

همیہ دروغ می گویند

ست استیونز - دیوید ویتس

ریحانہ عبدی

۳

پندرہ روزہ
ننگ
نشر

فهرست

- یادداشت مجموعه ۷
- مقدمه (محسن گودرزی) ۱۱
- پیشگفتار (استیون پینکر) ۱۹
- درآمد: طرح یک انقلاب ۲۳
- فصل اول : شم خراب ۴۵
- فصل دوم : آیا فروید حق داشت ؟ ۶۱
- فصل سوم : تعبیری نوین از داده ۷۱
- فصل چهارم : اکسیر حقیقت دیجیتال ۱۱۷
- فصل پنجم : نمای نزدیک ۱۵۹
- فصل ششم : کل جهان یک آزمایشگاه است ۱۹۹
- فصل هفتم : کلان داده، کدام کلان داده ؟ ۲۳۱
- فصل هشتم : هر چه داده بیش، دردسرش بیشتر؟ ۲۴۵
- موخره : چند نفر کتابها را تا آخر می خوانند؟ ۲۵۷
- یادداشت مولف ۲۶۹
- یادداشت ها ۲۷۳
- نمایه ۲۹۳

درآمد طرح یک انقلاب

می گفتند: «حتماً در انتخابات شکست می خورد!»

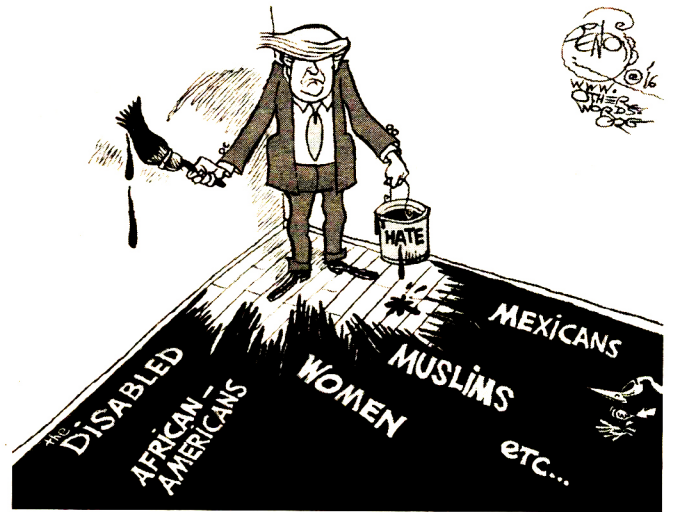
در انتخابات مقدماتی حزب جمهوری خواه در سال ۲۰۱۶، متخصصان **نظرسنجی** نتیجه گرفتند که دونالد ترامپ شانسی برای برنده شدن ندارد. تعجبی هم نداشت، ترامپ انواع گروه‌های اقلیت را آماج توهین هایش قرار داده بود. **نظرسنجی**‌ها و مفسران آن‌ها می گفتند تنها بخش کوچکی از مردم آمریکا چنین **بی حرمتی**‌هایی را تأیید می کنند.

در آن زمان اغلب متخصصان نظرسنجی بر این باور بودند که ترامپ در **انتخابات عمومی** شکست می خورد و بسیاری از رای دهندگان بالقوه می گفتند **تصرفات** و نظرات ترامپ بیزارند.

اما در اینترنت عملاً نشانه‌هایی وجود داشت که نشان می داد محتمل است **ترامپ** در هر دو انتخابات مقدماتی و عمومی برنده شود.

من یک متخصص داده هستم و هر روز ردپای دیجیتالی را که مردم در شبکه‌ی **اینترنت** از خود به جا می گذارند دنبال می کنم. سعی می کنم با مطالعه‌ی لینک‌هایی که روی آن‌ها کلیک می کنیم بفهمم که واقعاً چه می خواهیم، چه کار می کنیم و **شخصیت واقعی** ما چیست؟ برای اینکه توضیح بدهم چطور به این راه عجیب **کشیده** شدم باید کمی به عقب برگردم.

داستان از انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۸ و پرسش قدیمی بحث برانگیزی



در علوم اجتماعی شروع شد: تعصب نژادی در آمریکا تا چه حد عمیق است؟ در آن سال باراک اوباما اولین آمریکایی آفریقایی تباری بود که از طرف یک حزب عمده نامزد ریاست جمهوری شده بود. اوباما رقیبش را به راحتی شکست داد و نظرسنجی ها نشان داد که عامل نژاد نقشی در الگوی رای دادن آمریکایی ها نداشته است. مثلاً مؤسسه ی گالوپ نظرسنجی های فراوانی را قبل و بعد از دور اول انتخاب اوباما انجام داد. نتیجه؟ رای دهندگان آمریکایی عمدتاً اهمیتی نمی دادند که اوباما سیاه پوست است.^[۱] اندک زمانی پس از انتخابات، دو استاد سرشناس دانشگاه پرکلی کالیفرنیا داده های مبتنی بر پیمایش دیگری را با استفاده از تکنیک های پیچیده تر داده کاوی بررسی کردند و به نتیجه ی مشابهی رسیدند.^[۲] بنابراین در دوره ی ریاست جمهوری اوباما، این فرضیه به باوری رایج در بسیاری از رسانه ها و بخش بزرگی از محافل آکادمیک تبدیل شد. منابعی که رسانه ها و جامعه شناسان بیش از هشتاد سال برای فهم جهان استفاده کرده بودند، به ما می گفتند که اکثریت قریب به اتفاق آمریکایی ها هنگام داوری درباره ی صلاحیت اوباما برای ریاست جمهوری، اهمیتی به سیاه پوست بودنش نمی دادند.

