

فصل دوم: داستان‌ها — ارتباطات بی‌پایان

ما انسان‌ها (ساپینس‌ها) نه به این دلیل بر جهان حکمرانی می‌کنیم که خیلی خردمندیم، بلکه چون تنها گونه‌ای از حیوانات هستیم که می‌توانیم به شکل انعطاف‌پذیر و در مقیاسی بسیار بزرگ با یکدیگر همکاری کنیم.

در کتاب‌های قبلی‌ام، *انسان خردمند (Sapiens)* و *انسان خداگونه (Homo Deus)*، این ایده را شرح داده‌ام، اما خلاصه‌ای از آن در اینجا هم لازم است.

قابلیت همکاری گسترده‌ی ما ریشه‌هایی در حیوانات دیگر هم دارد. برخی پستانداران اجتماعی، مانند شامپانزه‌ها، در همکاری انعطاف‌پذیرند. و برخی حشرات اجتماعی مانند مورچه‌ها می‌توانند در تعداد بسیار زیاد با هم کار کنند. اما نه شامپانزه‌ها و نه مورچه‌ها نمی‌توانند امپراتوری، دین یا شبکه‌های تجاری بسازند.

ما انسان‌ها هم انعطاف‌پذیرتریم و هم می‌توانیم با تعداد بیشتری از افراد همکاری کنیم. واقعاً هیچ حدی برای تعداد افرادی که می‌توانند در یک شبکه انسانی با هم همکاری کنند وجود ندارد: کلیسای کاتولیک بیش از ۱.۴ میلیارد عضو دارد، جمعیت چین حدود ۱.۴ میلیارد نفر است، و شبکه تجارت جهانی حدود ۸ میلیارد انسان را به هم متصل می‌کند.

این مسئله در حالی رخ می‌دهد که انسان‌ها تنها می‌توانند با چند صد نفر رابطه نزدیک و بلندمدت داشته باشند. برقراری اعتماد و پیوند عاطفی نیازمند سال‌ها تعامل است. به همین دلیل، اگر شبکه‌های انسانی فقط بر پایه رابطه‌های فردی شکل می‌گرفتند، بسیار کوچک باقی می‌ماندند — مانند جوامع شامپانزه‌ها که معمولاً بین ۲۰ تا ۶۰ عضو دارند، و در موارد نادر به ۱۵۰ تا ۲۰۰ می‌رسد. به نظر می‌رسد گونه‌های انسانی باستانی، از جمله نئاندرتال‌ها نیز چنین محدودیتی داشته‌اند.

اما حدود ۷۰ هزار سال پیش، گروه‌های ساپینس توانایی بی‌سابقه‌ای در همکاری گسترده پیدا کردند شواهدی مانند تجارت بین گروهی، سنت‌های هنری مشترک و مهاجرت سریع انسان‌ها به سراسر جهان. چه چیزی این امکان را فراهم کرد؟ به نظر می‌رسد تغییرات تکاملی در مغز و زبان باعث شدند انسان‌ها بتوانند «داستان بسازند» و به آن‌ها ایمان بیاورند.

بر خلاف نئاندرتال‌ها که شبکه‌هایشان از «انسان به انسان» ساخته شده بود، ساپینس‌ها شبکه‌های «انسان به داستان» ایجاد کردند. حالا دیگر برای همکاری لازم نبود شخصاً کسی را بشناسیم، کافی بود به یک داستان مشترک باور داشته باشیم — داستانی که می‌تواند میلیاردها نفر را با یکدیگر پیوند دهد.

برای نمونه:

- اعضای کلیسای کاتولیک با کتاب مقدس و داستان‌های مسیحی به هم متصل‌اند؛
- شهروندان چین با داستان‌های ایدئولوژی کمونیسم و ملی‌گرایی؛
- کاربران شبکه تجارت جهانی با داستان‌هایی درباره ارز، شرکت‌ها و برندها.

حتی رهبران کاریزماتیک نیز در واقع استثنا نیستند. آن‌ها هم به کمک داستان‌ها به میلیون‌ها نفر متصل می‌شوند — نه از طریق روابط شخصی، بلکه از طریق داستان‌هایی که درباره‌شان ساخته و باور شده است.

