



מי ברא את המציאות

על החיים הפוליטיים של הפרופסור לממשל ברנדן נייאהן ממכללת דרסמות מסר מרגיע, במאמר שפורסם ב"ניו יורק טיימס" בפברואר 2018, הוא בחן את השפעות הפרסומים שנדחפו לרשתות החברתיות בבחירות 2016 בארצות הברית בהישען על פילוחים של קיימברידג' אנליטיקה, וצוטטו שוב, כך נטען, על ידי בוטים רוסיים. בניגוד לדעות רווחות, נייאהן טוען שמספר הנחשפים לפרסומים לא היה גדול. לדבריו, מספר הנחשפים, למשל לציצים של טראמפ בטוויטר בתגובה לידיעות ברשתות, קטן יחסית מלכתחילה. בנוסף, האנשים שנמצאים בטוויטר אינם נוטים לשנות בקלות את דעתם על המועמד המועדף עליהם. נייאהן התייחס להשלכות העקיפות של תופעת הפייק ניוז ומצא שהיא משפיעה על הגברת הקיטוב, וכן על פגיעה באמון הציבור בתקשורת המדווחת.

הפרופסורים ג'ושוע קלה מאוניברסיטת קליפורניה ודייוויד ברוקמן מאוניברסיטת סטנפורד נטו להסכים. במחקר שפורסם בספטמבר 2017 הם טענו לאפס השפעה של פייק ניוז על ניצחונם של טראמפ בבחירות בארצות הברית. עם זאת, הם הודו כי קיימת השפעה קצרת טווח כשמסר ממוקד מכוון לאוכלוסייה ספציפית ברגע מסוים. כשהפערים בין מועמדים הם קטנים, זה עשוי להספיק. סרטון הערים הנהירים לקלפיות שהפיק נתניהו בבחירות 2015 נכנס לקטגוריה שהציבו שני החוקרים: מסר עוצמתי לקהל מפולח, המכוון לטווח הקצר.

מרבית החוקרים המתבטאים בנושא מסכמים את מאמריהם בקריאה נרגשת לציבור לחזור ולהתבונן במידע שהוא מקבל דרך משקפיים הבוחנות נתונים ועובדות תוך הפגנה של חשיבה אנליטית. בקריאות אלה הם עצמם מתעלמים מהעובדות, ומכחישים את עוצמת הטרנד שזה עתה תיארו. הכוח להגדיר מציאות משכר וממכר. הסיכוי שמנהיגים יוותרו על הקסם הזה נמוך כמו הסיכוי שמישהו יעלה לפייסבוק תמונה משפחתית מהמריבה שהיתה בארוחת הבוקר במלון בתאילנד, תמונה המשקפת את מה שהוא ובני משפחתו חוו באמת.

מנהיגים הממציאים את המציאות באופן שאינו נסמך על ההיגיון והעובדות מקרבים את עצמם לדרגת אל. ככל שהפער בין המציאות המדווחת לזו הנתפשת כעובדתית גדול יותר, כוחו של המנהיג נראה רב יותר. האם זהו כוח אינסופי? האם אלוהים יכול ליצור אבן שהוא אינו יכול להרים, שואלת הקלישאה הפילוסופית הנוגעת ללוגיקה של "פרדוקס הכל יכול". תשובה נפוצה היא שזו טעות לדון בכפיפותו של אלוהים לחוקי ההיגיון.

מנהיגים עכשוויים המתנתקים מההיגיון, לא נתפשים כהוויים. להיפך, מרבית בני האדם, כידוע, נוטים להאמין בקיומו של אלוהים. לפיכך, המנהיגים ממציאי המציאות הם לא רק מורמים מעם באופן המוכר לנו, אלא מיוחסים להם כוחות עליונים.

במקום שבו הם רואים פקקים, אני רואה מחלפים, רכבות וגשרים, אמר ראש הממשלה בנימין נתניהו באפריל 2017. יידע כל מי שעומד בפקק או ממתין לרכבת, שהוא אינו חווה את המציאות עצמה. המציאות שרואה המנהיג המופיע על תקן של אל, שאינו מחויב להיגיון ולעובדות, היא המציאות.

הרשתות החברתיות הן הקרקע הפורייה המאפשרת למנהיגים לייצר מציאות, מאחר שבהגדרה קיים שם טוש בין המציאות העובדתית לזו הווירטואלית. הרשתות החברתיות שחררו אנשים רבים מכבלים של מחויבות לדיוק. היכולת להביע עמדה בכל עניין, עם ביסוס עובדתי או בלעדיו, פורחת בפוסטים ובטוקבקים. גם היכולת לבחור פריים מוצלח מתוך חופשה משפחתית ולהציג לעולם משהפחה מאושרת היא סוג של יצירת מציאות.

לכל אדם המחובר לרשת החברתית ניתנה כעת הזכות לבחור מה יציג מבין תפישות שונות של מציאות, תוך טשטוש הגבול בין תחושות לבין ייצוגים נאמנים לעובדות. הרשתות החברתיות מאפשרות את היווצרותה של שפה תקשורתית המתרחשת ברובד על-מציאותי. מנהיגים, מן הסתם, הם יצירי העל הפועלים בתוך עולם של שפה קיימת המוכרת לנתיניהם.

"קולטני בולשיט", כך כינו החוקרים גורדון פינקוק מאוניברסיטת רגינה ודיוויד רנד מ-MIT את האנשים הנרטים להיות מושפעים מחדשות מזויפות המופצות ברשתות החברתיות. במאמר שפרסמו ביוני הם טענו כי קולטני הבולשיט הם אנשים הנוטים להתרשם ממשפטים קצרים וקליטים, בעלי משמעות עמוקה כביכול. קולטני הבולשיט, לטענתם, הם גם יצרני בולשיט בעצמם, כך שהשפה המנוגדת לחשיבה אנליטית הופכת להיות שפתם של מקבלי המסרים ויוצריהם.

לאלה המוטרדים מההשפעות של החדשות המזויפות

קולטני בולשיט הם אנשים הנוטים להיות מושפעים מחדשות מזויפות. הם נוטים להתרשם ממשפטים קצרים, קליטים בעלי משמעות עמוקה כביכול - והם גם יצרני בולשיט בעצמם