

واژه‌نامه مفهومی

درآمد

واژه‌ها تنها ابزار بیان اندیشه نیستند؛ آنها محدوده‌ای را که در آن می‌توانیم جهان را ببینیم و درباره آن بیندیشیم نیز تعیین می‌کنند. بسیاری از پدیده‌ها پیش از آنکه نامی روشن پیدا کنند، در زندگی انسان حضور دارند، اما به دلیل نداشتن زبان مناسب، کمتر دیده و شناخته می‌شوند. انسان ممکن است آثار یک وضعیت را تجربه کند، بی‌آنکه بتواند آن را تعریف کند یا رابطه میان اجزای آن را دریابد. نام‌گذاری یک پدیده، نخستین گام برای شناخت و سپس تغییر آن است.

توجه نیز همواره بخشی از زندگی انسان بوده است، اما در جهان دیجیتال جایگاهی تازه پیدا کرده است. آنچه زمانی بیشتر موضوع روان‌شناسی، آموزش یا مراقبه به شمار می‌رفت، امروز به مرکز اقتصاد، سیاست، فناوری، رسانه و قدرت منتقل شده است. از همین رو، زبان روزمره برای توضیح همه ابعاد آن کافی نیست و به مجموعه‌ای از مفاهیم نیاز داریم که رابطه میان ذهن انسان، بازار، حکومت و فناوری را روشن کنند.

واژه‌نامه حاضر فرهنگ لغتی عمومی نیست و قصد ندارد همه تعریف‌های موجود درباره این اصطلاحات را دربرگیرد. هدف آن توضیح معنایی است که هر واژه در چارچوب این کتاب پیدا کرده است. برخی از این مفاهیم سابقه‌ای طولانی در فلسفه، روان‌شناسی، اقتصاد و علوم سیاسی دارند و برخی دیگر در نتیجه تحولات رسانه‌ای و فناوریانه دهه‌های اخیر اهمیت یافته‌اند. آنچه آنها را در این کتاب به هم پیوند می‌دهد، پرسشی مشترک است: چگونه می‌توان در جهانی که نیروهای گوناگون برای تصرف نگاه و ذهن انسان رقابت می‌کنند، اختیار، کرامت و آزادی او را حفظ کرد؟

توجه

توجه توانایی ذهن برای انتخاب بخشی از واقعیت و قرار دادن آن در مرکز آگاهی است. انسان در هر لحظه با انبوهی از صداها، تصاویر، خاطره‌ها، احساس‌ها و اطلاعات روبه‌روست، اما تنها بخش کوچکی از آنها می‌تواند وارد میدان آگاهی فعال او شود. توجه همان فرایندی است که تعیین می‌کند کدام موضوع دیده، شنیده، بررسی یا به یاد سپرده شود و کدام بخش در حاشیه باقی بماند.

در این کتاب، توجه تنها یک توانایی روان‌شناختی یا وسیله‌ای برای افزایش تمرکز و بهره‌وری نیست. توجه دروازه ورود جهان به ذهن انسان و نقطه آغاز شکل‌گیری اندیشه، احساس، تصمیم و هویت است. آنچه بارها مورد توجه قرار می‌گیرد، به تدریج در حافظه جای می‌گیرد و بر برداشت انسان از خود و جهان اثر می‌گذارد. به همین دلیل، توجه نخستین قلمرو آزادی انسان به شمار می‌آید.

آگاهی

آگاهی حالت حضور ذهن نسبت به خود، محیط و تجربه جاری است. انسان ممکن است محرکی را دریافت کند، بی‌آنکه به معنای کامل آن آگاه باشد، یا رفتاری را بارها تکرار کند، بی‌آنکه درباره علت و پیامد آن بیندیشد. آگاهی زمانی شکل می‌گیرد که فرد بتواند تجربه خود را ببیند، درباره آن تأمل کند و میان محرک و واکنش فاصله‌ای ایجاد نماید.

در چارچوب حاکمیت بر توجه، آگاهی شرط بازپس‌گیری اختیار است. تا زمانی که انسان نداند توجه او چگونه و به وسیله چه عواملی هدایت می‌شود، توان تغییر دادن این فرایند را نخواهد داشت. آگاهی به معنای حذف همه تأثیرهای بیرونی نیست، بلکه توان دیدن و ارزیابی آنهاست.

آزادی توجه

آزادی توجه حق و توان انسان برای مشارکت آگاهانه در تعیین جهت نگاه، اندیشه و تمرکز خویش است. این آزادی به معنای آن نیست که انسان می‌تواند از همه محرک‌ها و تأثیرهای بیرونی مستقل باشد؛ چنین استقلالی نه ممکن است و نه لزوماً مطلوب. زندگی انسانی همواره در رابطه با دیگران، فرهنگ، زبان و محیط شکل می‌گیرد.

آزادی توجه زمانی آسیب می‌بیند که نیروهای بیرونی بدون آگاهی یا رضایت فرد، به شکلی نظام‌مند ضعف‌های روانی او را برای هدایت رفتار به کار گیرند. هرچه سازوکارهای تأثیر پنهان‌تر، شخصی‌تر و گریزناپذیرتر باشند، توان انتخاب آگاهانه نیز محدودتر می‌شود. آزادی توجه، پایه‌ای برای آزادی اندیشه و تصمیم‌گیری است.

حاکمیت بر توجه

حاکمیت بر توجه توانایی انسان برای حفظ نقش تعیین‌کننده خود در انتخاب موضوعاتی است که شایسته زمان، اندیشه و انرژی ذهنی او هستند. این مفهوم به معنای کنترل مطلق ذهن نیست؛ زیرا هیچ انسانی نمی‌تواند همه افکار، احساس‌ها یا محرک‌های پیرامون خود را کنترل کند. حاکمیت در اینجا به معنای داشتن اختیار نسبی، آگاهی، حق اعتراض و امکان بازگشت است.

