

مقدمه

تاریخ بشر را معمولاً با جنگ‌ها، انقلاب‌ها، مهاجرت‌ها، ظهور و سقوط امپراتوری‌ها و پیشرفت‌های علمی روایت می‌کنند. در این روایت، قدرت گاه در اختیار کسانی بوده است که زمین بیشتری داشته‌اند، گاه در دست دارندگان طلا و سرمایه قرار گرفته و در دوره‌ای نیز به صاحبان کارخانه، ارتش، نفت، فناوری و اطلاعات تعلق یافته است. هر عصر، کالای کمیاب خود را داشته و قدرت سیاسی و اقتصادی نیز در پیرامون همان کالای کمیاب شکل گرفته است. زمین، آب، نیروی کار، انرژی، سرمایه و اطلاعات، هر یک در دوره‌ای مرکز ثقل رقابت‌های انسانی بوده‌اند. اما در آغاز قرن بیست و یکم، سرمایه‌ای دیگر آرام و بی‌صدا به مرکز همه این رقابت‌ها نزدیک شده است؛ سرمایه‌ای که نه در معدن استخراج می‌شود، نه در بانک نگهداری می‌شود و نه می‌توان آن را در انبار ذخیره کرد. این سرمایه، توجه انسان است.

اطلاعات، روزگاری کمیاب بود. دسترسی به یک کتاب، یک سند، یک استاد یا حتی خبری از سرزمینی دور، امتیازی بزرگ به شمار می‌رفت. اما انسان امروز در میان کمبود اطلاعات زندگی نمی‌کند؛ او در میان سیلابی از اطلاعات قرار گرفته است. هر تلفن همراه، دریچه‌ای به میلیون‌ها کتاب، خبر، فیلم، سخنرانی، تحلیل، تصویر، تبلیغ، شایعه، سرگرمی و پیام شخصی است. آنچه زمانی در کتابخانه‌های بزرگ، دانشگاه‌ها، مراکز حکومتی و شبکه‌های محدود خبری متمرکز بود، اکنون با لمس صفحه‌ای کوچک در دسترس تقریباً همگان قرار دارد. با این همه، فراوانی اطلاعات الزاماً به افزایش فهم، خرد یا آزادی منجر نشده است. برعکس، هرچه اطلاعات فراوان‌تر شده، توانایی انسان برای انتخاب، تمرکز و تشخیص اهمیت، کمیاب‌تر و آسیب‌پذیرتر شده است. مسئله اصلی انسان معاصر دیگر این نیست که به چه اطلاعاتی دسترسی دارد؛ مسئله آن است که از میان این انبوه بی‌پایان، به چه چیزی توجه می‌کند و چه کسی مسیر این توجه را تعیین می‌کند.

توجه در نگاه نخست پدیده‌ای ساده به نظر می‌رسد. گویی انسان چشم خود را به سوی چیزی می‌گرداند، سخنی را می‌شنود، مطلبی را می‌خواند یا برای لحظاتی بر اندیشه‌ای تمرکز می‌کند. اما در ورای این تجربه روزمره، سازوکاری بنیادی نهفته است که تمام زندگی ذهنی انسان بر آن بنا می‌شود. انسان پیش از آنکه بیندیشد، باید به موضوعی توجه کند؛ پیش از آنکه تصمیم بگیرد، باید بخشی از جهان را از میان هزاران امکان برگزیند؛ و پیش از آنکه به چیزی ایمان بیاورد، از چیزی بترسد، به کسی اعتماد کند یا برای هدفی تلاش کند، باید آن موضوع وارد قلمرو توجه او شده باشد. توجه، دروازه ورود جهان به ذهن انسان است. هر آنچه از این دروازه عبور نکند، هر قدر مهم، حقیقی یا زیبا باشد، در زندگی آگاهانه او حضور مؤثری نخواهد داشت.

از این منظر، آزادی اندیشه نیز از آزادی توجه آغاز می‌شود. انسانی که می‌تواند سخن بگوید اما موضوع اندیشیدن او پیوسته توسط دیگران تعیین می‌شود، تنها بخشی از آزادی را در اختیار دارد. جامعه‌ای که انتخابات برگزار می‌کند اما دستور کار ذهنی شهروندان به شکل مستمر با تبلیغات، هراس‌آفرینی، بحران‌سازی یا انبوه سرگرمی‌های هدفمند تنظیم می‌شود، ممکن است ظواهر آزادی را حفظ کرده باشد، اما یکی از بنیادهای آن را از دست داده است. آزادی تنها حق بیان آن چیزی نیست که در ذهن شکل گرفته است؛ آزادی، حق انتخاب آن چیزی است که اجازه می‌دهیم وارد ذهن شود، در آن بماند، رشد کند و به باور و تصمیم تبدیل شود. از همین‌جا، مفهوم «حاکمیت بر توجه» معنا پیدا می‌کند: حق و مسئولیت انسان برای آنکه خود تعیین کند چه کسانی، چه موضوعاتی و چه نیروهائی شایسته برخورداری از زمان، تمرکز، احساس و نیروی ذهنی او هستند.

حاکمیت معمولاً در قلمرو سیاست و حقوق به کار می‌رود. ملت‌ها از حاکمیت بر سرزمین، مرزها، منابع و تصمیم‌های ملی خود سخن می‌گویند. حاکمیت به این معناست که اختیار نهایی تصمیم‌گیری در دست صاحب آن قلمرو باشد و هیچ قدرتی نتواند بدون رضایت او در آن دخالت کند. ذهن انسان نیز قلمرویی دارد؛ قلمرویی نامرئی اما بنیادی‌تر از هر جغرافیا. توجه، مرز و دروازه این قلمرو است. اگر دیگران بتوانند هر زمان که خواستند وارد آن شوند، موضوعات مطلوب خود را در آن جای دهند، ترس‌ها و امیدهای آن را تنظیم کنند و اولویت‌هایش را تغییر دهند، آیا انسان هنوز حاکم ذهن خویش است؟ اگر شرکت‌ها، رسانه‌ها، دولت‌ها، ایدئولوژی‌ها و الگوریتم‌ها بتوانند پیوسته تعیین کنند که چه چیزی دیده شود، چه چیزی فراموش گردد، چه موضوعی فوریت پیدا کند و چه حقیقتی در حاشیه بماند، آیا می‌توان از استقلال کامل اندیشه سخن گفت؟

انسان نه تنها توجه می‌کند، بلکه به توجه نیز نیازمند است. این نیاز از نخستین لحظه‌های زندگی آغاز می‌شود. نوزاد با نگاه و آغوش آرام می‌گیرد، کودک با شنیده شدن احساس امنیت می‌کند، نوجوان برای دیده شدن و یافتن جایگاه خود در جمع تلاش می‌کند و بزرگسال نیز، هرچند کمتر به زبان آورد، به احترام، تأیید، محبت و حضور در ذهن دیگران نیاز دارد. زندگی خانوادگی بدون توجه متقابل تهی می‌شود، دوستی بدون شنیدن فرسوده می‌گردد و عشق، اگر از حضور آگاهانه و توجه پیوسته محروم شود، به عادت یا خاطره تبدیل خواهد شد. بخش بزرگی از رنج‌های فردی و اجتماعی نیز از جایی آغاز می‌شود که انسان خود را نادیده گرفته شده، ناشنیده و بی‌اهمیت احساس می‌کند.

