



حاکمیت بر توجه

مرتضی نووی

حق حاکمیت انسان بر توجه خویش

Attention Sovereignty

The Invisible Foundation of Human Freedom

فهرست مطالب

مقدمه

مقدمه مفهوم «توجه» را به عنوان سرمایه‌ای محدود و دروازه ورود جهان به ذهن معرفی می‌کند. این بخش نشان می‌دهد چرا آزادی اندیشه بدون آزادی توجه کامل نیست و چگونه رسانه، بازار و قدرت سیاسی برای تصرف این سرمایه رقابت می‌کنند

فصل نخست: توجه؛ نخستین قلمرو آزادی انسان

این فصل پایه فلسفی کتاب را می‌سازد و رابطه توجه را با اندیشه، حافظه، هویت و انتخاب بررسی می‌کند. پرسش اصلی آن است که آیا انسان بدون اختیار بر جهت نگاه و ذهن خویش می‌تواند حقیقتاً آزاد باشد

فصل دوم: سرمایه توجه؛ ارزشمندترین دارایی عصر دیجیتال

توجه در این فصل همچون سرمایه‌ای کمیاب، پایان‌پذیر و بازگشت‌ناپذیر بررسی می‌شود. فصل میان مصرف سطحی و سرمایه‌گذاری عمیق توجه تمایز می‌گذارد و نقش خانواده، آموزش و جامعه را در پرورش یا فرسایش آن نشان می‌دهد

فصل سوم: بازار توجه؛ اقتصادی که کالای آن انسان است

این فصل سازوکار اقتصادی پلتفرم‌ها را توضیح می‌دهد؛ جایی که زمان، رفتار و قابلیت اثرپذیری کاربر به کالا تبدیل می‌شود. همچنین نشان می‌دهد چگونه مدل درآمدی تبلیغات، طراحی فناوری را به سوی نگهداشتن هرچه بیشتر نگاه سوق می‌دهد

فصل چهارم: مهندسی توجه؛ چگونه ذهن انسان هدایت می‌شود

فصل چهارم ابزارهای هدایت ذهن، از اعلان و تکرار تا پاداش متغیر، قاب‌بندی و شخصی‌سازی را بررسی می‌کند. مرز اخلاق میان تأثیر مشروع آموزش و دستکاری پنهان نیز در این بخش روشن می‌شود

فصل پنجم: قدرت توجه؛ ثروت و نفوذ در جهان جدید

این فصل نشان می‌دهد توجه چگونه به شهرت، اعتماد، نفوذ و قدرت سیاسی تبدیل می‌شود. تعیین دستور کار عمومی، تمرکز رسانه‌ای و وابسته‌کردن توجه جامعه به یک چهره یا روایت، از محورهای اصلی بحث است

فصل ششم: از تبلیغات تا پروپاگاندا؛ مهندسی واقعیت در ذهن جمعی

فصل ششم تفاوت اقناع، تبلیغات و پروپاگاندا را بررسی می‌کند و نشان می‌دهد چگونه تکرار، سانسور، دشمن‌سازی و کنترل زبان می‌توانند واقعیت سیاسی را بازسازی کنند. نقش رسانه آزاد و امکان اصلاح خطا نیز با دستگاه تبلیغاتی مقایسه می‌شود

فصل هفتم: جمهوری اسلامی و تصرف توجه

در این فصل، جمهوری اسلامی به عنوان نظامی برای تصرف زمان، زبان، حافظه و توجه ایرانیان تحلیل می‌شود. بحران دائمی، اقتصاد بی‌ثبات، تبلیغات مذهبی و واکنشی نگه‌داشتن مخالفان، سازوکارهای اصلی این اشغال ذهنی‌اند

