

جوو وایزنتهال

مترجم: محمد هادی

وحشتی پس از انتخابات ریاست جمهوری آمریکا، به جان رسانه‌ها افتاده است. وحشت شیوع اخبار ساختگی در دنیای رسانه‌های اجتماعی، گزارشگران این انتخابات را از زوایای گسترده به تحلیل نشستند، بلکه بفهمند چگونه خورجین دستفروشان اطلاعات کاذب، از کالیفرنیا تا قفقاز پرشد، و یا چگونه این خدعه در حال انتشار است و زنگ خطر را در نظریه رسانه و اموری از این دست به صدا درآوردند.

درک نگرانی ژورنالیست‌ها چندان هم دشوار نیست. چه از سویی، عمده‌ی گزارشگران در پی اطلاع رسانی به عامه مردم هستند. اما از سوی دیگر اغراض شخصی در کمین نشسته‌اند، بدین معنا که اخبار کذب، اعتبار ژورنالیست‌ها را به عنوان خادمان حقیقت به پرسش کشیده است. اما بگذارید مضاف بر این همه، رازی را با شما در میان بگذارم، (علی‌رغم نقش رسانه‌ها در پیروزی ترامپ) عمده‌ی ژورنالیست‌ها به گمان قوی، کلینتون را به ترامپ ترجیح می‌دادند، و این مساله که اخبار کذب چنین چرخش صد و هشتاد درجه‌ای را در نتایج به بار آورد بررسی داستان را کمی وسوسه‌انگیز می‌کند.

اما اینکه کسانی همه توجه را روی فیسبوک می‌گذارند، نکته مهم‌تری را از نگاه دور می‌دارد؛ اینکه شبکه‌های اجتماعی، این مجراهای بی‌انتهای تبادل اطلاعات، در حال تغییر شکل سیاستند. دیگر همه این جمله معروف مارشال مک لوهان نظریه‌پرداز رسانه را شنیده‌ایم که «رسانه خود پیام است»، حتی اگر زیاد هم در معنای آن غور و غوص نکرده باشیم. اما این بحث‌ها چه ربطی به انتخابات امسال آمریکا دارد؟ پاسخ احتمالی را می‌توان در خلال اثر یکی از شاگردهای مارشال مک لوهان، کشیشی یسوعی به نام والتر جکسون انگ جست. والتر انگ که استاد دانشگاه سنت لوئیز بود، در اثر معروف خود به نام «زبان شفاهی و سواد» رساله‌ای در باب اینکه خواندن و نوشتن چگونه آگاهی بشر را دگرگون نموده است، نوشت و مدعی شد که نوشتار صرفاً بست گفتار نیست، چه نوشتن راه‌های جدیدی بر تفکر گشود و دنیای اساساً جدیدی را رقم زد.

ساده‌ترین راه فهم تفاوت میان دنیای نوشتار و دنیای شفاهی این است که در دنیای شفاهی راهی به جستجوی چیزی موجود نیست. بدین معنا که تا قبل از اختراع زبان نوشتار، دانش مدام در زمان حال و میان دو نفر یا بیشتر منعقد می‌شد و از این روی با فراموشی دانش، آن دانش برای همیشه محو می‌شد. چنین نظمی، نیازی اجتماعی را نیز رقم می‌زد که با توسل به حافظه و تکرار دانش به بقای خود ادامه دهد. جهان شفاهی، به دلیل بی‌واسطگی‌اش چندان رغبتی به عقاید پیچیده و انتزاعی که نیاز به تأمل داشت، از خود نشان نمی‌داد. و در عوض، انگیزه‌ای بود برای افراد تا داستان‌های ماندنی، حکمت و خبرهای خوش را با هم در میان بگذارند.

هم اینجاست که می‌توان شباهت دنیای پیشانوشتاری و شفاهی را به عصر کنونی ما و رسانه‌های اجتماعی فهمید. فیسبوک، توئیتر، سنیپشات و دیگر شبکه‌های اجتماعی در حال پر و بال دادن به اقتصاد زبانی جدیدی هستند که ارزش را در ایده‌هایی جستجو می‌کند که جمع و جور، به خاطر سپردنی، سر راست و تکرار پذیر هستند (می‌توانند همه جا منتشر شوند). ایده‌های پیچیده و ظریفی که فقط در بافت‌شان قابل فهم هستند، چندان مطلوب طبع رسانه‌های اجتماعی نیست، برعکس یک هشتم می‌تواند طنینی عالم‌گیر در دنیای مجازی به پا کند. حتی کسی مثل اوان شپیگل، مدیر ارشد اجرایی کمپانی سنپ، دینامیسم جدید رسانه‌های اجتماعی را به خوبی دریافته و در مصاحبه با وال استریت ژورنال می‌گوید: آدمیان متعجب‌اند که چرا دخترشان روزی ۱۰۰۰ تا عکس از خودش می‌گیرد. اما آنچه نمی‌فهمند این است که این دختر هیچ کدام از این عکس‌ها را دیگر مثل سابق نگه نمی‌دارد. در واقع او (با این عکس‌ها) در حال حرف زدن است.