اما همین نیاز طبیعی، هنگامی که وارد بازار، رسانه، سیاست و مناسبات قدرت می‌شود، می‌تواند به نقطه آسیب‌پذیری انسان تبدیل گردد. کسی که به دیده شدن نیاز دارد، ممکن است خود را با خواست جمع هماهنگ کند؛ نه به این دلیل که آن خواست را درست می‌داند، بلکه برای آنکه از جمع طرد نشود. فرد ممکن است به موضوعی توجه کند، زیرا همه درباره آن سخن می‌گویند؛ از رویدادی هیجان‌زده شود، زیرا موج هیجان عمومی او را با خود برده است؛ یا از اندیشه‌ای دفاع کند، زیرا تعلق به گروه برایش از استقلال فکری امن‌تر به نظر می‌رسد. انسان همیشه توجه خود را به تنهایی و در خلأ انتخاب نمی‌کند. انتخاب او در میدان فشارهای خانوادگی، فرهنگی، رسانه‌ای، اقتصادی و سیاسی شکل می‌گیرد و نیاز به تعلق، اعتبار و پذیرش اجتماعی می‌تواند او را به سوی موضوعاتی ببرد که اگر در سکوت و تنهایی می‌اندیشید، شاید هرگز چنین جایگاهی در ذهنش پیدا نمی‌کردند.

گاهی این حرکت جمعی بی‌ضرر یا حتی سازنده است. توجه مشترک به یک مسابقه ورزشی می‌تواند شادی و همبستگی ایجاد کند؛ توجه عمومی به یک فاجعه می‌تواند منابع و همدلی را به سوی آسیب‌دیدگان هدایت نماید؛ و تمرکز ملی بر آموزش، علم یا توسعه می‌تواند آینده یک کشور را دگرگون سازد. اما همین قدرت، هنگامی که بدون آگاهی یا با مهندسی هدفمند به کار گرفته شود، می‌تواند اولویت‌های واقعی فرد و جامعه را کنار بزند. ممکن است کسی ورزش دیگری را بیشتر دوست داشته باشد، اما تحت تأثیر موج جهانی یک رقابت بزرگ، ساعت‌ها از زمان خود را صرف رویدادی کند که انتخاب نخست او نبوده است. ممکن است جامعه‌ای مشکلات فوری در آب، انرژی، اقتصاد، آموزش و سلامت داشته باشد، اما توجه عمومی آن برای هفته‌ها و ماه‌ها به موضوعاتی معطوف شود که بیش از آنکه با نیازهای واقعی مردم مرتبط باشند، برای رسانه، قدرت سیاسی یا بازار سودآورند. در چنین شرایطی، توجه دیگر تنها انتخابی فردی نیست؛ نیروی اجتماعی است که می‌تواند مسیر منابع، احساسات و تصمیم‌ها را تغییر دهد.

در جهان دیجیتال، این نیرو به دقت اندازه‌گیری و قیمت‌گذاری می‌شود. تعداد بازدیدکنندگان، تعداد کلیک‌ها، زمان توقف روی یک صفحه، شمار دنبال‌کنندگان، میزان واکنش به یک پیام، سرعت عبور از یک تصویر و حتی لحظه‌ای که کاربر در برابر ویدئویی مکث می‌کند، همگی به داده‌هایی اقتصادی تبدیل شده‌اند. هرچه پلتفرمی بتواند زمان بیشتری از کاربر بگیرد، داده بیشتری گردآوری می‌کند، تبلیغ دقیق‌تری نمایش می‌دهد و درآمد بیشتری به دست می‌آورد. در این اقتصاد، انسان گمان می‌کند از خدمتی رایگان استفاده می‌کند، در حالی که بهای آن را با زمان، رفتار، اطلاعات شخصی و توجه خود می‌پردازد.

این فرایند را می‌توان «معامله پنهان توجه» نامید؛ معامله‌ای که در آن، کاربر اغلب از نقش واقعی خود آگاه نیست. او تصور می‌کند مشتری است، اما در بسیاری از موارد، خود او، عادت‌هایش و توجهش بخشی از کالای مورد معامله‌اند. شرکت‌های تبلیغاتی برای دسترسی به این توجه پول می‌پردازند، پلتفرم‌ها آن را دسته‌بندی و عرضه می‌کنند و الگوریتم‌ها می‌کوشند کیفیت و مدت آن را افزایش دهند. آنچه معامله می‌شود تنها یک کلیک نیست؛ امکان اثرگذاری بر انتخاب، خرید، احساس، نگرش و رفتار انسان است. کلیک، عددی بی‌جان نیست. پشت هر کلیک، بخشی از عمر یک انسان قرار دارد؛ لحظه‌ای که می‌توانست صرف خانواده، مطالعه، کار، آرامش، خلاقیت یا تفکر شود، اما در مسیری دیگر به جریان افتاده است.

اعلان‌های تلفن همراه نمونه‌ای کوچک اما روشن از همین سازوکارند. ما تصور می‌کنیم با فعال کردن اعلان، تنها از رسیدن یک پیام آگاه می‌شویم؛ اما در واقع اجازه می‌دهیم سامانه‌ای بیرونی هر زمان که اراده کرد، در ذهن ما را بزند و اولویت لحظه را تغییر دهد. نقطه‌ای قرمز، صدایی کوتاه یا لرزشی کوچک می‌تواند رشته یک اندیشه، گفت‌وگوی خانوادگی، مطالعه یا لحظه‌ای از آرامش را قطع کند. اعلان از نظر فنی ساده است، اما از منظر حاکمیت بر توجه، نوعی حق ورود است که ما به دیگری اعطا کرده‌ایم. مسئله این نیست که همه اعلان‌ها زیان‌آورند؛ مسئله این است که آیا این حق ورود با آگاهی و انتخاب ما تنظیم شده است یا خیر.