در سطح فردی، حاکمیت بر توجه یعنی توان ایجاد فاصله میان محرک و واکنش، تشخیص هدف پیام‌ها و بازگرداندن ذهن به اولویت‌های آگاهانه. در سطح اجتماعی، این مفهوم به وجود قوانین، نهادها، آموزش و فناوری‌هایی اشاره دارد که از استقلال ذهن انسان حمایت می‌کنند. در سطح سیاسی نیز به معنای توان یک ملت برای تعیین دستور کار و آینده خود، به جای واکنش دائمی به بحران‌ها و روایت‌های تحمیل‌شده، است.

سرمایه توجه

سرمایه توجه مجموع زمان، تمرکز، انرژی ذهنی و توان شناختی محدودی است که انسان در اختیار دارد. این سرمایه برخلاف پول قابل ذخیره‌سازی برای آینده نیست. هر ساعت توجهی که سپری می‌شود، بخشی از عمر انسان است که باز نمی‌گردد. با این حال، توجه می‌تواند به دانش، مهارت، رابطه، خلاقیت و تصمیم‌های بهتر تبدیل شود و از این طریق ارزش‌هایی پایدار پدید آورد.

تفاوت میان مصرف و سرمایه‌گذاری توجه در نتیجه‌ای است که از آن باقی می‌ماند. سرگرمی و استراحت نیز می‌توانند استفاده‌ای ضروری و ارزشمند از توجه باشند، اما مصرف بی‌اختیار و پایان‌ناپذیر محتوا اغلب چیزی جز خستگی و پراکندگی بر جای نمی‌گذارد. مدیریت توجه در حقیقت مدیریت یکی از بنیادی‌ترین سرمایه‌های زندگی است.

اقتصاد توجه

اقتصاد توجه نظامی اقتصادی است که در آن توانایی جلب، حفظ و جهت دادن به توجه انسان به منبع اصلی ارزش تبدیل می‌شود. در گذشته، اطلاعات کمیاب بود و دسترسی به آن اهمیت داشت؛ اما در جهان دیجیتال، اطلاعات فراوان و توجه محدود است. از این رو، شرکت‌ها، رسانه‌ها و پلتفرم‌ها برای به دست آوردن سهم بیشتری از زمان و تمرکز کاربران با یکدیگر رقابت می‌کنند.

در این اقتصاد، خدمات ظاهراً رایگان ممکن است از راه جمع‌آوری داده، فروش تبلیغات و پیش‌بینی رفتار درآمد کسب کنند. کاربر در چنین مدلی تنها مصرف‌کننده نیست؛ حضور، واکنش و قابلیت تأثیرپذیری او نیز بخشی از محصول اقتصادی به شمار می‌آید. اقتصاد توجه زمانی مسئله‌ساز می‌شود که سودآوری به افزایش وابستگی، تحریک عاطفی و تضعیف انتخاب آگاهانه وابسته باشد.

بازار توجه

بازار توجه میدان رقابتی میان رسانه‌ها، شرکت‌ها، سیاستمداران، هنرمندان، فعالان اجتماعی و تولیدکنندگان محتوا برای جلب نگاه و ذهن مخاطب است. هر بازیگر می‌کوشد پیام خود را در فضایی قرار دهد که انبوه پیام‌های دیگر نیز در آن حضور دارند. در چنین بازاری، دیده شدن خود به نوعی قدرت تبدیل می‌شود.

این بازار لزوماً منفی نیست؛ زیرا رقابت برای جلب توجه می‌تواند به خلاقیت، تنوع و دسترسی گسترده‌تر به دانش بینجامد. مشکل زمانی آغاز می‌شود که معیار اصلی موفقیت تنها تعداد کلیک، مدت حضور یا شدت واکنش باشد. در این وضعیت، محتوای خشم‌برانگیز، ترسناک، اغراق‌آمیز یا گمراه‌کننده ممکن است بر محتوای دقیق و عمیق برتری یابد.

کالایی شدن توجه

کالایی شدن توجه فرایندی است که در آن زمان، تمرکز و واکنش‌های انسان به واحدهایی قابل اندازه‌گیری، معامله و درآمدزایی تبدیل می‌شوند. در این فرایند، تجربه انسانی از معنای شخصی خود جدا و به داده‌ای اقتصادی تبدیل می‌شود. تعداد مشاهده، کلیک، پسند، اشتراک‌گذاری و مدت حضور، ارزش تجاری پیدا می‌کنند و مبنای تصمیم‌های پلتفرم‌ها و تبلیغ‌کنندگان قرار می‌گیرند.

خطر کالایی شدن توجه در این نیست که هر نوع تبلیغ یا تجارت نادرست است، بلکه در این است که انسان ممکن است به مجموعه‌ای از شاخص‌های رفتاری تقلیل یابد. هنگامی که هدف اصلی سامانه، بیشینه کردن زمان حضور باشد، سلامت، آرامش و استقلال کاربر ممکن است در مرتبه‌ای پایین‌تر قرار گیرد.

مهندسی توجه

مهندسی توجه طراحی آگاهانه پیام، محیط یا فناوری برای هدایت نگاه و رفتار انسان است. رنگ، صدا، اعلان، ترتیب نمایش محتوا، انتخاب واژه، تصویر، تکرار، پاداش و ایجاد حس فوریت از ابزارهای این فرایندند. مهندسی توجه می‌تواند در آموزش، هنر، پزشکی و طراحی خدمات عمومی نیز کاربردی سودمند داشته باشد.

مرز اخلاقی این مفهوم به هدف، شفافیت و میزان اختیار مخاطب وابسته است. هنگامی که طراحی برای کمک به فهم، یادگیری یا دسترسی بهتر به کار رود، می‌تواند به توانمندسازی انسان کمک کند. اما زمانی که ضعف‌های روانی برای ایجاد وابستگی یا هدایت پنهان رفتار مورد استفاده قرار گیرند، مهندسی توجه به دستکاری تبدیل می‌شود.