فصل هشتم: بازپس‌گیری حاکمیت بر توجه

این فصل راه‌های بازپس‌گیری توجه را از سطح فردی تا ملی دنبال می‌کند. شناخت عادت‌ها، سکوت، مطالعه، گفت‌وگوی واقعی، نقش خانواده و مدرسه و انتقال انرژی سیاسی از واکنش روزانه به ساختن آینده بررسی می‌شود

فصل نهم: هوش مصنوعی و آینده توجه

فصل نهم فرصت‌های هوش مصنوعی در آموزش، پژوهش و آزادسازی زمان را در کنار خطرهای اقتناع شخصی‌سازی‌شده، نظارت و مهندسی ترجیح بررسی می‌کند. پرسش محوری آن است که فناوری در خدمت انتخاب انسان خواهد ماند یا جای او انتخاب خواهد کرد

فصل دهم: معماری جامعه‌ای آزاد

فصل پایانی اصول نهادی و فرهنگی حفاظت از توجه را ترسیم می‌کند: شفافیت، حریم ذهنی، حق قطع ارتباط، حفاظت از داده، رسانه مستقل و آموزش توجه. این اصول سپس در زمینه معماری ایران آزاد و دوران گذار بررسی می‌شوند

سخن پایانی

سخن پایانی مسیر کتاب را از ذهن فرد تا ساختار جامعه جمع‌بندی می‌کند. پیام آن این است که آنچه توجه خود را به آن می‌سپاریم به تدریج زندگی و آینده ما را شکل می‌دهد

منشور حاکمیت بر توجه

این منشور اصول فشرده و عملی کتاب را در قالب حقوق و مسئولیت‌های فرد، خانواده، آموزش، رسانه، فناوری و حکومت ارائه می‌کند. هدف آن تبدیل ایده حاکمیت بر توجه به چارچوبی قابل استفاده برای زندگی و سیاست عمومی است

واژه‌نامه مفهومی

واژه‌نامه مفاهیم کلیدی کتاب را با تعریف‌های روشن و هماهنگ گردآوری می‌کند. این بخش برای بازگشت سریع خواننده به اصطلاحاتی مانند اقتصاد توجه، آزادی شناختی، مهندسی توجه و حریم ذهنی طراحی شده است

منابع و مطالعات تکمیلی

این بخش مجموعه‌ای توضیح‌دار از کتاب‌ها، پژوهش‌ها و اسناد مهم در روان‌شناسی توجه، اقتصاد دیجیتال، رسانه، پروپاگاندا، هوش مصنوعی آزادی و ایران ارائه می‌دهد و مسیر مطالعه عمیق‌تر را نشان می‌دهد

نمایه موضوعی و مفهومی

نمایه، راهنمای الفبایی موضوعات، نام‌ها و مفاهیم اصلی کتاب است. خواننده می‌تواند از آن برای یافتن سریع بحث‌های پراکنده درباره یک مفهوم یا پیوند میان چند فصل استفاده کند

درباره نویسندگان

این بخش زندگی حرفه‌ای و دانشگاهی مرتضی انواری را به اختصار معرفی می‌کند؛ از آغاز کار با تدریس و پژوهش تا بیش از دو دهه آموزش نیمه‌وقت و مسئولیت‌های راهبردی در دولت و ارتش ایالات متحده

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 چندده ساله 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 شهروندانش 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.

فصل نخست

توجه؛ نخستین قلمرو آزادی انسان

آزادی را معمولاً با حق سخن گفتن، حق انتخاب، حق رأی، حق مالکیت و حق تعیین سرنوشت تعریف می‌کنیم. تاریخ سیاسی جهان نیز بیشتر پیرامون همین حقوق نوشته شده است. ملت‌ها برای آزادی از سلطه بیگانه جنگیده‌اند، شهروندان برای آزادی بیان هزینه داده‌اند، اندیشمندان برای رهایی عقل از اقتدار سنت و حکومت قلم زده‌اند و نسل‌های بسیاری برای آنکه انسان بتواند درباره زندگی خویش تصمیم بگیرد، مبارزه کرده‌اند. با این همه، در زیر همه این صورت‌های شناخته‌شده آزادی، قلمرویی بنیادی‌تر وجود دارد که کمتر نام گرفته و کمتر از آن دفاع شده است؛ قلمرویی که پیش از سخن، پیش از انتخاب و حتی پیش از اندیشه قرار دارد. آن قلمرو، توجه انسان است.