علوم رایانه می‌تواند استعاره‌ای روشن‌گر برای فهم این وضعیت فراهم کند. در یک سیستم عامل، پردازنده و حافظه منابعی محدودند. برنامه‌های متعدد برای استفاده از آنها رقابت می‌کنند و سامانه ناچار است براساس اولویت، نیاز و محدودیت تصمیم بگیرد کدام فرایند اجرا شود، کدام متوقف بماند و کدام به صف انتظار فرستاده شود. وقفه‌ها می‌توانند مسیر پردازش را تغییر دهند و اگر تعداد درخواست‌ها بیش از ظرفیت شود، کل سیستم کند، آشفته یا متوقف خواهد شد. ذهن انسان نیز با مسئله‌ای مشابه روبه‌رو است. محرک‌های بی‌شمار برای ورود به آگاهی رقابت می‌کنند، اما ظرفیت پردازش انسان محدود است. اگر اولویت‌گذاری ذهن به طور پیوسته با وقفه‌های بیرونی، هیجان‌های ساختگی و مطالب کم‌ارزش تغییر کند، بهترین توانایی‌های فکری نیز مجال بروز نخواهند یافت.

توجه از این جهت تنها شبیه زمان پردازنده نیست؛ به حافظه نیز شباهت دارد. موضوعی که بارها تکرار می‌شود، احتمال بیشتری دارد که در ذهن تثبیت شود، حتی اگر حقیقت یا اهمیت آن اثبات نشده باشد. تبلیغ، پروپاگاندا و روایت سیاسی دقیقاً از همین ویژگی بهره می‌گیرند. تکرار، آشنایی می‌آفریند و آشنایی گاه به اشتباه با حقیقت یکی گرفته می‌شود. واژه‌ها، تصاویر، دشمنان و قهرمانان اگر به اندازه کافی در برابر ذهن قرار گیرند، بخشی از معماری درونی انسان می‌شوند. از این رو، قدرت سیاسی برای کنترل

جامعه همیشه نیازمند آن نیست که به مردم بگوید دقیقاً چگونه فکر کنند؛ گاه کافی است تعیین کند مردم بیشتر درباره چه چیزهایی فکر کنند و چه چیزهایی هرگز فرصت ورود به گفت‌وگوی عمومی را پیدا نکنند.

قدرت توجه، شکلی از قدرت است که پیش از اجبار عمل می‌کند. ارتش می‌تواند رفتار را محدود کند، قانون می‌تواند مجازات تعیین نماید و سانسور می‌تواند سخنی را خاموش سازد؛ اما هدایت توجه، میدان پیش از همه اینها را در اختیار می‌گیرد. کسی که موضوع گفت‌وگو را تعیین می‌کند، مرزهای امکان اندیشیدن را نیز تا حدی شکل می‌دهد. کسی که هر روز دشمنی تازه معرفی می‌کند، اضطراب و انرژی جامعه را به سوی همان دشمن می‌برد. کسی که بحران را دائمی می‌سازد، مجالی برای سنجش آرام کارنامه خود باقی نمی‌گذارد. کسی که سوگواری را به ارزش برتر فرهنگی تبدیل می‌کند، ممکن است شادی، امید، فردیت و زندگی روزمره را در جایگاهی پایین‌تر قرار دهد. در چنین وضعیتی، جامعه تنها در معرض تبلیغات قرار ندارد؛ اولویت‌های عاطفی و اخلاقی آن نیز بازآرایی می‌شوند.

نظام‌های ایدئولوژیک بیش از بسیاری از ساختارهای سیاسی دیگر به مدیریت توجه وابسته‌اند، زیرا مشروعیت آنها تنها از عملکرد روزمره یا رضایت شهروندان سرچشمه نمی‌گیرد؛ آنها نیازمند روایتی فراگیرند که همه جنبه‌های زندگی را معنا کند. برای حفظ این روایت، باید توجه جامعه پیوسته به نمادها، آیین‌ها، دشمنان، قهرمانان و وعده‌های ایدئولوژیک بازگردانده شود. در چنین نظامی، حکومت تنها از مردم اطاعت نمی‌خواهد؛ از آنان می‌خواهد جهان را از زاویه‌ای خاص ببینند، رنج را به شیوه‌ای خاص معنا کنند، گذشته را با روایتی خاص به یاد آورند و آینده را در قالبی از پیش تعیین‌شده تصور نمایند. این شکل از قدرت، حاکمیت سیاسی را به حاکمیت بر توجه جمعی گسترش می‌دهد.

جمهوری اسلامی ایران نمونه‌ای برجسته از این فرایند است. طی نزدیک به پنج دهه، بخش بزرگی از فضای عمومی ایران به زبان، نمادها، آیین‌ها و اولویت‌های اسلام سیاسی اختصاص یافته است. حکومت کوشیده است ملت ایران را نه به عنوان مجموعه‌ای متنوع از شهروندان با تاریخ، فرهنگ، خواست‌ها و سبک‌های گوناگون زندگی، بلکه به عنوان بخشی از «امت اسلامی» بازتعریف کند. این تغییر واژگان ساده نیست؛ تغییر موضوع توجه و هویت است. هنگامی که «ملت» به «امت» تبدیل می‌شود، منافع ملی می‌تواند در برابر اهداف فراملی و ایدئولوژیک عقب بنشیند و جوان ایرانی نه برای زندگی بهتر در سرزمین خود، بلکه برای شهادت در جنگی آرمانی و بی‌پایان آماده شود.

در این چارچوب، سوگواری، سیاه‌پوشی، گریه، شهادت و رنج، نه تنها تجربه‌های دینی یا شخصی، بلکه ابزارهایی برای سازمان‌دهی عاطفه عمومی شده‌اند. حکومت با گسترش مستمر آیین‌های سوگواری و تقدیس مرگ، بخشی از توجه فرهنگی جامعه را از شادی، زندگی، زیبایی، رفاه، خلاقیت و آینده به سوی غم، فداکاری و مرگ هدایت کرده است. سخن در اینجا درباره نفی حق افراد برای باور، عزاداری یا اجرای آیین‌های مذهبی نیست؛ مسئله، تبدیل این آیین‌ها به سیاست رسمی و معیار ارزش اجتماعی است. زمانی که حکومت غم را فضیلت عمومی می‌سازد و شادی را مشکوک، کنترل‌شدنی یا نیازمند مجوز می‌کند، تنها سبک زندگی مردم را محدود نمی‌سازد؛ بلکه سرمایه عاطفی و توجه جمعی جامعه را به مسیر خاصی می‌برد.

هر ساعت و روزی که جامعه درگیر بحران ایدئولوژیک، دشمن‌سازی، جنگ نیابتی، شعارهای مرگ‌خواهانه و سوگواری‌های سازمان‌یافته می‌شود، فرصتی است که از گفت‌وگو درباره آموزش، علم، آب، محیط زیست، اقتصاد، سلامت، آزادی، هنر و

کیفیت زندگی کاسته می‌شود. این هزینه همیشه در بودجه رسمی دیده نمی‌شود، اما در آینده کشور ظاهر می‌گردد. توجهی که از توسعه گرفته می‌شود، به کاهش نوآوری می‌انجامد؛ توجهی که از شادی و امید ربوده می‌شود، جامعه را فرسوده می‌کند؛ و توجهی که از منافع ملی به پروژه‌های فرامرزی و ایدئولوژیک منتقل می‌شود، فاصله میان حکومت و ملت را افزایش می‌دهد.