دستکاری توجه

دستکاری توجه تأثیرگذاری هدفمند بر ذهن انسان به شیوه‌ای است که هدف واقعی، سازوکار یا منافع تأثیرگذار از مخاطب پنهان می‌ماند. در دستکاری، فرد تصور می‌کند آزادانه انتخاب می‌کند، در حالی که محیط به گونه‌ای طراحی شده است که احتمال یک رفتار خاص را افزایش دهد.

دستکاری ممکن است از طریق ترس، خشم، احساس گناه، اطلاعات ناقص، تکرار، شخصی‌سازی یا ایجاد وابستگی صورت گیرد. تفاوت اصلی میان اقناع مشروع و دستکاری در احترام به توان دآوری مخاطب است. اقناع دلیل ارائه می‌دهد و امکان مخالفت را به رسمیت می‌شناسد؛ دستکاری می‌کوشد از مسیرهایی عبور کند که فرد کمتر بتواند آنها را ببیند و ارزیابی کند.

معماری انتخاب

معماری انتخاب شیوه‌ای است که گزینه‌ها در برابر انسان چیده، برجسته یا پنهان می‌شوند. هیچ محیط انتخابی کاملاً خنثی نیست. ترتیب گزینه‌ها، انتخاب پیش‌فرض، دشواری خروج، زبان توضیح و حتی اندازه دکمه‌ها می‌توانند بر تصمیم اثر بگذارند. این مفهوم نشان می‌دهد که آزادی انتخاب تنها به وجود چند گزینه وابسته نیست. انسان ممکن است ظاهراً حق انتخاب داشته باشد، اما طراحی محیط او را به سوی مسیری از پیش ترجیح داده شده سوق دهد. معماری انتخاب اخلاقی باید شفاف، قابل فهم و قابل بازگشت باشد و منافع استفاده‌کننده را در کنار منافع طراح در نظر گیرد.

طراحی اعتیادآور

طراحی اعتیادآور به استفاده از ویژگی‌هایی گفته می‌شود که هدف آنها افزایش مراجعه، ماندن و تکرار رفتار کاربر، فراتر از نیاز یا تصمیم اولیه اوست. پیمایش بی‌پایان، پخش خودکار، اعلان‌های مکرر، امتیازدهی و پاداش‌های غیرقابل پیش‌بینی از نمونه‌های رایج این طراحی‌اند.

کاربرد واژه اعتیاد در اینجا لزوماً به معنای تشخیص پزشکی نیست، بلکه به رابطه‌ای اشاره دارد که در آن فرد بارها برخلاف تصمیم آگاهانه خود به سامانه بازمی‌گردد. مسئولیت این وضعیت را نمی‌توان تنها بر عهده ضعف اراده فرد گذاشت، زیرا بسیاری از سامانه‌ها با بهره‌گیری از دانش روان‌شناختی و داده‌های گسترده برای افزایش این رفتار طراحی شده‌اند.

پاداش متغیر

پاداش متغیر نوعی سازوکار رفتاری است که در آن نتیجه هر بار استفاده یا مراجعه قابل پیش‌بینی نیست. کاربرد ممکن است با خبری مهم، پیام دوست، تصویری جذاب یا محتوایی بی‌اهمیت روبه‌رو شود. همین نامعلومی او را تشویق می‌کند بارها عمل را تکرار کند.

این سازوکار در بازی‌ها، شبکه‌های اجتماعی و بسیاری از برنامه‌های دیجیتال به کار می‌رود. قدرت آن در این است که ذهن انسان نسبت به امکان پاداشی غیرمنتظره حساس است. هنگامی که پاداش متغیر با اعلان، شمارنده و تأیید اجتماعی همراه شود، می‌تواند به عادت‌هایی عمیق و دشوار برای کنترل منجر گردد.

پراکندگی توجه

پراکندگی توجه وضعیتی است که در آن ذهن به‌طور پیوسته میان محرک‌ها و فعالیت‌های متعدد جابه‌جا می‌شود و فرصت کافی برای ورود عمیق به یک موضوع پیدا نمی‌کند. فرد ممکن است در ظاهر هم‌زمان چند کار انجام دهد، اما در عمل ذهن او با هزینه شناختی میان کارها رفت‌وآمد می‌کند.

پراکندگی مزمن می‌تواند کیفیت یادگیری، حافظه، گفت‌وگو و تصمیم‌گیری را کاهش دهد. مسئله تنها از دست رفتن زمان نیست؛ ذهنی که پیوسته منتظر محرک تازه است، به تدریج تحمل خود را برای سکوت، ابهام و فعالیت‌های طولانی از دست می‌دهد. بازسازی توجه عمیق نیازمند تمرین، محیط مناسب و کاهش وقفه‌های غیرضروری است.

توجه عمیق

توجه عمیق توان باقی ماندن آگاهانه و پیوسته با یک مسئله، متن، انسان یا فعالیت برای زمانی کافی است. این نوع توجه امکان درک روابط پیچیده، تولید اندیشه تازه، یادگیری پایدار و گفت‌وگوی انسانی واقعی را فراهم می‌کند.

توجه عمیق به معنای قطع کامل ارتباط با جهان نیست، بلکه توان انتخاب موقت یک موضوع و مقاومت در برابر کشش محرک‌های کم‌اهمیت‌تر است. بسیاری از دستاوردهای علمی، هنری و انسانی حاصل دوره‌هایی هستند که فرد توانسته است با موضوعی دشوار بماند و از پاسخ‌های فوری عبور کند.