هیچ اندیشه‌ای از خلأ پدید نمی‌آید. ذهن انسان همواره از میان جهان گسترده پیرامون خود، بخشی را انتخاب می‌کند و بخش‌های دیگر را کنار می‌گذارد. ما هر لحظه در میان انبوهی از صداها، تصاویر، احساسات، خاطره‌ها، نگرانی‌ها و خواسته‌ها قرار داریم، اما تنها شمار اندکی از آنها به مرکز آگاهی راه پیدا می‌کنند. آنچه وارد این مرکز می‌شود، فرصت می‌یابد که به اندیشه تبدیل شود؛ آنچه به اندیشه تبدیل می‌شود، می‌تواند باور بسازد؛ و باور، دیر یا زود، به تصمیم و رفتار می‌انجامد. از این رو، توجه را نمی‌توان مرحله‌ای کوچک در فرایند ذهنی دانست. توجه، نخستین انتخاب انسان است؛ انتخابی که اغلب پیش از آنکه خود را انتخاب بدانیم، انجام شده است.

اگر آزادی را توانایی انسان برای انتخاب مسیر زندگی خویش بدانیم، باید بپذیریم که این آزادی از جایی آغاز می‌شود که او بتواند موضوعات ذهن خود را برگزیند. انسانی که آزادانه سخن می‌گوید، اما موضوع سخن گفتنش را دیگران برای او تعیین کرده‌اند، هنوز بخشی از آزادی خود را واگذار کرده است. شهروندی که حق رأی دارد، اما ماه‌ها و سال‌ها در معرض دستورکاری قرار گرفته که ترس‌ها، اولویت‌ها و حتی واژگان او را شکل داده است، ممکن است رأی خود را آزادانه در صندوق بیندازد، اما این پرسش همچنان باقی می‌ماند که مواد اولیه انتخاب او چگونه فراهم شده‌اند. آزادی تنها در لحظه تصمیم ظاهر نمی‌شود؛ آزادی در راهی شکل می‌گیرد که ذهن را به آن تصمیم رسانده است.

به همین دلیل، حاکمیت بر توجه را باید پیش‌شرط بسیاری از آزادی‌های دیگر دانست. آزادی بیانی معنای دارد که انسان بتواند پیش از بیان، آزادانه بیندیشد. آزادی اندیشه زمانی معنا دارد که ذهن او بتواند موضوع اندیشیدن را خود انتخاب کند. حق تعیین سرنوشت زمانی کامل می‌شود که فرد و جامعه بتوانند اولویت‌های خود را مستقل از فشارهای پنهان، دستکاری‌های رسانه‌ای و تحمیل‌های ایدئولوژیک تعریف کنند. اگر این استقلال از میان برود، آزادی ممکن است در ظاهر باقی بماند، اما درون آن تهی شود.

حاکمیت مفهومی است که معمولاً در سطح ملت‌ها به کار می‌رود. یک ملت زمانی حاکم است که درباره سرزمین، منابع، مرزها و قوانین خود تصمیم بگیرد و قدرتی بیرونی نتواند اراده خویش را بر آن تحمیل کند. در سطح فردی نیز می‌توان از قلمرویی سخن گفت که به انسان تعلق دارد؛ قلمرو ذهن، احساس، حافظه و توجه او. هر آنچه وارد این قلمرو می‌شود، امکان اثرگذاری بر

شخصیت، انتخاب و آینده او را پیدا می‌کند. بنابراین، توجه همان مرز نامرئی این قلمرو است و حاکمیت بر آن یعنی حق نهایی انسان برای تعیین اینکه چه چیزی اجازه ورود، ماندن و رشد در ذهن او را داشته باشد.