می‌توان گفت یکی از بزرگ‌ترین خسارت‌های جمهوری اسلامی تنها تخریب اقتصاد، فرسایش زیرساخت‌ها، مهاجرت نخبگان یا محدود کردن آزادی‌ها نبوده است؛ بلکه تصرف چنددهه‌ساله توجه ایرانیان بوده است. حکومت نه تنها منابع مادی کشور را در جهت اولویت‌های خود مصرف کرده، بلکه بخش عظیمی از نیروی ذهنی، عاطفی و فرهنگی مردم را نیز به موضوعات مطلوب خود کشانده است. حتی مخالفت با حکومت نیز گاه در زمینی شکل گرفته که حکومت تعیین کرده است. مردم و مخالفان ناچار شده‌اند سال‌ها به شعارها، تهدیدها، بحران‌ها و روایت‌هایی پاسخ دهند که حکومت تولید کرده است. به این ترتیب، حکومت گاه حتی از خشم مخالفان نیز برای حفظ مرکزیت خود در فضای توجه بهره برده است.

این نکته ظریف اما مهم است: توجه منفی نیز توجه است. یک حکومت، رسانه یا چهره سیاسی ممکن است از ستایش برخوردار نباشد، اما تا زمانی که مرکز همه گفت‌وگوها، ترس‌ها و واکنش‌هاست، قدرت توجه خود را حفظ کرده است. کسی که مدام به دروغی پاسخ می‌دهد، ناخواسته آن دروغ را در فضای عمومی زنده نگه می‌دارد. جامعه‌ای که همه انرژی خود را صرف واکنش به دستور کار حکومت می‌کند، ممکن است فرصت ساختن دستور کار مستقل خود را از دست بدهد. حاکمیت بر توجه، تنها به معنای مقاومت در برابر پروپاگاندا نیست؛ به معنای توانایی تعیین اولویت‌های مستقل، ساختن روایت جایگزین و بازگرداندن نگاه مردم به زندگی، آزادی و آینده است.

از این رو، بازپس‌گیری حاکمیت بر توجه برای ایران تنها یک توصیه فردی درباره کاهش استفاده از تلفن همراه یا خاموش کردن اعلان‌ها نیست. این مفهوم معنایی ملی و تمدنی دارد. جامعه ایران باید بتواند خود تصمیم بگیرد کدام مسائل سزاوار سرمایه ذهنی و عاطفی آن هستند. آب، انرژی، آموزش، عدالت، آزادی، زنان، جوانان، محیط زیست، اقتصاد، علم، هنر، رفاه و آینده باید از حاشیه به مرکز توجه بازگردند. ملت باید بتواند بدون آنکه در دام اولویت‌های ایدئولوژیک حکومت بماند، پرسش‌های خود را طرح کند و درباره پاسخ‌های خود گفت‌وگو نماید.

در زندگی فردی نیز بازپس‌گیری توجه به معنای انزوا یا بی‌خبری نیست. حاکمیت بر توجه دعوت به خاموش کردن جهان نیست؛ دعوت به انتخاب آگاهانه صداهایی است که اجازه می‌دهیم وارد ذهن ما شوند. انسان آزاد می‌تواند ورزش تماشا کند، از شبکه‌های اجتماعی استفاده نماید، اخبار را دنبال کند، به هنر و سرگرمی بپردازد و در سیاست مشارکت داشته باشد، اما تفاوت در آن است که او آگاه است چه مقدار از سرمایه خود را در اختیار هر کدام قرار می‌دهد و در برابر آن چه بازدهی دریافت می‌کند. توجه می‌تواند شادی، یادگیری، رابطه، درآمد، آرامش یا مشارکت مدنی ایجاد کند، اما می‌تواند اضطراب، خشم، حسادت، اعتیاد، پراکندگی و بی‌قدرتی نیز به همراه آورد. مسئله، حذف توجه نیست؛ ارزیابی معامله است.

در اینجا، توجه به زبان اقتصاد نزدیک می‌شود. هر اختصاص توجه نوعی سرمایه‌گذاری است و هر سرمایه‌گذاری بازدهی دارد. ممکن است بازده آن مالی باشد، مانند مهارتی که به اشتغال بهتر می‌انجامد؛ ممکن است عاطفی باشد، مانند توجهی که رابطه‌ای را عمیق‌تر می‌کند؛ ممکن است شناختی باشد، مانند مطالعه‌ای که فهم انسان را گسترش می‌دهد؛ یا اجتماعی و سیاسی باشد، مانند

مشارکتی که به اصلاح جامعه کمک می‌کند. در مقابل، برخی مصرف‌های توجه بازدهی اندک یا حتی زیان دارند. ساعت‌ها خشم نسبت به موضوعی که هیچ کنترلی بر آن نداریم، دنبال کردن بی‌پایان زندگی دیگران، واکنش فوری به هر خبر و گرفتار شدن در رقابت دائمی برای دیده شدن، می‌تواند سرمایه توجه را مصرف کند بی‌آنکه چیزی پایدار به انسان بازگرداند.

با این همه، حاکمیت بر توجه را نباید به حسابداری سرد و سودگرایانه فروکاست. انسان ماشین اقتصادی نیست و همه لحظه‌های زندگی قرار نیست بازدهی قابل اندازه‌گیری داشته باشند. قدم زدن، تماشای غروب، شنیدن موسیقی، سکوت، خیال‌پردازی و حتی سرگرمی بی‌هدف می‌توانند ارزش‌هایی داشته باشند که در جدول‌های مالی ثبت نمی‌شوند. حاکمیت بر توجه دقیقاً حق انتخاب همین لحظات است. مسئله آن نیست که هر دقیقه باید «مفید» باشد؛ مسئله آن است که انسان بداند این دقیقه را خود برگزیده است و آن را بی‌اختیار به نظامی واگذار نکرده که برای افزایش سود یا قدرت خود طراحی شده است.

حاکمیت بر توجه، هم حق است و هم مسئولیت. حق است، زیرا هیچ دولت، شرکت، رسانه، گروه یا ایدئولوژی نباید بدون آگاهی و رضایت انسان بر ذهن او سلطه یابد. مسئولیت است، زیرا توجه هر فرد تنها زندگی شخصی او را شکل نمی‌دهد؛ توجه میلیون‌ها نفر بازار، فرهنگ، سیاست و آینده جامعه را می‌سازد. هر کلیک، هر بازدید، هر دنبال کردن و هر بازنشر، رأی کوچکی در اقتصاد توجه است. مردم با توجه خود تصمیم می‌گیرند چه کسی دیده شود، چه سخنی گسترش یابد، چه رسانه‌ای درآمد پیدا کند و چه موضوعی به مرکز گفت‌وگوی عمومی تبدیل گردد. از این رو، همان‌گونه که رأی دادن مسئولیتی مدنی است، اختصاص توجه نیز می‌تواند مسئولیتی فرهنگی و سیاسی باشد.

