۹]

Washington Post [۲۰]

Tony Haile [۲۱]

Malcolm Gladwell [۲۲]

Bitcoin نوعی شبکهٔ پرداخت نوآورانه و نوعی جدید از پول است [۲۳]

The Grand Budapest Hotel [۲۴]

A Tale of Two Cities [۲۵]

Charles Dickens [۲۶]

Cliffs Notes [۲۷]