این تعریف، توجه را از یک مهارت ساده برای تمرکز فراتر می‌برد. حاکمیت بر توجه تنها به این معنا نیست که فرد بتواند هنگام مطالعه حواس خود را جمع کند یا تلفن همراهش را کنار بگذارد. موضوع بسیار عمیق‌تر است. پرسش اصلی این است که چه کسی اختیار تعیین اولویت‌های ذهنی انسان را در دست دارد. آیا خود فرد است که تصمیم می‌گیرد چه چیزی مهم است، یا نیروهای بیرونی اهمیت را برای او می‌سازند؟ آیا جامعه مسائل واقعی خود را تشخیص می‌دهد، یا آنچه در صدر اخبار قرار می‌گیرد به تدریج جای نیازهای واقعی را می‌گیرد؟ آیا آنچه ما درباره آن خشمگین، امیدوار، نگران یا هیجان‌زده می‌شویم از تجربه و قضاوت مستقل ما سرچشمه می‌گیرد، یا نتیجه تکرار و برجسته‌سازی موضوعاتی است که دیگران برایمان انتخاب کرده‌اند؟

ذهن انسان از نظر توانایی محدود است، و همین محدودیت، توجه را ارزشمند می‌سازد. ما نمی‌توانیم هم‌زمان به همه چیز بیندیشیم، همه صداها را بشنویم و همه رویدادها را با دقت دنبال کنیم. هر انتخاب ذهنی، به معنای کنار گذاشتن گزینه‌های دیگر است. وقتی یک موضوع ساعت‌ها ذهن ما را اشغال می‌کند، موضوعات دیگری ناگزیر به حاشیه رانده می‌شوند. زمانی که جامعه‌ای ماه‌ها درگیر بحران، دشمنی یا هیجان خاصی می‌شود، موضوعات دیگری مانند آموزش، سلامت، محیط زیست، فرهنگ، خانواده و آینده کمتر مجال حضور پیدا می‌کنند. توجه همیشه هزینه فرصت دارد؛ هر چیزی که دیده می‌شود، چیزی دیگر را از دید پنهان می‌کند.

این ویژگی، توجه را به میدان رقابت تبدیل کرده است. هرکس می‌خواهد سهمی از ذهن انسان به دست آورد. خانواده، دوست، آموزگار، هنرمند، رسانه، شرکت، سیاستمدار، رهبر مذهبی، جنبش اجتماعی و حکومت، همگی برای جلب توجه تلاش می‌کنند. این تلاش همیشه منفی نیست. آموزش بدون جلب توجه ممکن نیست، هنر بدون مخاطب خاموش می‌ماند و محبت نیز برای رسیدن به دیگری نیازمند توجه است. مسئله از جایی آغاز می‌شود که جلب توجه از دعوت به تصرف تبدیل می‌شود؛ یعنی زمانی که سازوکارها به گونه‌ای طراحی می‌شوند که انسان نتواند به سادگی از آنها فاصله بگیرد یا حتی از اثرگذاری‌شان آگاه باشد.

در جهان جدید، این تصرف اغلب بدون زور انجام می‌شود. هیچ‌کس ما را مجبور نمی‌کند صفحه تلفن همراه را باز کنیم، اما طراحی آن به گونه‌ای است که احتمال بازگشت ما افزایش یابد. هیچ‌کس دستور نمی‌دهد خبر خاصی را دنبال کنیم، اما تکرار، برجسته‌سازی و هیجان‌سازی آن را به موضوعی اجتناب‌ناپذیر تبدیل می‌کند. هیچ‌کس به ظاهر ما را وادار نمی‌کند که با دیگران هم‌رنگ شویم، اما نیاز به تعلق، دیده شدن و پذیرفته شدن، ما را به سوی همان موضوعاتی می‌کشاند که توجه جمعی را در اختیار گرفته‌اند. آزادی در چنین فضایی از میان نمی‌رود؛ بلکه بی‌صدا محدود می‌شود.