این اثر در پی آن نیست که نسخه‌ای ساده برای مسئله‌ای پیچیده ارائه دهد. توجه در خانواده با توجه در بازار یکسان نیست، توجه هنری با توجه سیاسی تفاوت دارد و نیاز کودک به دیده شدن را نمی‌توان با الگوریتم شبکه اجتماعی در یک سطح قرار داد. با این حال، همه این قلمروها به سرمایه‌ای مشترک وابسته‌اند. خانواده با توجه ساخته یا ویران می‌شود؛ آموزش با توجه معنا پیدا می‌کند؛ هنر برای توجه زاده می‌شود؛ بازار توجه را به درآمد تبدیل می‌کند؛ رسانه آن را جهت می‌دهد؛ سیاست آن را بسیج می‌کند؛ و حکومت‌های ایدئولوژیک می‌کوشند آن را تصرف نمایند. شناخت این ارتباط‌ها می‌تواند زبان تازه‌ای برای فهم زندگی معاصر فراهم سازد.

فصل‌های پیش رو، این مفهوم را از زوایای گوناگون دنبال خواهند کرد. نخست، توجه به عنوان نخستین قلمرو آزادی انسان بررسی می‌شود و سپس ارزش آن به منزله سرمایه‌ای کمیاب و غیرقابل بازگشت مورد توجه قرار می‌گیرد. در ادامه، بازار و اقتصاد توجه، معامله‌پنهان کاربران، مهندسی الگوریتمی و سازوکارهای جلب و حفظ ذهن تحلیل خواهند شد. قدرت اقتصادی، فرهنگی و سیاسی حاصل از توجه، گذار از تبلیغات به پروپاگاندا، نقش حکومت‌های ایدئولوژیک و تجربه جمهوری اسلامی ایران، هر یک بخشی از این مسیر را روشن خواهند کرد. در پایان نیز مسئله بازپس‌گیری حاکمیت بر توجه در سطح فرد، خانواده، آموزش، جامعه و آینده فناوری بررسی خواهد شد.

اما هدف اصلی، گردآوری موضوعات پراکنده درباره رسانه، فناوری یا سیاست نیست. آنچه این مباحث را به یکدیگر پیوند می‌دهد، پرسشی بنیادی است: چه کسی حق دارد تصمیم بگیرد ذهن انسان به چه چیزی مشغول باشد؟ پاسخ این اثر آن است که

این حق، در اصل، از آن خود انسان است. دیگران می‌توانند دعوت کنند، توضیح دهند، تبلیغ کنند و حتی برای جلب توجه رقابت نمایند، اما مرز میان دعوت و تصرف، همان مرزی است که آزادی از سلطه جدا می‌شود.

آینده آزادی ممکن است تنها در قانون اساسی، صندوق رأی یا آزادی مطبوعات تعیین نشود. بخشی از آن در صفحه تلفن همراه، در طراحی الگوریتم، در کلاس درس، در زبان رسانه و در توانایی انسان برای حفظ چند دقیقه سکوت و تمرکز رقم خواهد خورد. جامعه‌ای که شهروندان نمی‌توانند توجه خود را حفظ کنند، ممکن است ثروتمند، پیشرفته و حتی ظاهراً آزاد باشد، اما در برابر دستکاری آسیب‌پذیر خواهد ماند. در مقابل، جامعه‌ای که انسان‌های آن ارزش توجه خویش را می‌شناسند، دیرتر فریب می‌خورد، عمیق‌تر می‌اندیشد و آسان‌تر می‌تواند میان نیاز واقعی و هیاهوی ساختگی تفاوت بگذارد.

شاید قرن‌های گذشته آزادی را بیشتر در رهایی بدن از بردگی، رهایی سخن از سانسور و رهایی ملت از سلطه بیگانه جست‌وجو می‌کردند. قرن بیست و یکم، لایه دیگری از آزادی را آشکار کرده است: رهایی توجه از تصرف پنهان. این رهایی به معنای گسستن از جامعه، فناوری یا جهان نیست، بلکه به معنای حضور آگاهانه در آنهاست. انسانی که حاکمیت بر توجه خود را بازیابد، جهان را ترک نمی‌کند؛ با اختیار بیشتری به آن بازمی‌گردد.

اندیشه از توجه زاده می‌شود، انتخاب از اندیشه و آینده از انتخاب. از همین رو، حاکمیت بر توجه موضوعی حاشیه‌ای درباره تمرکز یا بهره‌وری فردی نیست؛ بنیانی نامرئی برای کرامت، آزادی و خودفرمانی انسان است. آنچه در این صفحات دنبال خواهد شد، دعوتی است برای دیدن این بنیان، شناخت نیروهایی که آن را تهدید می‌کنند و بازاندیشی در مسئولیتی که هر یک از ما در پاسداری از آن داریم.

آزادی اندیشه، از آزادی توجه آغاز می‌شود؛ و انسان زمانی حقیقتاً آزاد است که خود تصمیم بگیرد ذهن، زمان، احساس و نیروی شناختی خویش را به چه کسی و به چه چیزی بسپارد.

نقشه راه کتاب

از توجه فردی تا آزادی ملی

این کتاب از یک پرسش ساده اما بنیادین آغاز می‌شود: چه کسی تعیین می‌کند انسان به چه چیزی نگاه کند، درباره چه چیزی بیندیشد و چه چیزی را مهم بداند؟ در ظاهر، توجه مسئله‌ای شخصی و روزمره است؛ اما با کمی تأمل روشن می‌شود که بخش بزرگی از زندگی انسان در همان جایی شکل می‌گیرد که نگاه، ذهن و احساس او برای مدتی در آن باقی می‌مانند. آنچه مورد توجه قرار می‌گیرد، به تدریج وارد حافظه می‌شود، بر داوری اثر می‌گذارد، تصمیم‌ها را شکل می‌دهد و سرانجام بخشی از شخصیت انسان می‌گردد.

از همین رو، توجه تنها یک توانایی ذهنی نیست. توجه سرمایه‌ای محدود، موضوعی اقتصادی، ابزاری سیاسی و قلمرویی اخلاقی است. بازار برای آن رقابت می‌کند، رسانه آن را جهت می‌دهد، فناوری آن را اندازه‌گیری می‌کند و حکومت‌های اقتدارگرا می‌کوشند آن را در اختیار گیرند. در جهان امروز، بسیاری از نبردهای قدرت پیش از آنکه در خیابان، پارلمان یا میدان جنگ رخ دهند، در ذهن انسان آغاز می‌شوند.