استالین این نکته را خوب درک کرده بود. وقتی پسرش واسیلی از نام خانوادگی‌اش سوءاستفاده می‌کرد، استالین به او گفت:

«تو استالین نیستی! من هم نیستم! استالین یعنی قدرت شوروی. استالین آن چیزی است که در روزنامه‌ها و پوسترهاست، نه تو — حتی نه خود من!»

در دنیای امروز نیز «برند» (Brand) «دقیقاً همین مفهوم را دارد. برند نوع خاصی از داستان است — داستانی درباره یک محصول یا فرد، که ممکن است ربطی به واقعیت نداشته باشد، اما در ذهن مردم نهادینه شده است. برای مثال، کوکاکولا میلیاردها دلار برای تبلیغ صرف کرده تا نوشیدنی‌اش را با شادی و جوانی پیوند دهد — نه با پوسیدگی دندان و آلودگی پلاستیکی!

نه تنها محصولات، بلکه انسان‌ها هم برند می‌شوند. مثلاً:

- یک میلیارد فاسد می‌تواند به‌عنوان «حامی فقرا» معرفی شود؛
- یک نادان به‌عنوان نابغه‌ای شکست‌ناپذیر؛
- یا حتی یک سوءاستفاده‌گر جنسی به‌عنوان «مقدس و عفیف.»

داستان «کبوتر قهرمان» به نام «شر آمی» نیز بخشی از همین فرایند برندسازی ارتش آمریکا بود. یک پژوهش جدید (۲۰۲۱) نشان داد که احتمالاً داستان معروف درباره اینکه این کبوتر جان سربازان را نجات داده، نادرست یا اغراق‌آمیز است. اما با گذر زمان، مردم آن قدر داستان را شنیده بودند که حقیقت و افسانه به هم آمیخته شدند — تا جایی که حتی سربازان بازمانده هم داستان رسمی را باور کرده بودند.

وقتی دو یهودی برای اولین بار یکدیگر را ملاقات می‌کنند، اغلب فوراً احساس می‌کنند که از یک خانواده‌اند — گویی با هم برده‌ی مصریان بوده‌اند، و با هم در کوه سینا حاضر بوده‌اند. این احساس، پیوندی قوی ایجاد می‌کند که شبکه‌ی یهودیان را طی قرن‌ها و در سراسر قاره‌ها حفظ کرده است.

نهادهای میان‌ذهنی (Intersubjective Entities)

داستان عید پسخ یهودی، با گسترش دادن پیوندهای زیستی خانوادگی، شبکه‌ای بزرگ می‌سازد — شبکه‌ای از یک «خانواده خیالی» میلیونی. اما داستان‌ها توانایی انقلابی‌تری هم دارند: آن‌ها می‌توانند واقعیت‌های جدید خلق کنند — درست مانند DNA. در حقیقت، داستان‌ها یک لایه‌ی جدید به واقعیت اضافه کردند.

پیش از ظهور داستان‌ها، جهان تنها دو سطح از واقعیت داشت:

۱. **واقعیت عینی (objective reality)** — چیزهایی مثل کوه، سنگ، سیارک؛ که وجود دارند، چه بدانیم و چه ندانیم.

۲. **واقعیت ذهنی (subjective reality)** — احساساتی مانند درد، لذت و عشق؛ که فقط در ذهن ما وجود دارند.

اما داستان‌ها یک واقعیت سوم را معرفی کردند:

۳. **واقعیت میان‌ذهنی (intersubjective reality)** — چیزهایی مثل قانون، خدا، کشور، شرکت و پول. این‌ها در ذهن چندین انسان و تعامل میان آن‌ها وجود دارند. آن‌ها فقط از طریق تبادل اطلاعات خلق می‌شوند.

مثلاً:

اگر من به تو بگویم درد دارم، گفتنش باعث نمی‌شود درد ایجاد شود — یا با سکوت، درد از بین نمی‌رود. اما اگر انسان‌های زیادی درباره‌ی پول یا خدا یا قانون صحبت کنند، این چیزها در واقعیت میان‌ذهنی پدیدار می‌شوند. و اگر مردم حرف‌زدن درباره‌شان را متوقف کنند، آن‌ها نیز از بین می‌روند.