توجه در این معنا به نور شباهت دارد. هرچا متمرکز شود، آنجا را روشن و زنده می‌کند و هرچا نتابد، در سایه باقی می‌ماند. فردی که سال‌ها به مهارتی توجه می‌کند، در آن توانمند می‌شود. خانواده‌ای که به گفت‌وگو، احترام و حضور متقابل اهمیت می‌دهد، پیوندهایش را عمیق‌تر می‌سازد. جامعه‌ای که به آموزش، علم، آزادی و خلاقیت توجه می‌کند، امکان پیشرفت بیشتری پیدا می‌کند. در مقابل، جامعه‌ای که پیوسته بر دشمن، بحران، مرگ و سوگواری متمرکز می‌شود، به تدریج جهان خود را از دریچه همان مفاهیم می‌بیند. توجه تنها واقعیت را منعکس نمی‌کند؛ بخشی از واقعیت اجتماعی را نیز می‌سازد.

این موضوع را می‌توان در زندگی روزمره به‌روشنی دید. دو نفر ممکن است در یک شهر، یک زمان و شرایطی مشابه زندگی کنند، اما جهان‌های ذهنی کاملاً متفاوتی داشته باشند. یکی هر روز توجه خود را صرف خبرهای هراس‌آور، مقایسه زندگی خود با دیگران و درگیری‌های بی‌پایان شبکه‌های اجتماعی می‌کند؛ دیگری بخشی از همان زمان را به خانواده، مطالعه، ورزش، کار خلاق و ارتباط واقعی اختصاص می‌دهد. تفاوت میان این دو تنها در برنامه روزانه نیست؛ در نوع انسانی است که به‌تدریج ساخته می‌شود. آنچه بارها مورد توجه قرار می‌گیرد، در ذهن ریشه می‌دواند و به بخشی از شخصیت تبدیل می‌شود.

از همین رو، حاکمیت بر توجه به معنای حاکمیت بر مسیر شکل‌گیری خود نیز هست. انسان با هر انتخاب کوچک ذهنی، سهمی در ساختن خویش دارد. او تنها با تصمیم‌های بزرگ زندگی تعریف نمی‌شود، بلکه با هزاران بار توجه کردن یا نکردن ساخته می‌شود. کتاب‌هایی که می‌خواند، سخنانی که می‌شنود، ترس‌هایی که دنبال می‌کند، خشم‌هایی که در ذهن می‌پروراند و لحظه‌هایی که به سکوت، زیبایی و محبت اختصاص می‌دهد، همگی در ساخت شخصیت او نقش دارند. اگر این انتخاب‌ها به‌طور مستمر در اختیار نیروهای بیرونی قرار گیرند، انسان ممکن است بدون آنکه متوجه شود از خویشتن خود فاصله بگیرد.

این حق، به‌ویژه در جهانی اهمیت پیدا می‌کند که ابزارهای جلب توجه روزبه‌روز پیچیده‌تر می‌شوند. در گذشته، انسان از محیط نزدیک خود تأثیر می‌پذیرفت؛ خانواده، مدرسه، مسجد، بازار و جامعه محلی مهم‌ترین منابع شکل‌دهنده ذهن او بودند. امروز، او در معرض شبکه‌ای جهانی قرار دارد که هر لحظه می‌تواند صدها پیام، تصویر و روایت را وارد ذهنش کند. این گستردگی فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای یادگیری و ارتباط ایجاد کرده است، اما هم‌زمان قدرت مداخله در توجه را نیز به‌طور چشمگیری افزایش داده است. الگوریتم‌ها می‌دانند چه چیزی احتمال مکث، خشم، کنجکاوی یا بازگشت ما را بیشتر می‌کند و به همین دلیل، موضوعاتی را پیش روی ما قرار می‌دهند که لزوماً مهم‌تر نیستند، بلکه تنها توان بیشتری برای نگه داشتن ما دارند.