این کتاب مسیر خود را از درون انسان آغاز می‌کند و سپس به تدریج به خانواده، آموزش، بازار، رسانه، سیاست، جمهوری اسلامی، هوش مصنوعی و معماری جامعه آزاد می‌رسد. هر فصل حلقه‌ای از زنجیره‌ای واحد است. نخست باید ماهیت توجه را شناخت، سپس ارزش اقتصادی و سیاسی آن را دید، سازوکارهای تصرف آن را فهمید و در نهایت درباره راه‌های بازپس‌گیری و حفاظت از آن اندیشید.

هدف این کتاب تنها هشدار دادن درباره تلفن همراه، شبکه‌های اجتماعی یا تبلیغات نیست. مسئله عمیق‌تر است. پرسش اصلی این است که در جهانی انباشته از صدا، تصویر، بحران و پیام، چگونه می‌توان اختیار ذهن را حفظ کرد و چگونه می‌توان جامعه‌ای ساخت که انسان را نه منبعی برای مصرف، بلکه موجودی صاحب حق، معنا و آینده بداند.

فصل‌های پیش رو این مسیر را گام به گام دنبال می‌کنند.

فصل نخست

توجه؛ نخستین قلمرو آزادی انسان

فصل نخست از بنیادی‌ترین لایه بحث آغاز می‌کند و توجه را پیش از اندیشه و انتخاب قرار می‌دهد. انسان تنها درباره موضوعاتی می‌تواند بیندیشد که به نحوی وارد میدان توجه او شده‌اند. از این رو، آزادی اندیشه بدون آزادی توجه کامل نیست. اگر دیگری بتواند پیوسته تعیین کند چه چیزی در برابر ذهن ما ظاهر شود، بخشی از قدرت اندیشیدن و انتخاب کردن نیز در اختیار او قرار می‌گیرد.

در این فصل، توجه به عنوان نخستین مرز میان انسان و جهان بررسی می‌شود؛ مرزی که در آن واقعیت بیرونی انتخاب، برجسته و معناگذاری می‌گردد. همچنین نشان داده می‌شود که چگونه توجه با حافظه، هویت، تربیت، تصمیم و آزادی پیوند دارد. پرسش محوری فصل این است که آیا انسان می‌تواند صاحب زندگی خود باشد، اگر نتواند تا اندازه‌ای صاحب جهت نگاه و ذهن خویش باقی بماند.

این فصل پایه فلسفی کتاب را می‌سازد و توضیح می‌دهد چرا مسئله توجه باید فراتر از تمرکز و بهره‌وری دیده شود. آنچه در این قلمرو رخ می‌دهد، بر کیفیت تمام بخش‌های دیگر زندگی اثر می‌گذارد.

فصل دوم

سرمایه توجه

پس از تعریف توجه به عنوان نخستین قلمرو آزادی، فصل دوم آن را به منزله سرمایه‌ای محدود بررسی می‌کند. توجه همانند زمان و انرژی پایان‌پذیر است. انسان نمی‌تواند هم‌زمان به همه چیز توجه کند و هر انتخاب، امکان توجه به موضوعی دیگر را کاهش می‌دهد.

در این فصل، میان توجه سطحی و عمیق، مصرف توجه و سرمایه‌گذاری آن تفاوت گذاشته می‌شود. برخی فعالیت‌ها توجه را می‌گیرند و پس از پایان چیزی پایدار باقی نمی‌گذارند، در حالی که برخی دیگر آن را به دانش، مهارت، رابطه، اثر هنری یا تصمیمی بهتر تبدیل می‌کنند. مطالعه، یادگیری، گفت‌وگو و کار عمیق نمونه‌هایی از سرمایه‌گذاری در توجه‌اند.

فصل دوم همچنین نشان می‌دهد که چگونه خانواده، مدرسه، سازمان و جامعه می‌توانند این سرمایه را پرورش دهند یا فرسوده سازند. توجه از این منظر تنها دارایی فردی نیست؛ ظرفیت انسانی و ملی نیز به شمار می‌رود. کشوری که توان تمرکز، یادگیری و همکاری شهروندانش را از دست می‌دهد، بخشی از سرمایه آینده خود را نابود می‌کند.

فصل سوم

بازار توجه

هنگامی که منبعی کمیاب و ارزشمند باشد، دیر یا زود بازاری پیرامون آن شکل می‌گیرد. فصل سوم به بررسی اقتصادی می‌پردازد که در آن توجه انسان به کالایی قابل خرید، فروش و اندازه‌گیری تبدیل شده است.

در بازار توجه، کاربر همیشه مشتری اصلی نیست. گاه او خود محصولی است که حضور، رفتار و قابلیت تأثیرپذیری‌اش به تبلیغ‌کننده فروخته می‌شود. پلتفرم‌ها برای افزایش زمان حضور، واکنش و بازگشت طراحی می‌شوند و موفقیت آنان با مقدار توجهی سنجیده می‌شود که می‌توانند در اختیار بگیرند.

این فصل نشان می‌دهد که چگونه مدل‌های اقتصادی بر طراحی فناوری اثر می‌گذارند. وقتی درآمد به ماندن بیشتر کاربر وابسته باشد، ابزار انگیزه‌ای نیرومند برای حذف پایان، افزایش تحریک و ایجاد عادت پیدا می‌کند. خبر، سرگرمی، خشم و حتی ارتباط انسانی می‌توانند در این منطق به وسیله‌ای برای نگه داشتن نگاه تبدیل شوند.

فصل سوم خواننده را با این واقعیت روبه‌رو می‌کند که بسیاری از انتخاب‌های ظاهراً شخصی در محیطی رخ می‌دهند که برای جهت دادن به رفتار طراحی شده است. از اینجا پرسش تازه‌ای شکل می‌گیرد: اگر توجه در بازار خرید و فروش می‌شود، چه کسانی آن را مهندسی می‌کنند؟

فصل چهارم

مهندسی توجه؛ چگونه ذهن انسان هدایت می‌شود

فصل چهارم از بازار به سازوکارهای عملی هدایت توجه می‌رسد. توجه معمولاً با فرمان مستقیم کنترل نمی‌شود. محیط، زبان، تصویر، تکرار، تازگی، ترس و پاداش می‌توانند به شکلی ظریف مسیر نگاه را تغییر دهند.

این فصل سازوکارهایی مانند اعلان، پاداش متغیر، قاب‌بندی، تکرار، انتخاب واژه، برجسته‌سازی و شخصی‌سازی را بررسی می‌کند. همچنین نشان می‌دهد که چگونه معماری یک محیط دیجیتال یا رسانه‌ای می‌تواند رفتاری را آسان‌تر و رفتار دیگری را دشوارتر سازد.