مثال ساده:

ارزش غذایی یک پیتزا (مثلاً ۱۵۰۰ کالری) مستقل از باور ماست — این یک واقعیت عینی است. اما **ارزش مالی** یک پیتزا (مثلاً چند بیت‌کوین یا دلار) کاملاً بستگی به باورهای ما دارد — یک واقعیت میان‌ذهنی است.

در سال ۲۰۱۰، لازلو هانیچ دو عدد پیتزا را در ازای ۱۰۰۰۰۰ بیت‌کوین خرید — اولین تراکنش تجاری ثبت‌شده با بیت‌کوین.

در سال ۲۰۲۱، همان مقدار بیت‌کوین بیش از ۶۹۰ میلیون دلار ارزش داشت!

در حالی که کالری پیتزا تغییر نکرده بود، ارزش بیت کوین به طور چشمگیری تغییر کرده بود، فقط به خاطر داستان‌هایی که مردم درباره‌اش باور کردند.

واقعیت‌های عینی در برابر میان‌ذهنی:

- «هیولای لاکنس» واقعیتی عینی است: یا هست یا نیست؛ با بررسی علمی (مثل سونار یا DNA) قابل اثبات یا رد است.
- بررسی‌ها (مثلاً در سال ۲۰۱۹) نشان داد که موجودی مانند هیولا در دریاچه نیست — تنها شاید چند مارماهی بزرگ.
- اما کشورها، نهادهای میان‌ذهنی‌اند: وجودشان وابسته به این است که مردم درباره‌شان توافق داشته باشند.

برای مثال، درباره کشور فلسطین یا اسرائیل، دیدگاه‌ها متفاوت است: برخی دولت‌ها هر دو را به رسمیت می‌شناسند (مثل چین و برزیل)، برخی فقط اسرائیل را (مثل آمریکا)، و برخی فقط فلسطین را (مثل ایران).

کشورها با آزمایش علمی اثبات‌پذیر نیستند. آن‌ها فقط زمانی وجود دارند که مردم زیادی به آن‌ها باور داشته باشند. وگرنه، مانند اسکناس در جزیره‌ای بی‌سکنه، بی‌ارزش می‌شوند.

قدرت داستان‌ها

داستان‌ها با ساختن خاطرات جعلی، روابط خیالی یا نهادهای میان‌ذهنی، شبکه‌های بزرگ انسانی خلق کردند. این شبکه‌ها قدرت نوع بشر را به گونه‌ای تغییر دادند که نه شیرها و نه نئاندرتال‌ها نتوانستند با آن رقابت کنند.

در حالی که نئاندرتال‌ها در گروه‌های کوچک و جدا زندگی می‌کردند و همکاری محدودی داشتند، ساپینس‌ها به کمک داستان‌ها توانستند گروه‌هایی را به هم متصل کنند و تبدیل به «قبیله» شوند — شبکه‌هایی از صدها یا هزاران نفر.

این قبیله‌ها نه تنها در جنگ‌ها برتری داشتند (مثلاً ۵۰۰ ساپینس به راحتی ۵۰ نئاندرتال را شکست می‌دادند)، بلکه در شرایط سخت مثل خشکسالی نیز با همکاری درون‌قبیله‌ای دوام می‌آوردند.

حتی تبادل اطلاعات میان این گروه‌ها باعث پیشرفت سریع‌تر ابزار، درمان‌های گیاهی، و ابداعاتی مانند سوزن برای دوخت لباس شد.

درحالی که هر ساپینس به تنهایی ممکن بود از نئاندرتال باهوش تر نباشد، اما ۵۰۰ ساپینس به مراتب باهوش تر از ۵۰ نئاندرتال بودند — فقط به خاطر قدرت داستان‌ها.

نتیجه‌گیری

مفسران مادی‌گرا، به‌ویژه مارکسیست‌ها، داستان‌ها را توجیهی برای منافع پنهان و اقتصادی می‌دانند. به نظر آن‌ها جنگ‌های صلیبی، جنگ جهانی اول یا جنگ عراق فقط برای منافع اقتصادی بوده و ایده‌هایی مثل دین یا میهن‌دوستی پوششی برای قدرت‌طلبی‌اند.

اما این دیدگاه ناقص است. منافع مادی در تاریخ نقش داشته‌اند، اما ایده‌ها و باورها هم نقش حیاتی داشته‌اند.