بار شناختی

بار شناختی مقدار اطلاعات، تصمیم و مسئله‌ای است که ذهن انسان در یک زمان باید پردازش کند. ظرفیت حافظه فعال محدود است و هنگامی که درخواست‌ها، اعلان‌ها، گزینه‌ها و نگرانی‌ها از این ظرفیت فراتر روند، کیفیت تصمیم‌گیری کاهش می‌یابد.

فقر، بی‌ثباتی اقتصادی، قوانین پیچیده و خدمات ناکارآمد می‌توانند بار شناختی شهروندان را افزایش دهند. از این رو، طراحی جامعه و حکومت نیز با توجه ارتباط دارد. دولت کارآمد تنها منابع مالی فراهم نمی‌کند؛ با ایجاد ثبات، سادگی و پیش‌بینی‌پذیری، بخشی از توان ذهنی مردم را برای کار، خانواده، آموزش و آینده آزاد می‌سازد.

دستور کار عمومی

دستور کار عمومی مجموعه موضوعاتی است که در زمانی معین در مرکز گفت‌وگوی اجتماعی و سیاسی قرار می‌گیرند. رسانه‌ها و قدرت‌های سیاسی همیشه نمی‌توانند نظر مردم را مستقیماً تعیین کنند، اما می‌توانند بر این اثر بگذارند که مردم درباره چه موضوعاتی بیندیشند و کدام مسائل را مهم‌تر بدانند.

قدرت تعیین دستور کار، یکی از شکل‌های مهم قدرت توجه است. موضوعی که پیوسته برجسته می‌شود، حتی اگر اطلاعات ارائه شده درباره آن ناقص باشد، در ذهن جامعه اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. در مقابل، مسئله‌ای حیاتی ممکن است به دلیل غیبت رسانه‌ای از آگاهی عمومی کنار گذاشته شود.

قدرت توجه

قدرت توجه توانایی یک فرد، سازمان یا حکومت برای جهت دادن نگاه جمعی به سوی موضوع، روایت یا شخصیت معین است. در جهان رسانه‌ای، دیده شدن می‌تواند مشروعیت، ثروت و نفوذ ایجاد کند. کسی که می‌تواند موضوع بحث را تعیین کند، پیش از آغاز گفت‌وگو بخشی از قدرت را به دست آورده است.

قدرت توجه همیشه با حقیقت یا اهمیت واقعی همراه نیست. موضوعی ممکن است به دلیل تکرار، جذابیت بصری یا تحریک عاطفی در مرکز قرار گیرد، در حالی که مسائل مهم‌تر نادیده بمانند. دموکراسی سالم نیازمند توزیع منابع توجه و وجود رسانه‌ها و نهادهایی است که اجازه ندهند یک قدرت، روایت عمومی را به انحصار خود درآورد.

اقناع

اقناع کوشش آشکار برای تغییر یا تقویت نگرش و تصمیم انسان از طریق استدلال، شواهد، احساس یا اعتبار گوینده است. اقناع بخشی طبیعی از زندگی اجتماعی و سیاسی است و بدون آن گفت‌وگو، آموزش و همکاری ممکن نخواهد بود.

اقناع مشروع، مخاطب را صاحب عقل و حق مخالفت می‌داند. دلایل خود را تا حد امکان آشکار می‌کند و امکان بررسی، پرسش و رد کردن را باقی می‌گذارد. هرچه پیام بیشتر بر پنهان‌کاری، تحریف و بهره‌برداری از آسیب‌پذیری استوار باشد، از اقناع فاصله می‌گیرد و به دستکاری یا پروپاگاندا نزدیک می‌شود.

تبلیغات

تبلیغات انتقال هدفمند پیام برای جلب توجه، ایجاد آگاهی یا ترغیب مخاطب به رفتار یا نگرشی معین است. تبلیغات می‌تواند تجاری، سیاسی، فرهنگی یا عمومی باشد. وجود تبلیغ به خودی خود با آزادی ناسازگار نیست، مشروط بر اینکه منشأ، هدف و ماهیت آن برای مخاطب قابل تشخیص باشد.

در اقتصاد دیجیتال، تبلیغات به دلیل شخصی‌سازی و ترکیب با محتوای عادی پیچیده‌تر شده است. گاه فرد نمی‌داند چرا پیام خاصی را دیده یا چه داده‌هایی برای انتخاب او به کار رفته‌اند. شفافیت تبلیغاتی یکی از شرایط حفاظت از حاکمیت بر توجه است.

پروپاگاندا

پروپاگاندا نظام سازمان یافته‌ای برای شکل دادن به برداشت جمعی از واقعیت در خدمت قدرت است. هدف آن تنها متقاعد کردن درباره یک سیاست نیست؛ می‌تواند زبان، حافظه، دشمن، قهرمان و محدوده امور قابل تصور را نیز بازسازی کند.

پروپاگاندا از تکرار، سانسور، حذف زمینه، دروغ، نیمه‌حقیقت، تصویرسازی و تحریک احساس استفاده می‌کند. گاه هدف آن باوراندن یک روایت مشخص است و گاه ایجاد چنان سردرگمی گسترده‌ای که مردم امکان دستیابی به حقیقت را ناممکن بدانند. در چنین وضعیتی، بی‌اعتمادی عمومی خود به ابزاری برای حفظ قدرت تبدیل می‌شود.

سانسور

سانسور کنترل یا جلوگیری از انتشار اطلاعات، اندیشه و هنر به وسیله حکومت یا نهادهای قدرتمند است. سانسور تنها با حذف مستقیم عمل نمی‌کند؛ تهدید، مجازات، محدودیت اقتصادی و ایجاد ترس می‌توانند نویسنده، روزنامه‌نگار یا شهروند را به خودسانسوری وادارند.