مهندسی توجه ذاتاً شر نیست. معلم، هنرمند، پزشک و مدیر نیز برای جلب و حفظ توجه از شیوه‌هایی استفاده می‌کنند. تفاوت اخلاقی در هدف، شفافیت و میزان اختیار مخاطب قرار دارد. آیا تأثیر برای رشد و فهم انسان به کار می‌رود یا برای بهره‌برداری از ضعف او؟

فصل چهارم مرز میان تأثیر مشروع و دستکاری پنهان را بررسی می‌کند و به این نتیجه می‌رسد که آزادی به معنای نبود کامل تأثیر نیست، بلکه توان شناخت و انتخاب میان تأثیرهاست.

فصل پنجم

قدرت توجه؛ ثروت و نفوذ در جهان جدید

فصل پنجم نشان می‌دهد که توجه چگونه به قدرت تبدیل می‌شود. هر فرد، رسانه، شرکت یا رهبر سیاسی که بتواند نگاه میلیون‌ها نفر را به سوی خود یا موضوعی معین هدایت کند، بر دستور کار عمومی اثر می‌گذارد.

قدرت در جهان جدید تنها در مالکیت منابع مالی، نیروی نظامی یا مقام رسمی خلاصه نمی‌شود. توان تعیین اینکه مردم درباره چه چیزی سخن بگویند و چه مسئله‌ای را مهم بدانند، خود شکلی از قدرت است. کسی که دستور کار را تعیین می‌کند، اغلب پیش از آغاز بحث بخشی از نتیجه را شکل داده است.

این فصل رابطه توجه با شهرت، برند، اعتماد، رهبری، مشروعیت و سیاست را بررسی می‌کند. همچنین میان رهبری‌ای که توجه را به شخص وابسته می‌سازد و رهبری‌ای که آن را به اصول، نهادها و هدف مشترک منتقل می‌کند تفاوت می‌گذارد. در این فصل روشن می‌شود که تمرکز توجه می‌تواند به تمرکز قدرت بینجامد. جامعه‌ای که تنها یک صدا، چهره یا روایت را می‌بیند، به تدریج توان مقایسه و اصلاح را از دست می‌دهد.

فصل ششم

از تبلیغات تا پروپاگاندا؛ مهندسی واقعیت در ذهن جمعی

فصل ششم به مرز میان اقناع، تبلیغات و پروپاگاندا می‌پردازد. هر جامعه برای انتقال پیام و جلب حمایت از زبان و تصویر استفاده می‌کند، اما پروپاگاندا تنها دیدگاهی را عرضه نمی‌کند؛ می‌کوشد خود واقعیت قابل مشاهده را بازسازی کند. پروپاگاندا با تکرار، حذف زمینه، ساختن دشمن، کنترل زبان و تولید احساس عمل می‌کند. هدف آن لزوماً اثبات یک ادعا نیست؛ گاه کافی است اعتماد به همه منابع از میان برود و انسان احساس کند حقیقت قابل دسترسی نیست. این فصل نشان می‌دهد که چگونه آمار، تصویر، مراسم، آموزش، سانسور و رسانه می‌توانند در خدمت ساختن واقعیتی سیاسی قرار گیرند. همچنین تفاوت میان رسانه دموکراتیک و دستگاه تبلیغاتی بررسی می‌شود. رسانه آزاد نیز خطا می‌کند، اما امکان پرسش، اصلاح و رقابت را حفظ می‌نماید؛ پروپاگاندا خود را فراتر از پرسش قرار می‌دهد. فصل ششم زمینه‌ای مستقیم برای ورود به تجربه جمهوری اسلامی فراهم می‌سازد؛ نظامی که تبلیغات در آن فعالیتی جانبی نیست، بلکه بخشی از شیوه حکومت کردن است.

فصل هفتم

جمهوری اسلامی و تصرف توجه؛ حکومتی که ذهن ملت را به اشغال درآورد

فصل هفتم مفاهیم نظری کتاب را به تجربه معاصر ایران پیوند می‌دهد. جمهوری اسلامی در این فصل نه تنها حکومتی سرکوبگر، بلکه نظامی برای تصرف زمان، زبان، حافظه، بدن و توجه ایرانیان بررسی می‌شود. این حکومت با بحران دائمی، دشمن‌سازی، حجاب اجباری، سانسور، تبلیغات مذهبی، اقتصاد بی‌ثبات و حضور گسترده امنیتی، ذهن مردم را در حالت مراقبت و واکنش نگه داشته است. شهروند تنها با قوانین محدودکننده روبه‌رو نیست؛ ناچار است بخشی از توجه روزانه خود را صرف پیش‌بینی خطر، عبور از ممنوعیت و تفسیر پیام‌های قدرت کند. اقتصاد ناپایدار نیز به ابزار تصرف توجه تبدیل می‌شود. تورم، کمبود، بیکاری و نااطمینانی، افق زندگی را کوتاه می‌کنند. مردم به جای برنامه‌ریزی برای آینده، ناچار می‌شوند پیوسته درباره بقا، قیمت و تصمیم‌های ناگهانی حکومت بیندیشند.

این فصل همچنین توضیح می‌دهد که چگونه حتی مخالفان حکومت ممکن است در دام توجه آن باقی بمانند. هنگامی که همه گفت‌وگوها، احساسات و فعالیت‌ها تنها واکنشی به رفتار روزانه نظام باشند، حکومت همچنان دستور کار را تعیین می‌کند. رهایی زمانی آغاز می‌شود که ایران و آینده آن، نه جمهوری اسلامی، به مرکز توجه مخالفان بازگردند.

فصل هشتم

بازپس‌گیری حاکمیت بر توجه؛ از آزادی فردی تا رهایی ملی

پس از توصیف سازوکارهای تصرف، فصل هشتم به راه‌های بازپس‌گیری توجه می‌پردازد. این فصل از توصیه‌های ساده درباره کاهش استفاده از فناوری فراتر می‌رود و بازسازی رابطه انسان با خویش، زمان، خبر، خانواده و سیاست را بررسی می‌کند.

بازپس‌گیری توجه از شناخت الگوهای رفتاری آغاز می‌شود. انسان باید بداند چه زمانی و به چه دلیل به سوی محرک بیرونی می‌رود. آیا به دنبال خبر است یا کاهش اضطراب؟ آیا برای ارتباط وارد شبکه می‌شود یا از دشواری کار فرار می‌کند؟ این آگاهی میان محرک و واکنش فاصله می‌سازد.

فصل هشتم به اهمیت سکوت، مطالعه، نوشتن، طبیعت، بدن و گفت‌وگوی واقعی می‌پردازد. همچنین نقش خانواده و مدرسه در پرورش توجه را بررسی می‌کند. کودک باید بیاموزد که هر لحظه بی‌حوصلگی نیازمند سرگرمی فوری نیست و هر احساس ناخوشایندی نباید بلافاصله خاموش شود.

در سطح سیاسی، این فصل از اپوزیسیون و جامعه ایرانی می‌خواهد که توجه خود را از واکنش دائمی به ساختن آینده منتقل کنند. برنامه، نهاد، اعتماد، آموزش و آمادگی برای گذار باید حتی در روزهایی که بحران تازه‌ای وجود ندارد ادامه یابند.