مثلاً: چرا در قرن دوازدهم تاجران فرانسه و آلمان برای تسخیر شام متحد شدند، اما نه برای حمله به ایتالیا؟ یا چرا آمریکا در ۲۰۰۳ به عراق حمله کرد، نه به نروژ با منابع عظیم گاز؟

پاسخ ساده است: **داستان‌ها اهمیت دارند.**

واقعیت این است که تمام روابط میان گروه‌های بزرگ انسانی با داستان‌ها شکل می‌گیرند، چرا که خودِ هویت این گروه‌ها از دل داستان‌ها ساخته می‌شود.

هیچ تعریف عینی‌ای برای اینکه چه کسی بریتانیایی، آمریکایی، نروژی یا عراقی است وجود ندارد. این هویت‌ها با اسطوره‌ها و روایت‌های دینی و ملی شکل گرفته‌اند — داستان‌هایی که مدام تغییر می‌کنند.

مارکسیست‌ها ممکن است ادعا کنند که گروه‌های بزرگ انسانی دارای هویت و منافع عینی و مستقل از داستان‌ها هستند. اما اگر چنین بود، چرا فقط انسان‌ها دارای جوامع بزرگی مثل قبیله، ملت و دین هستند؟ چرا شامپانزه‌ها، با اینکه نیازهای مادی مشابهی دارند (غذا، آب، قدرت جنسی و امنیت)، نمی‌توانند چنین شبکه‌هایی بسازند؟ پاسخ روشن است: چون آن‌ها نمی‌توانند داستان خلق کنند.

برخلاف دیدگاه مارکسیستی، هویت‌ها و منافع بزرگ‌مقیاس همیشه میان‌ذهنی هستند، نه عینی.

خبر خوب اینجاست:

اگر تاریخ فقط محصول منافع مادی و مبارزه برای قدرت بود، گفت‌وگو با کسانی که با ما مخالف‌اند بی‌فایده می‌شد. اما چون تاریخ با داستان‌ها شکل می‌گیرد، گاهی می‌توانیم با تغییر داستان، از درگیری جلوگیری کنیم و صلح برقرار سازیم.

مثال: نازیسم

در آلمان دهه ۱۹۳۰، بحران اقتصادی شدید وجود داشت. این بحران قطعاً در رشد نازیسم مؤثر بود، اما نمی‌توان پیروزی هیتلر را فقط به منافع اقتصادی تقلیل داد. میلیون‌ها آلمانی به داستان نازی‌ها باور کردند، در حالی که می‌توانستند داستان دیگری انتخاب کنند.

۱۲ سال حکومت نازی‌ها نه تنها منافع آلمان را تأمین نکرد، بلکه منجر به ویرانی کامل کشور و مرگ میلیون‌ها نفر شد. در نهایت، پذیرش دموکراسی لیبرال به بهبود پایدار در زندگی مردم آلمان انجامید. پس آیا آلمانی‌ها نمی‌توانستند از ابتدا مسیر بهتری را برگزینند؟ پاسخ کتاب این است که می‌توانستند. تاریخ همیشه نتیجه حتمی روابط قدرت نیست؛ بلکه گاهی حاصل اشتباهاتی تراژیک است که از باور به داستان‌هایی فریبنده و مضر ناشی می‌شود.

دروغ شریف (The Noble Lie)

مرکزیت داستان‌ها نکته‌ای اساسی درباره قدرت نوع بشر را آشکار می‌سازد: اینکه قدرت همیشه با حقیقت و خرد همراه نیست.

دیدگاه ساده‌لوحانه این است که اطلاعات، حقیقت را به ما می‌رساند، و حقیقت، قدرت و خرد را. اما تاریخ چنین نیست.

قدرت فقط بخشی از خود را از حقیقت می‌گیرد. بخش بزرگی از آن، ناشی از توانایی در حفظ نظم اجتماعی در میان جمعیت‌های بزرگ است.

مثلاً برای ساخت بمب اتم، باید هم فیزیک را بدانید، و هم بتوانید هزاران نفر را برای استخراج اورانیوم، ساخت نیروگاه، پختن غذا و ... سازماندهی کنید. پروژه منتهن بیش از ۱۳۰٬۰۰۰ نفر را مستقیماً و میلیون‌ها نفر را غیرمستقیم درگیر کرد.