از منظر توجه، سانسور تلاشی برای تعیین آن چیزی است که جامعه حق دیدن و اندیشیدن درباره‌اش را دارد. سانسور نه تنها اطلاعات را حذف می‌کند، بلکه با خالی کردن میدان از روایت‌های رقیب، توجه عمومی را به سوی روایت رسمی سوق می‌دهد.

خودسانسوری

خودسانسوری زمانی رخ می‌دهد که فرد پیش از بیان اندیشه، سخن خود را به دلیل ترس از مجازات، طرد اجتماعی، حمله رسانه‌ای یا پیامدهای شغلی محدود کند. این وضعیت ممکن است بدون فرمان مستقیم حکومت نیز شکل گیرد، اما در جوامع استبدادی به بخشی از سازوکار کنترل تبدیل می‌شود.

خودسانسوری اثر عمیقی بر توجه دارد، زیرا انسان نه تنها گفتار، بلکه اندیشه خود را نیز به تدریج تعدیل می‌کند. برخی پرسش‌ها پیش از شکل گرفتن کنار گذاشته می‌شوند و ذهن به محدوده‌ای عادت می‌کند که قدرت برای آن تعیین کرده است.

بحران دائمی

بحران دائمی وضعیتی است که در آن جامعه پیوسته در معرض تهدید، اضطراب و تصمیم‌های ناگهانی قرار می‌گیرد و فرصت بازگشت به زندگی عادی و برنامه‌ریزی بلندمدت را از دست می‌دهد. حکومت‌های اقتدارگرا می‌توانند از بحران واقعی یا ساخته‌شده برای توجیه تمرکز قدرت، محدود کردن آزادی و منحرف ساختن توجه استفاده کنند.

در چنین وضعیتی، افق زمانی شهروندان کوتاه می‌شود. مردم به جای اندیشیدن به توسعه، آموزش و آینده، ناچارند توان ذهنی خود را صرف بقا و واکنش روزانه کنند. بحران دائمی یکی از مؤثرترین راه‌های تصرف توجه جمعی است.

سرمايه‌داري نظارتی

سرمایه‌داری نظارتی مدلی اقتصادی است که در آن تجربه و رفتار انسان به داده تبدیل می‌شود و برای پیش‌بینی یا جهت دادن به رفتار آینده مورد استفاده قرار می‌گیرد. جست‌وجوها، موقعیت مکانی، ارتباط‌ها، خریدها و واکنش‌های عاطفی می‌توانند وارد فرایند تحلیل و درآمدزایی شوند.

مسئله اصلی این مدل تنها جمع‌آوری داده نیست، بلکه عدم توازن قدرت میان فرد و سازمانی است که این داده‌ها را در اختیار دارد. کاربر اغلب نمی‌داند چه تصویری از او ساخته شده، چگونه طبقه‌بندی شده و این طبقه‌بندی چگونه بر فرصت‌ها و پیام‌هایی که دریافت می‌کند اثر می‌گذارد.

داده رفتاری

داده رفتاری اطلاعاتی است که از کنش‌های واقعی انسان، مانند کلیک کردن، توقف روی تصویر، خرید، جست‌وجو، حرکت، ارتباط و زمان استفاده از برنامه‌ها به دست می‌آید. این داده‌ها گاه بیش از پاسخ‌های مستقیم فرد درباره ترجیح‌ها و عادت‌های او اطلاعات فراهم می‌کنند.

ترکیب داده رفتاری با هوش مصنوعی امکان پیش‌بینی دقیق‌تر رفتار را ایجاد می‌کند. از همین رو، حفاظت از داده تنها مسئله حریم خصوصی گذشته نیست؛ با استقلال تصمیم‌های آینده انسان نیز ارتباط دارد.

حریم شناختی

حریم شناختی حق انسان برای حفاظت از فرایندهای ذهنی، ترجیح‌ها، احساس‌ها و آسیب‌پذیری‌های خود در برابر نظارت یا بهره‌برداری ناخواسته است. همان‌گونه که خانه و ارتباط خصوصی نیازمند حمایت‌اند، ذهن انسان نیز نباید بدون رضایت به منبع داده و میدان آزمایش تبدیل شود.

با پیشرفت فناوری‌های تحلیل رفتار و سنجش حالات عاطفی، اهمیت این مفهوم افزایش می‌یابد. حریم شناختی می‌پرسد چه کسی حق دارد درباره حالات درونی انسان استنباط کند، این اطلاعات را ذخیره نماید و براساس آنها بر رفتار او اثر بگذارد.

آزادی شناختی

آزادی شناختی حق انسان برای اندیشیدن، احساس کردن، به یاد آوردن و شکل دادن به ذهن خود بدون دخالت اجباری یا دستکاری پنهان است. این مفهوم فراتر از آزادی بیان قرار دارد، زیرا پیش از بیان، از خود فرایند شکل‌گیری اندیشه حمایت می‌کند.

در عصر هوش مصنوعی، آزادی شناختی می‌تواند به یکی از حقوق مهم نسل جدید تبدیل شود. هرچه ابزارهای پیش‌بینی و تأثیرگذاری بر ذهن دقیق‌تر شوند، جامعه بیشتر نیازمند مرزهایی روشن برای حفاظت از استقلال درونی انسان خواهد بود.

حق قطع ارتباط

حق قطع ارتباط حق انسان برای خارج شدن از دسترس کاری، رسانه‌ای و دیجیتال در زمان‌هایی معین، بدون ترس از مجازات یا از دست دادن موقعیت است. فناوری مرز میان کار و زندگی خصوصی را تضعیف کرده و انتظار پاسخ‌گویی دائمی ایجاد کرده است.

این حق تنها موضوع آسایش فردی نیست؛ شرطی برای سلامت، خانواده، خلاقیت و توجه عمیق است. انسانی که همواره آماده دریافت پیام و انجام درخواست تازه است، فرصت بازسازی توان ذهنی خود را از دست می‌دهد.

سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید پیام‌های رسانه‌ای است. فرد دارای سواد رسانه‌ای تنها محتوای پیام را نمی‌بیند؛ درباره منبع، هدف، شواهد، زبان، تصویر و منافعی که پشت پیام قرار دارند نیز پرسش می‌کند.

در عصر هوش مصنوعی، سواد رسانه‌ای باید شناخت محتوای مصنوعی، جعل عمیق، حساب‌های خودکار و سازوکار شخصی‌سازی را نیز دربر گیرد. این سواد یکی از ابزارهای اصلی دفاع فرد و جامعه در برابر دستکاری توجه است.

سواد توجه

سواد توجه توانایی شناخت محدودیت‌های ذهن، تشخیص عوامل جلب و پراکندگی توجه و انتخاب آگاهانه شیوه استفاده از آن است. همان‌گونه که سواد خواندن و نوشتن امکان مشارکت در جامعه مدرن را فراهم کرد، سواد توجه نیز برای زندگی آزاد در محیط دیجیتال ضروری است.

سواد توجه شامل توان تمرکز، مدیریت وقفه، شناخت طراحی اعتیادآور، تنظیم مصرف خبر و بازنگری عادت‌های دیجیتال است. این سواد نباید تنها مسئولیت فردی تلقی شود، بلکه باید بخشی از آموزش عمومی و فرهنگ سازمانی باشد.

هوش مصنوعی

هوش مصنوعی به سامانه‌هایی گفته می‌شود که می‌توانند وظایفی مانند یادگیری از داده، تشخیص الگو، تولید محتوا، پیش‌بینی و تصمیم‌گیری را انجام دهند. این فناوری می‌تواند توان انسان را در آموزش، پزشکی، پژوهش، مدیریت و خلاقیت گسترش دهد.

رابطه هوش مصنوعی با توجه دوگانه است. از یک سو می‌تواند اطلاعات را خلاصه و بار شناختی را کاهش دهد؛ از سوی دیگر می‌تواند پیام‌هایی بسیار شخصی و مؤثر برای هدایت رفتار تولید کند. مسئله اصلی آن است که هوش مصنوعی به دستیار انتخاب انسان تبدیل شود یا به مهندس پنهان ترجیح‌های او.

الگوریتم

الگوریتم مجموعه‌ای از قواعد و محاسبات برای پردازش داده و تولید نتیجه است. در پلتفرم‌های دیجیتال، الگوریتم‌ها تعیین می‌کنند کدام محتوا، تبلیغ یا پیشنهاد در برابر کاربر قرار گیرد. این تصمیم‌ها ممکن است بر پایه سابقه رفتار، ویژگی‌های جمعیتی و شباهت با دیگر کاربران انجام شوند.

الگوریتم خنثی نیست، زیرا اهداف و معیارهای طراحان را در خود منعکس می‌کند. اگر معیار اصلی افزایش زمان حضور باشد، الگوریتم محتوایی را ترجیح خواهد داد که واکنش بیشتری ایجاد کند، حتی اگر به اضطراب، قطبی‌شدن یا اطلاعات نادرست دامن بزند.

شخصی سازی

شخصی سازی تنظیم محتوا، خدمات یا پیام براساس ویژگی ها و رفتار هر فرد است. این فرایند می تواند دسترسی به اطلاعات مرتبط را آسان تر کند و تجربه استفاده را بهبود بخشد. با این حال، شخصی سازی می تواند محدوده دید انسان را نیز تنگ کند و او را بیشتر در معرض پیام هایی قرار دهد که با پیش فرض های گذشته اش سازگارند.

هنگامی که فرد نداند چرا محتوایی را دریافت کرده یا امکان تغییر معیارهای انتخاب را نداشته باشد، شخصی سازی می تواند به هدایت پنهان توجه تبدیل شود. شفافیت و حق کنترل کاربر از شرایط استفاده اخلاقی از آن هستند.

حباب اطلاعاتی

حباب اطلاعاتی محیطی است که در آن فرد بیشتر با اطلاعات و دیدگاه های روبه رو می شود که با باورها و رفتارهای پیشین او هماهنگ اند. این وضعیت می تواند در نتیجه انتخاب های شخصی، شبکه دوستان یا الگوریتم های توصیه گر شکل گیرد.

حباب اطلاعاتی توان درک دیدگاه مخالف را کاهش می دهد و ممکن است تصور نادرستی از اجماع عمومی ایجاد کند. خروج از این حباب نیازمند دسترسی آگاهانه به منابع متنوع و نهادهایی است که گفت و گوی میان دیدگاه های متفاوت را ممکن سازند.

جعل عمیق

جعل عمیق محتوای تصویری، صوتی یا ویدئویی مصنوعی است که با استفاده از هوش مصنوعی به شکلی واقع نما تولید یا تغییر داده می شود. این فناوری کاربردهای هنری و آموزشی دارد، اما می تواند برای جعل سخن، تخریب اعتبار، کلاهبرداری و عملیات سیاسی نیز به کار رود.

گسترش جعل عمیق تنها باعث باور کردن مطالب نادرست نمی شود؛ ممکن است اعتماد به اسناد واقعی را نیز کاهش دهد. هنگامی که هر تصویر یا صدا قابل انکار باشد، قدرت پاسخ گویی و حقیقت عمومی تضعیف می شود.

اعتماد معرفتی

اعتماد معرفتی اطمینان نسبی انسان به منابع، روش ها و نهادهایی است که برای شناخت واقعیت به آنها تکیه می کند. هیچ فردی نمی تواند همه اطلاعات را شخصاً بررسی کند؛ جامعه برای دستیابی به دانش مشترک به روزنامه نگاری، دانشگاه، علم و نهادهای حرفه ای نیاز دارد.