در این شرایط، حاکمیت بر توجه دیگر امری خصوصی نیست. هر انتخاب فردی به بخشی از یک الگوی جمعی تبدیل می‌شود. هنگامی که میلیون‌ها نفر روی موضوعی کلیک می‌کنند، آن موضوع ارزش اقتصادی و رسانه‌ای بیشتری پیدا می‌کند. وقتی میلیون‌ها نفر چهره‌ای را دنبال می‌کنند، او به قدرت فرهنگی و گاه سیاسی دست می‌یابد. هنگامی که جامعه‌ای به‌طور مستمر به روایت خاصی واکنش نشان می‌دهد، همان روایت فضای عمومی را اشغال می‌کند. بنابراین، توجه فردی در مقیاس جمعی به قدرت تبدیل می‌شود.

این حقیقت مسئولیت تازه‌ای را نیز بر دوش انسان قرار می‌دهد. همان‌گونه که هر شهروند در استفاده از حق رأی مسئول است، در مصرف توجه نیز مسئولیت دارد. هر کلیک، هر بازنشر، هر توقف و هر واکنش، رأی کوچکی به یک موضوع، رسانه یا شخصیت است. ما با توجه خود به دیگران می‌گوییم چه چیزی باید بیشتر دیده شود. اگر خشم، دروغ، تحقیر و افراط بیشترین توجه را دریافت کنند، بازار و سیاست نیز همان‌ها را بیشتر تولید خواهند کرد. اگر آموزش، هنر، گفت‌وگو و اندیشه عمیق مورد توجه قرار گیرند، فضای عمومی نیز به‌تدریج به سوی آنها حرکت می‌کند.

با این حال، مسئولیت نباید به سرزنش قربانی تبدیل شود. بسیاری از سامانه‌ها و ساختارها به شکلی طراحی شده‌اند که مقاومت در برابر آنها دشوار باشد. انسان در برابر ارتش بزرگی از متخصصان طراحی، روان‌شناسی رفتار، تبلیغات و تحلیل داده قرار دارد که هدفشان افزایش زمان حضور و واکنش اوست. حاکمیت بر توجه به معنای نادیده گرفتن این نابرابری نیست، بلکه به معنای

شناخت آن و ایجاد ابزارهای فردی، فرهنگی و حقوقی برای کاهش آن است. همان‌گونه که آزادی بازار بدون قانون می‌تواند به انحصار تبدیل شود، بازار توجه نیز بدون اخلاق، شفافیت و محدودیت می‌تواند به سلطه بیانجامد.

در عرصه سیاست، مسئله حتی حساس‌تر است. قدرت‌های سیاسی همواره برای جلب توجه تلاش کرده‌اند، اما فناوری جدید ابعاد این تلاش را گسترش داده است. حکومت‌ها و جریان‌های سیاسی می‌توانند با تولید مداوم بحران، برجسته کردن دشمن، تکرار شعار و برانگیختن احساسات، توجه جامعه را در مسیری خاص نگه دارند. زمانی که مردم دائماً نگران تهدیدی بیرونی یا درگیر هیجانی داخلی باشند، فرصت کمتری برای سنجش عملکرد حکومت، بررسی گزینه‌های جایگزین و طرح پرسش‌های اساسی خواهند داشت. در چنین شرایطی، مدیریت توجه به ابزاری برای مدیریت قدرت تبدیل می‌شود.