در عصر حجر نیز، شکار ماموت مستلزم دانش واقعی بود — اما همچنین شجاعت و باور به یک دنیای پس از مرگ، که حتی اگر واقعی نبود، باعث تقویت روحیه گروه می‌شد.

اگر فیزیک را ندانید، بمب شما کار نمی‌کند. اما اگر درباره جهان دروغ بگویید، ایدئولوژی‌تان ممکن است بسیار مؤثر باشد.

در عمل، کسانی که نظم اجتماعی را حفظ می‌کنند (حتی با داستان‌های خیالی)، دستور می‌دهند؛ و کسانی که واقعیت علمی را می‌دانند، اطاعت می‌کنند. در طول تاریخ، فیزیک‌دان‌ها از سیاستمداران پیروی کرده‌اند — نه برعکس.

چرا داستان‌های خیالی موفق‌ترند؟

۱. **سادگی**: داستان خیالی می‌تواند خیلی ساده باشد؛ اما واقعیت معمولاً پیچیده است. مثلاً اینکه یک ملت «ملت برگزیده خداوند» است، قابل فهم‌تر و محبوب‌تر از این است که ملت‌ها مفاهیمی میان‌ذهنی هستند که در تخیل جمعی وجود دارند.

۲. **راحتی روانی**: حقیقت معمولاً ناراحت‌کننده است. داستان‌های خیالی می‌توانند دلپذیرتر و افتخارآمیزتر باشند. به همین دلیل سیاستمدارانی که تاریخ تاریک کشورشان را نادیده می‌گیرند و فقط به افتخارات گذشته می‌پردازند، محبوب‌ترند.

دروغ شریف در اندیشه افلاطون

در جمهور، افلاطون پیشنهاد می‌دهد که حکومت آرمانی باید بر پایه‌ی «دروغی شریف» ساخته شود — داستانی ساختگی درباره منشأ نظم اجتماعی که باعث وفاداری شهروندان شود. مثلاً اینکه همه از دل زمین زاده شده‌اند و روحشان ترکیبی از طلا، نقره و آهن است — که این، نابرابری اجتماعی را توجیه می‌کند.

اگرچه آرمان‌شهر افلاطون هیچ‌گاه محقق نشد، اما بسیاری از دولت‌ها در طول تاریخ نسخه‌هایی از این «دروغ شریف» را برای مردم خود تعریف کرده‌اند.

اما آیا تمام سیاستمداران دروغ‌گو هستند؟ نه لزوماً. تعریف داستان ساختگی، فقط زمانی به «دروغ» تبدیل می‌شود که وانمود کنیم داستان حقیقت مطلق است.

مثلاً قانون اساسی آمریکا در سال ۱۷۸۷ یک حقیقت ازلی نبود — اما دروغ هم نبود. نویسندگان ادعا نکردند که این قانون از آسمان آمده، بلکه آشکارا گفتند که «ما، مردم ایالات متحده، این قانون را تصویب می‌کنیم.»

با اینکه قانون اساسی آمریکا فقط یک «داستان حقوقی» ساختگی است، توانسته بیش از دو قرن نظم گسترده‌ای در جامعه‌ای متنوع ایجاد کند.

تفاوت قانون اساسی با ده فرمان

قانون اساسی آمریکا با جمله «ما مردم...» آغاز می‌شود — و بنابراین می‌توان آن را اصلاح کرد. ولی ده فرمان با جمله «من خدای تو هستم...» شروع می‌شود — و قابل تغییر نیست.

ده فرمان نیز برده‌داری را تأیید می‌کند: «به دارایی همسایه‌ات طمع نورز؛ نه زن، نه غلام و نه کنیزش...» (خروج ۲۰:۱۷)

اما برخلاف قانون اساسی، در ده فرمان راهی برای اصلاح یا رأی‌گیری درباره مفادش وجود ندارد. همین تمایز، ماهیت باز و بسته بودن یک سیستم اجتماعی را تعیین می‌کند.

دوراهی همیشگی: حقیقت یا نظم؟

اکنون می‌توان مدل کامل‌تری از شبکه‌های اطلاعاتی بشر ترسیم کرد.