پروپاگاندا و اطلاعات نادرست می توانند این اعتماد را فرسوده کنند. هدف گاه جایگزین کردن یک روایت با روایت دیگر نیست، بلکه نابود کردن اصل امکان اعتماد است. جامعه ای که هیچ مرجع قابل اصلاح و پاسخ گویی ندارد، در برابر شایعه و قدرت آسیب پذیر می شود.

قطبی شدن

قطبی شدن فرایندی است که در آن اختلاف‌های اجتماعی و سیاسی به شکاف‌های هویتی عمیق تبدیل می‌شوند و گروه‌ها یکدیگر را نه رقیب، بلکه تهدیدی برای موجودیت خود می‌بینند. پلتفرم‌های مبتنی بر اقتصاد توجه ممکن است محتوای خشم‌برانگیز و درگیرکننده را تقویت کنند و این فرایند را شدت بخشند.

جامعه دموکراتیک بدون اختلاف ممکن نیست، اما برای دوام خود نیازمند قواعد مشترک، زبان گفت‌وگو و پذیرش حق موجودیت طرف مقابل است. قطبی شدن زمانی خطرناک می‌شود که تمام واقعیت از دریچه دشمنی سیاسی دیده شود.

توجه جمعی

توجه جمعی مجموعه موضوعات، نمادها و رویدادهایی است که بخش بزرگی از جامعه در زمانی معین به آنها می‌پردازد. این توجه می‌تواند در بحران‌ها، انتخابات، رویدادهای ورزشی، جنبش‌های اجتماعی یا تجربه‌های ملی شکل گیرد.

توجه جمعی می‌تواند نیروی برای همبستگی و اقدام باشد، اما همچنین ممکن است به آسانی هدایت یا سوءاستفاده شود. جامعه آزاد باید بتواند توجه مشترک ایجاد کند، بی‌آنکه تنوع صداها و استقلال فردی را از میان ببرد.

حاکمیت ملی بر توجه

حاکمیت ملی بر توجه توان یک ملت برای تعیین مسائل اصلی، روایت آینده و اولویت‌های عمومی خود است. کشوری که دستور کار آن همواره از سوی قدرت‌های خارجی، حکومت استبدادی یا موج‌های رسانه‌ای تعیین شود، در شکل دادن به آینده خود ناتوان خواهد ماند.

برای ایرانیان، این مفهوم به معنای عبور از واکنش دائمی به رفتار جمهوری اسلامی و انتقال توجه به ساختن نهاد، قانون، اقتصاد، آموزش و فرهنگ ایران آینده است. حاکمیت ملی بر توجه، مکمل حاکمیت بر سرزمین و شرط شکل‌گیری اراده سیاسی مستقل است.

استعمار توجه

استعمار توجه وضعیتی است که در آن قدرتی بیرونی یا ساختاری مسلط، بخش بزرگی از زمان، زبان و افق ذهنی جامعه‌ای را در اختیار می‌گیرد. این استعمار ممکن است بدون اشغال جغرافیایی رخ دهد و از طریق رسانه، تبلیغات، فناوری یا بحران دائمی عمل کند.

در این وضعیت، جامعه به جای ساختن مفاهیم و اولویت‌های خود، پیوسته در چارچوبی می‌اندیشد که دیگری تعیین کرده است. رهایی از استعمار توجه نیازمند تولید دانش، رسانه مستقل، حافظه تاریخی و توان تعیین دستور کار ملی است.

جمهوری اسلامی و تصرف توجه

تصرف توجه در جمهوری اسلامی به مجموعه سازوکارهایی اشاره دارد که حکومت از طریق آنها ذهن و زندگی روزمره ایرانیان را به خود وابسته نگه داشته است. بحران‌سازی، دشمن‌سازی، سانسور، تبلیغات مذهبی، ناامنی اقتصادی، حجاب اجباری و سرکوب، همگی شهروند را وادار می‌کنند بخش بزرگی از توان ذهنی خود را صرف حکومت کنند.

این تصرف تنها بر حامیان حکومت اثر نمی‌گذارد. مخالفان نیز ممکن است در چرخه واکنش دائمی گرفتار شوند و اجازه دهند حکومت موضوع، زبان و زمان فعالیت آنان را تعیین کند. بازپس‌گیری توجه ملی زمانی آغاز می‌شود که ایران و زندگی مردم، نه جمهوری اسلامی، در مرکز اندیشه و برنامه سیاسی قرار گیرند.

جامعه آزاد

جامعه آزاد جامعه‌ای نیست که در آن هیچ تأثیر، تبلیغ یا اختلافی وجود نداشته باشد. آزادی در توانایی شناخت، مقایسه، اعتراض، تغییر نظر و انتخاب میان گزینه‌های واقعی معنا پیدا می‌کند. جامعه آزاد قدرت را محدود و امکان اصلاح خطا را حفظ می‌کند.

از منظر این کتاب، جامعه آزاد باید از حاکمیت بر توجه نیز حمایت کند. مدرسه، رسانه، فناوری، اقتصاد و حکومت نباید به گونه‌ای عمل کنند که استقلال ذهنی شهروندان را تضعیف نمایند. آزادی سیاسی بدون فضای شناختی آزاد، شکننده و ناتمام خواهد بود.

معماری جامعه آزاد

معماری جامعه آزاد مجموعه قوانین، نهادها، فرهنگ‌ها و طراحی‌هایی است که کرامت و اختیار انسان را حمایت می‌کنند. این معماری تنها در قانون اساسی خلاصه نمی‌شود، بلکه نحوه عملکرد مدرسه، رسانه، فناوری، محیط کار، شهر و خدمات عمومی را نیز دربر می‌گیرد.