حکومت‌های ایدئولوژیک در این زمینه ویژگی خاصی دارند. آنها فقط خواهان اطاعت سیاسی نیستند، بلکه می‌خواهند جهان ذهنی جامعه را نیز شکل دهند. زبان، نماد، حافظه تاریخی، سوگواری، قهرمان، دشمن و حتی معنای زندگی و مرگ در چارچوبی ایدئولوژیک بازتعریف می‌شود. اگر حکومت بتواند تعیین کند جامعه به چه چیزی افتخار کند، از چه چیزی بترسد، برای چه کسی گریه کند و چه کسی را دشمن بداند، بخشی از حاکمیت بر توجه جمعی را در اختیار گرفته است.

تجربه جمهوری اسلامی ایران از همین زاویه اهمیت پیدا می‌کند. این حکومت طی نزدیک به پنج دهه کوشیده است توجه جامعه ایرانی را از زندگی روزمره، توسعه، شادی و فردیت به سوی روایت‌های ایدئولوژیک، دشمن‌سازی، شهادت، سوگواری و آرمان‌های فرامرزی هدایت کند. مسئله در اینجا باور شخصی مردم نیست، بلکه استفاده حکومت از دین و آیین برای تنظیم فضای عمومی است. هنگامی که غم به فضیلت و شادی به موضوعی مشکوک تبدیل می‌شود، تنها فرهنگ تغییر نمی‌کند؛ جهت توجه جامعه نیز تغییر می‌یابد.

نسل‌های مختلف ایرانی سال‌ها ناچار بوده‌اند بخش بزرگی از نیروی ذهنی خود را صرف پاسخ دادن به بحران‌هایی کنند که حکومت ایجاد یا بزرگ‌نمایی کرده است. از جنگ و دشمن خارجی تا حجاب، تحریم، برنامه هسته‌ای، درگیری منطقه‌ای و سوگواری‌های دائمی، همواره موضوعی وجود داشته است که فضای عمومی را اشغال کند و مسائل اساسی را به حاشیه براند. این تمرکز پیوسته بر بحران، جامعه را خسته، واکنشی و پراکنده کرده است و توان آن را برای ساختن دستور کار مستقل کاهش داده است.

در این وضعیت، حاکمیت بر توجه تنها مسئله‌ای فردی نیست؛ پروژه‌ای ملی است. جامعه باید بتواند تصمیم بگیرد چه موضوعاتی شایسته مرکزیت در ذهن عمومی‌اند. آینده ایران نمی‌تواند تنها در واکنش به حکومت تعریف شود. اگر مخالفان نیز همه توجه خود را صرف پاسخ دادن به هر سخن، تهدید و روایت حکومتی کنند، ممکن است ناخواسته مرکزیت همان حکومت را بازتولید نمایند. بازپس‌گیری توجه به معنای ساختن دستور کاری تازه است؛ دستور کاری که زندگی، رفاه، آزادی، عدالت، علم، هنر، شادی و آینده را در مرکز قرار دهد.

اما پیش از آنکه جامعه بتواند چنین کاری انجام دهد، فرد باید ارزش توجه خود را بشناسد. انسان باید بداند هر لحظه‌ای که صرف موضوعی می‌کند، بخشی از زندگی اوست که دیگر بازمی‌گردد. این شناخت نباید به اضطراب یا وسواس تبدیل شود، بلکه

باید نوعی احترام به خویشتن ایجاد کند. همان گونه که انسان از دارایی، سلامت و کرامت خود محافظت می کند، باید از توجه خود نیز مراقبت نماید.

مراقبت از توجه به معنای حذف همه حواس پرتی ها نیست. زندگی بدون سرگرمی، خیال، استراحت و گاه بی هدفی خشک و غیرانسانی خواهد شد. حاکمیت بر توجه به معنای این نیست که هر دقیقه باید سودمند یا تولیدی باشد؛ بلکه به این معناست که انتخاب تا حد ممکن آگاهانه باشد. تماشای یک مسابقه، گفت و گوی طولانی با دوستی، شنیدن موسیقی یا حتی وقت گذرانی می تواند ارزشمند باشد، اگر انسان بداند چرا آن را انتخاب کرده و چه چیزی از آن دریافت می کند. آزادی توجه، آزادی لذت بردن نیز هست.