انگ در رساله «زبان شفاهی و سواد»، چند تفاوت عمده میان دنیای شفاهی و دنیای مکتوب را برمی‌شمرد و از خلال این تفاوت‌ها می‌توان دریافت که چرا کسی چون ترامپ فاتح این بافت جدید زبانی است. چند نمونه از این تفاوت‌ها، در ادامه ذکر می‌شود:

به عقیده انگ، در عالم شفاهی، اندیشه‌ها و تجلی آن‌ها، 'انباشتی' هستند، نه 'تحلیلی'. بدین معنا که زبان فرمول‌مند است. انگ بر اساس تحقیقاتش در حماسه‌های کلاسیکی چون ادیسه، و نیز سنن پیشاسوادای که به عصر مدرن راه یافته‌اند، مدعی بود که اساتید سنن شفاهی، ترجیح‌شان بر این بوده که مثلاً به جای 'سرباز'، از 'سرباز شجاع'، یا به جای 'شاهزاده'، از 'شاهزاده زیبا'، و یا به جای 'بلوط'، از 'بلوط ستبر' سخن برانند. این‌ها به گوش آشنایند. بله، ترامپ هم هرگز از 'تد کروز'، 'مارکو روبیو' یا 'هیلاری کلینتون' حرفی نزد، بلکه درباره‌ی 'تد دروغگو'، 'مارکو کوچولو'، 'هیلاری کج و کوله' سخن می‌گفت. وقتی چنین القابی به طور مداوم تکرار می‌شود، اطلاعات گسترده‌ای را به بسته‌های اطلاعاتی کوچک و فشرده و به یادماندنی‌ای بدل می‌کنند.

فرهنگ شفاهی حشو و اطباب را پاس می‌دارد، چرا که مخاطب توان بازگشت به متن و از نو خواندن آن را از دست می‌دهد، سخنوران هم جلوی هرگونه انحراف از نکته اصلی و یا گيجی احتمالی را می‌گیرند. اینجاست که تکرار خود را همچون تکنیکی بس مناسب عرضه می‌کند و ترامپ استاد مسلم تکرار است. کافیسست به نظرات ترامپ در مناظره‌های ماه مارس دقت کنید، ترامپ می‌گوید: «من رهبرم، همیشه رهبر بوده‌ام. تا حالا هم نشده ذره‌ای مشکل در رهبریم داشته باشم. کافی است لب تر کنم تا کاری انجام شود. رهبری یعنی همین و بس.» سنن شفاهی همین گونه‌اند، یک نکته را آنقدر تکرار می‌کنی تا باور شود.

از آنجا که تمام ارتباط در یک فرهنگ پیشانوشتاری، در نظام چهره به چهره رخ می‌دهد، تأکید خواه‌ناخواه بر یورش‌های زبانی است. انگ این نکته را چنین توضیح می‌دهد، که ارتباط شفاهی بیشتر شبیه «مبارزه‌ای مؤدیانه و کل‌کل کردن» است، یعنی دقیقاً بر پعکس ادبیات که با زدودن ارتباط میان نویسنده و متن، انتزاع را پرورش می‌دهد. جیت هیر، در نشریه نیو ریپابلیک هم بدین نکته اشاره می‌کند و ناگفته پیداست که بگو مگو کردن شاه‌کلید سبک ارتباطی ترامپ است.

هیچ یک از این نسبت‌ها، نسبتی تازه در دنیای سیاست نیستند. سیاستمداران تا بوده شعار داده‌اند و تکرار تکنیک بلاغی استاندارد ایشان بوده است. و دنیای سیاست هم، به طور اعم، همواره سخنوری را ارزش خطاب کرده است. با این همه، هنوز راه زیادی تا اضمحلال دنیای سواد

کتابی کلاسیک مانده است. هنوز قادریم مطلبی را در لغت‌نامه‌ای یا حتی در ویکیپدیا به جستجو بنشینیم. هنوز می‌توانیم در میان انبوهی از کتاب‌ها در کتابخانه‌ای در تمنای کلمه به کلمه منبعی موثق گم شویم. اما هر چه اطلاعات بیشتر و بیشتر اجتماعی می‌شود تا در قالب بی‌واسطه و کوتاه‌مدت فیسبوک و توییتر جا بگیرد، به عالم شفاهی نزدیک‌تر می‌شویم: عالمی که سیاستمدارانی که چون ترامپ می‌اندیشند و سخن می‌گویند را ارج می‌نهد.

منبع:

<https://www.bloomberg.com/view/articles/2016-11-29/donald-trump-the-first-president-of-our-post-literate-age>