جامعه‌ای که حاکمیت بر توجه را جدی می‌گیرد، از حریم شناختی حمایت می‌کند، شفافیت الگوریتمی را افزایش می‌دهد، کودکان را از بهره‌برداری تجاری محافظت می‌کند و برای سکوت، مطالعه، گفت‌وگو و زندگی خصوصی ارزش قائل می‌شود. در چنین جامعه‌ای، آزادی تنها حق رسمی نیست؛ کیفیتی است که در محیط زندگی روزمره تجربه می‌شود.

کرامت انسانی

کرامت انسانی ارزش ذاتی هر انسان است که وابسته به قدرت، ثروت، عقیده، نژاد، جنسیت یا جایگاه اجتماعی او نیست. حقوق بشر بر این اصل استوار است که انسان نباید صرفاً وسیله‌ای برای اهداف دیگران تلقی شود.

در اقتصاد توجه، احترام به کرامت انسان یعنی کاربر تنها منبع داده، واکنش یا درآمد دیده نشود. فناوری و سیاست باید او را موجودی صاحب اندیشه، حق و آینده بدانند. حاکمیت بر توجه در نهایت از همین اصل سرچشمه می‌گیرد.

مسئولیت توجه

مسئولیت توجه وظیفه فرد و جامعه برای استفاده آگاهانه و اخلاقی از این سرمایه محدود است. فرد مسئول است تا حد ممکن بداند توجه خود را به چه چیزی می‌سپارد، اما همه مسئولیت را نمی‌توان بر دوش او گذاشت. شرکت‌ها، رسانه‌ها، مدارس و حکومت‌ها نیز مسئول محیطی هستند که انتخاب در آن رخ می‌دهد.

مسئولیت توجه شامل احترام به توجه دیگران نیز می‌شود. ارسال پیام‌های غیرضروری، طراحی فریبنده، ایجاد بحران مصنوعی و انتشار اطلاعات نادرست، تنها مصرف زمان نیستند؛ تعرض به بخشی از زندگی انسان‌های دیگرند.

آزادی ذهن

آزادی ذهن وضعیت و حقی است که در آن انسان می‌تواند بدون اجبار، ترس و دستکاری پنهان درباره خود و جهان بیندیشد. این آزادی به تنهایی و انزوای ذهنی معنا نمی‌دهد، زیرا اندیشه در زبان و جامعه شکل می‌گیرد. مقصود، امکان مواجهه با دیدگاه‌های متنوع و حفظ توان داوری مستقل است.

آزادی ذهن مقصد نهایی بحث حاکمیت بر توجه است. همه اصول این کتاب، از حفاظت داده تا آموزش، رسانه آزاد و محدود کردن قدرت، در نهایت برای حفظ همین امکان‌اند: اینکه انسان بتواند با آگاهی ببیند، بیندیشد، انتخاب کند و در صورت خطا، نظر خود را تغییر دهد.

زندگی آگاهانه

زندگی آگاهانه شیوه‌ای از زیستن است که در آن انسان می‌کوشد میان ارزش‌های خود و نحوه مصرف زمان و توجهش هماهنگی ایجاد کند. این مفهوم به معنای کنترل کامل، آرامش دائمی یا دوری از سرگرمی نیست. زندگی انسانی همواره با ضعف، حواس‌پرتی و تغییر همراه است.

آگاهانه زیستن یعنی فرد بتواند بارها از خود بپرسد چه چیزی شایسته عمر محدود اوست و پس از هر پراکندگی، مسیر خود را دوباره پیدا کند. حاکمیت بر توجه نه یک وضعیت کامل و همیشگی، بلکه توان بازگشت مداوم به این پرسش است.

سخن پایانی واژه‌نامه

مفاهیمی که در این واژه‌نامه آمده‌اند، اجزای جداگانه یک نظریه انتزاعی نیستند؛ هر یک بخشی از تجربه روزمره انسان معاصر را توضیح می‌دهند. اعلان تلفن همراه، اضطراب ناشی از اخبار، تبلیغ شخصی‌سازی‌شده، سانسور سیاسی، وابستگی به شبکه‌های اجتماعی، دشواری مطالعه عمیق و خستگی ناشی از تصمیم‌های مداوم، پدیده‌هایی جدا از یکدیگر به نظر می‌رسند، اما همگی در نقطه‌ای مشترک به هم می‌رسند: رقابت بر سر ظرفیت محدود ذهن انسان.

شناخت این واژه‌ها به تنهایی آزادی ایجاد نمی‌کند، اما زبان لازم برای دیدن مسئله را فراهم می‌سازد. هنگامی که انسان بتواند فرایندی را نام‌گذاری کند، بهتر می‌تواند آن را بررسی، نقد و تغییر دهد. جامعه نیز تنها زمانی می‌تواند حقوق تازه‌ای را به رسمیت بشناسد که پیش از آن زبان بیان و توضیح آنها را ساخته باشد.

شاید در سال‌های آینده، بسیاری از این واژه‌ها وارد زبان عمومی، حقوق، سیاست‌گذاری و آموزش شوند و معنای آنها نیز با پیشرفت فناوری گسترده‌تر گردد. آنچه باید ثابت بماند، اصل بنیادینی است که همه آنها را به هم پیوند می‌دهد: ذهن انسان قلمروی بی‌صاحب نیست. توجه او ماده خام رایگان اقتصاد، حکومت یا فناوری نیست. هر انسان حق دارد تا حد امکان بداند چه نیروهایی برای شکل دادن به نگاه و انتخاب او در کارند و بتواند در برابر آنها از خود دفاع کند.

واژه‌های این کتاب در نهایت به یک معنا بازمی‌گردند: آزادی، پیش از آنکه در بیرون از انسان تثبیت شود، باید امکان حضور در درون او را پیدا کند. انسان باید بتواند ببیند، بیندیشد، تردید کند، انتخاب کند و از نو آغاز نماید. این توان، همان سرچشمه‌ای است که حاکمیت بر توجه از آن معنا می‌گیرد.