به نظر می رسید این کشور، که مدت های مدیدی به برده داری و قوانین جیم کرو^۱ آلوده بوده، سرانجام به قضاوت درباره ی انسان ها بر اساس رنگ پوستشان خاتمه داده و ظاهراً نژاد پرستی در آمریکا نفس های آخرش را می کشد. حتی برخی از صاحب نظران اعلام کردند که ما در دوران جامعه ی پسانژادی به سر می بریم.^[۳]

در سال ۲۰۱۲ من دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد بودم، غرق در زندگی، مسلط به حوزه ی تحصیلی ام، سرشار از اعتماد به نفس و حتی مغرور به این که درک کاملی از سازوکار دنیا دارم؛ به خودم مطمئن بودم که می دانم مردم در قرن بیست و یک چطور فکر می کنند و برای چه چیزهایی ارزش قائلند. وقتی نوبت به مسئله ی تعصب رسید، بر اساس آن چیزهایی که در روانشناسی و علوم سیاسی خوانده بودم باور داشتم نژاد پرستی عریان تنها محدود به درصد کمی از آمریکایی ها می شود که اکثریت این تعداد متعلق به جمهوری خواهان محافظه کار است و بیشترشان در ایالت های جنوبی ساکنند.

۱. قوانین جیم کرو (Jim Crow Laws) قوانین ایالتی و محلی که در اواخر قرن ۱۹ جداسازی نژادی را در ایالت های جنوبی آمریکا الزامی می کرد. - م.

تا اینکه با گوگل ترندز (Google Trends) آشنا شدم.

گوگل ترندز ابزاری است که در سال ۲۰۰۹ خیلی بی سروصدا به دنیای اینترنت معرفی شد. این ابزار به کاربران نشان می دهد در بازه های زمانی متفاوت در مکان های مختلف، هر کلمه یا عبارت با چه فراوانی ای جست و جوشده است. در ابتدا این قابلیت همچون ابزاری سرگرم کننده تبلیغ می شد؛ مثلاً به گروه های دوستی اجازه می داد بر سر اینکه کدام بازیگر معروف تر است یا امسال کدام مد پرفرودار تر است کل کل کنند. در ویرایش های اولیه ی گوگل ترندز، تذکر بازیگوشانه ای بر صفحه ظاهر می شد: «مطمئن باشید نمی خواهید تذکرتایتان را با این داده ها بنویسید.» همین تذکر بلافاصله ترغیب کرد که ترم را با استفاده از این داده ها بنویسم!

در آن زمان، داده های موتور جست و جوی گوگل برای تحقیقات آکادمیک «جدی» منبع مناسبی به حساب نمی آمدند. داده های جست و جوی گوگل، برخلاف پیمایش، برای کمک به شناخت بهتر روان انسان ساخته نشده بودند. گوگل اختراع شد تا قضیه برعکس شود و به جای اینکه محققان چیزهای بیشتری درباره ی مردم بیاموزند، مردم دنیا را بهتر بشناسند. اما معلوم شد ردپایی که هنگام جست و جوی اطلاعات در اینترنت از خود به جا می گذاریم چیزهای زیادی را برملا می کند.

به عبارت دیگر جست و جوی مردم به دنبال اطلاعات، خودش اطلاعات است. به نظر می رسد اینکه مردم کی و کجا دنبال کمک می گردند و حقایق، نقل قول ها، جوک ها، اماکن، افراد و چیزها را جست و جوی می کنند اطلاعات بسیار بیشتری درباره ی اینکه مردم واقعاً چطور فکر می کنند، تمایلات واقعی شان چیست،

۱. عمده ترین منبع اطلاعاتی ام در این کتاب گوگل ترندز است. اما این ابزار تنها امکان مقایسه فراوانی نسبی جست و جویهای متفاوت را فراهم می آورد و تعداد دقیق دفعات هر جست و جوی مشخص نمی کند. به همین دلیل به عنوان یک ابزار مکمل از گوگل ادوردز (Google Adwords)، که عدد دقیق فراوانی هر جست و جوی را نشان می دهد، بهره گرفتم. همچنین در اغلب موارد برای ترسیم تصویر واضح تری از مباحث، از الگوریتم خودم که مبتنی بر گوگل ترندز است استفاده کردم. این الگوریتم را در پایان نامه ام با عنوان «رساله هایی با استفاده از داده های گوگل» و مقاله ام در نشریه اقتصاد عمومی، با عنوان «هزینه عداوت نژادی برای یک کاندیدای سیاه پوست: شواهد بدست آمده از داده های جست و جوی گوگل»، به تفصیل شرح داده ام. متن پایان نامه، لینک دسترسی به مقاله و توضیحات کامل درباره ی داده ها و کدهای استفاده شده در پژوهش های اصلی این کتاب را، در وبسایت شخصی ام sethdsd.com می توانید ببینید.