برخلاف دیدگاه ساده‌لوحانه، اطلاعات صرفاً ابزار کشف حقیقت نیست. و برخلاف نگاه پوپولیستی، اطلاعات فقط ابزار قدرت و فریب نیست. شبکه‌های انسانی برای بقا و پیشرفت، باید همزمان:

- به حقیقت دست یابند (مثلاً در پزشکی و فیزیک)،
- و نظم اجتماعی ایجاد کنند (حتی با افسانه‌ها و دروغ‌ها).

اما این دو هدف اغلب با هم در تضادند. حقیقت معمولاً نظم را تهدید می‌کند، چون بسیاری از جوامع بر پایه «دروغ‌های شریف» ساخته شده‌اند.

مثال: نظریه فرگشت داروین

این نظریه شناخت ما از زیست‌شناسی را گسترش داد، اما اسطوره‌های دینی درباره آفرینش انسان را زیر سؤال برد.

از این رو، بسیاری از دولت‌ها و کلیساها تدریس آن را محدود یا ممنوع کردند — برای حفظ نظم، به بهای فداکردن حقیقت.

در این بخش، یووال نوح هراری فصل دوم کتاب *Nexus* را با یک هشدار مهم درباره‌ی خطرات عدم تعادل میان «حقیقت» و «نظم اجتماعی» به پایان می‌برد. در ادامه، ترجمه‌ی این بخش پایانی از فصل دوم را به زبان فارسی روان ارائه می‌دهم:

بخش پایانی فصل دوم: داستان‌ها — ارتباطات بی‌پایان

(تعادل حقیقت و نظم)

مشکل مرتبط دیگر این است که یک شبکه اطلاعاتی ممکن است به مردم اجازه دهد — و حتی آن‌ها را تشویق کند — که در جستجوی حقیقت برآیند، اما فقط در زمینه‌هایی خاص. زمینه‌هایی که به تولید قدرت کمک می‌کنند بدون اینکه نظم اجتماعی را تهدید کنند.

نتیجه چنین شبکه‌ای ممکن است بسیار قدرتمند باشد، اما فاقد «خرد».

نمونه: آلمان نازی

در آلمان نازی، برخی از برجسته‌ترین دانشمندان جهان در زمینه‌هایی مانند شیمی، اپتیک، مهندسی و علوم موشکی رشد یافتند. در واقع، همین دانشمندان نازی بعدها به آمریکا کمک کردند تا به ماه برسد.

این دانش علمی به نازی‌ها امکان داد ماشین جنگی بسیار قدرتمندی بسازند — که در خدمت اسطوره‌ای دیوانه‌وار و مرگ‌بار قرار گرفت.

در حکومت نازی، دانشمندان تشویق می‌شدند علم موشکی را توسعه دهند، اما اجازه نداشتند نظریه‌های نژادپرستانه در زیست‌شناسی و تاریخ را زیر سؤال ببرند.

بنابراین...

تاریخ شبکه‌های اطلاعاتی انسان‌ها، برخلاف تصور، صرفاً یک روند صعودی «پیشرفت» نبوده است. در طول نسل‌ها، این شبکه‌ها قدرتمندتر شده‌اند، اما لزوماً خردمندتر نه.

شبکه‌ای که «نظم» را بر «حقیقت» ترجیح دهد، ممکن است بسیار نیرومند شود — اما این قدرت را به شیوه‌ای نابخردانه به کار گیرد.

راه رفتن بر طناب باریک

تاریخ شبکه‌های اطلاعاتی انسان‌ها، بیشتر شبیه راه رفتن بر یک طناب باریک است — تلاشی دائمی برای حفظ تعادل میان حقیقت و نظم.

در قرن بیست و یکم، ما در یافتن این تعادل بهتر از انسان‌های عصر حجر نیستیم. برخلاف ادعاهای دلگرم‌کننده‌ی شرکت‌هایی مثل گوگل و فیسبوک، افزایش سرعت و کارایی فناوری اطلاعات، الزاماً جهان را بهتر نمی‌کند.

بلکه فقط نیاز به یافتن تعادل بین حقیقت و نظم را فوری‌تر می‌سازد.

این درس را ما هزاران سال پیش، با اختراع داستان، یاد گرفتیم. و قرار است همین درس را بار دیگر بیاموزیم — با دومین فناوری بزرگ اطلاعاتی انسان: نوشتار.