فصل نهم

هوش مصنوعی و آینده توجه؛ از دستیار انسان تا مهندس پنهان ذهن

فصل نهم به فناوری‌ای می‌پردازد که می‌تواند رابطه انسان و توجه را بیش از هر ابزار دیگری دگرگون سازد. هوش مصنوعی تنها پیام موجود را منتقل نمی‌کند؛ می‌تواند پیام را متناسب با شخصیت، سابقه و آسیب‌پذیری هر فرد تولید کند.

شخصی‌سازی می‌تواند آموزش، درمان، پژوهش و خدمات را بهبود دهد. دستیار هوشمند می‌تواند انبوه اطلاعات را خلاصه و زمان انسان را آزاد کند. اما همین توان می‌تواند برای اقناع پنهان، تبلیغات سیاسی، نظارت و شکل دادن به ترجیحات به کار رود.

در این فصل، مرز میان شناخت خواسته‌های انسان و ساختن آن خواسته‌ها بررسی می‌شود. اگر سامانه براساس رفتار گذشته پیشنهاد دهد و پیشنهادهایش رفتار آینده را بسازند، آیا همچنان می‌توان گفت ترجیح فرد کاملاً از خود او سرچشمه گرفته است؟

فصل نهم همچنین به جعل عمیق، محتوای مصنوعی، نظارت الگوریتمی، آموزش، محیط کار و حکومت می‌پردازد. پرسش اصلی آن این است که آیا هوش مصنوعی در خدمت انتخاب انسان قرار خواهد گرفت یا انتخاب کردن به تدریج به آن واگذار خواهد شد.

فصل دهم

معماری جامعه‌ای آزاد؛ وقتی حاکمیت بر توجه به حق، نهاد و فرهنگ تبدیل می‌شود

فصل پایانی از مسئولیت فردی فراتر می‌رود و می‌پرسد جامعه چگونه می‌تواند از آزادی توجه حمایت کند. فرد نمی‌تواند به تنهایی در برابر بازار، فناوری و حکومت‌هایی مقاومت کند که منابع عظیم برای هدایت رفتار در اختیار دارند. آزادی نیازمند نهاد و معماری است.

این فصل اصول جامعه‌ای را ترسیم می‌کند که در آن توجه به عنوان منبعی انسانی و حق بنیادین شناخته می‌شود. حق آگاهی از منشأ پیام، حق قطع ارتباط، حریم ذهنی، حفاظت از داده، آموزش توجه، رسانه مستقل و شفافیت حکومت از اجزای این معماری‌اند.

مدرسه در چنین جامعه‌ای دانش‌آموز را صاحب پرسش می‌کند. رسانه به جای تحریک صرف، زمینه فهم را فراهم می‌سازد. فناوری به هدف انسان خدمت می‌کند و دولت می‌کوشد بار ذهنی زندگی را کاهش دهد. حکومت موفق نمی‌خواهد پیوسته دیده شود؛ خدمات خود را انجام می‌دهد و اجازه می‌دهد مردم به زندگی خویش توجه کنند.

فصل دهم همچنین این اصول را در زمینه ایران آینده قرار می‌دهد. دوران گذار تنها تغییر صاحبان قدرت نیست؛ باید فرهنگ تبلیغات، شخصیت‌پرستی، نظارت و بحران‌سازی نیز تغییر کند. ایران آزاد زمانی پایدار خواهد ماند که توزیع توجه با توزیع قدرت همراه شود.

حرکت کلی کتاب

حرکت این کتاب از فرد به جامعه و از شناخت به عمل است. فصل نخست می‌پرسد توجه چیست و چرا با آزادی پیوند دارد. فصل دوم آن را سرمایه می‌بیند و فصل سوم بازاری را بررسی می‌کند که پیرامون این سرمایه شکل گرفته است. فصل چهارم سازوکارهای هدایت آن را آشکار می‌سازد و فصل پنجم نشان می‌دهد که توجه چگونه به نفوذ و قدرت تبدیل می‌شود.

فصل ششم وارد قلمرو تبلیغات و پروپاگاندا می‌شود و فصل هفتم این مفاهیم را در ساختار جمهوری اسلامی دنبال می‌کند. فصل هشتم راه‌های بازپس‌گیری را از زندگی فردی تا کنش سیاسی بررسی می‌نماید. فصل نهم چالش تازه هوش مصنوعی را پیش روی خواننده قرار می‌دهد و فصل دهم می‌کوشد اصول جامعه‌ای را ترسیم کند که آزادی توجه در آن تنها توصیه‌ای شخصی، بلکه بخشی از قانون، فرهنگ و نهادها باشد.

این مسیر نشان می‌دهد که توجه موضوعی کوچک در حاشیه زندگی نیست. توجه نقطه‌ای است که در آن روان‌شناسی، اقتصاد، فناوری، سیاست و اخلاق با یکدیگر تلاقی می‌کنند. آنچه وارد میدان توجه می‌شود، فرصت تبدیل شدن به فکر، احساس، تصمیم و عمل را پیدا می‌کند. به همین دلیل، رقابت بر سر توجه در واقع رقابت بر سر شکل دادن به انسان و آینده است.

پیام این کتاب آن نیست که انسان از جهان روی برگرداند. دعوت به انزوا، سکوت کامل یا ترس از فناوری نیز نیست. انسان به اطلاعات، ارتباط و مشارکت نیاز دارد. مسئله این است که رابطه او با جهان نباید کاملاً از سوی نیروهای تعیین‌شده که هدفشان سود، قدرت یا بقاست.

حاکمیت بر توجه یعنی انسان بتواند از میان صداهای بسیار، آنچه را شایسته است برگزیند. بتواند به موضوعی عمیق‌تر از موج روزانه وفادار بماند. بتواند پس از پراکندگی بازگردد و پس از فریب، داوری خود را اصلاح کند.

در سطح ملی، حاکمیت بر توجه یعنی ملت بتواند دستور کار خود را بسازد. ایران نباید تا ابد تنها در واکنش به بحران، سرکوب و پیام‌های جمهوری اسلامی تعریف شود. آزادی زمانی آغاز می‌شود که آینده، قانون، کرامت، آبادانی و زندگی مردم دوباره به مرکز نگاه جمعی بازگردند.

این کتاب سفری از نگاه انسان به ساختار جامعه است. از لحظه‌ای که فرد تصمیم می‌گیرد به چه چیزی توجه کند تا لحظه‌ای که ملت تصمیم می‌گیرد چه آینده‌ای را بسازد.

در پایان این سفر، یک اصل ساده باقی می‌ماند: آنچه توجه خود را به آن می‌سپاریم، به تدریج زندگی ما را شکل می‌دهد.

از این رو، پرسش حاکمیت بر توجه در نهایت همان پرسش حاکمیت بر زندگی است.