مرز میان انتخاب و تصرف همیشه روشن نیست. بسیاری از عادت ها به تدریج شکل می گیرند و انسان زمانی متوجه آنها می شود که بخشی از زندگی اش شده اند. به همین دلیل، حاکمیت بر توجه نیازمند بازنگری مداوم است. فرد باید گاه از خود بپرسد چه موضوعاتی بیش از اندازه ذهن او را اشغال کرده اند، چه کسانی بیش از سهم واقعی خود از توجه او بهره می برند و کدام بخش های زندگی اش به دلیل این پراکندگی نادیده مانده اند. این پرسش ها ساده اند، اما می توانند آغاز بازپس گیری اختیار باشند.

خانواده نخستین جایی است که حاکمیت بر توجه آموخته یا تضعیف می شود. کودکی که در حضور والدینی رشد می کند که پیوسته به صفحه تلفن همراه نگاه می کنند، می آموزد که توجه امری شکسته و پراکنده است. نوجوانی که ارزش خود را تنها در تعداد پسندها و دنبال کنندگان می بیند، حاکمیت احساس و هویت خود را به داوری جمع واگذار می کند. خانواده ای که برای گفت و گو، شنیدن و حضور واقعی زمان می گذارد، نه تنها رابطه ای سالم تر می سازد، بلکه نسلی را پرورش می دهد که ارزش توجه را می شناسد.

آموزش نیز بدون توجه معنایی ندارد. مدرسه امروز تنها با ناآگاهی رقابت نمی کند؛ با پلتفرم هایی رقابت می کند که برای هر ثانیه از توجه دانش آموز طراحی شده اند. اگر نظام آموزشی نتواند کنجکاو، تمرکز و معنا ایجاد کند، اطلاعات آن هر قدر درست باشد، در برابر جریان سریع سرگرمی و هیجان شکست خواهد خورد. آینده آموزش نه فقط به محتوای بهتر، بلکه به بازسازی توان توجه بستگی دارد.

هنر نیز از همین سرمایه تغذیه می کند. اثر هنری بدون نگاه، شنیدن و حضور مخاطب کامل نمی شود. اما هنر می تواند توجه را تنها مصرف نکند؛ می تواند آن را عمیق تر سازد. شعر، موسیقی، نقاشی و ادبیات گاه به انسان می آموزند که آهسته تر ببیند، دقیق تر بشنود و لایه های پنهان تجربه را درک کند. در جهانی که همه چیز برای سرعت طراحی شده است، هنر می تواند تمرینی برای بازگرداندن عمق به توجه باشد.

حاکمیت بر توجه در نهایت به معنای بازگشت به خویشتن نیست، بلکه بازگشت با اختیار به جهان است. انسان حاکم بر توجه خود از جامعه کناره نمی گیرد؛ آگاهانه تر در آن حضور پیدا می کند. او می تواند خبر بخواند، در سیاست مشارکت کند، از فناوری بهره برد و با دیگران ارتباط داشته باشد، اما اجازه نمی دهد هر رویداد، هر اعلان و هر موج اجتماعی بی اجازه وارد ذهنش شود. او یاد می گیرد میان فوریت و اهمیت تفاوت بگذارد و هر صدای بلند را شایسته توجه نداند.

این توانایی، یکی از شکل‌های تازه بلوغ در عصر ماست. در گذشته، بلوغ با استقلال مالی، مسئولیت‌پذیری و توان تصمیم‌گیری سنجیده می‌شد. امروز باید توانایی مدیریت توجه را نیز به آن افزود. انسانی که نمی‌تواند توجه خود را حفظ کند، ممکن است دانش، آزادی و امکانات فراوان داشته باشد، اما همچنان از درون هدایت شود. انسانی که بر توجه خود حاکم است، حتی در میان هیاهو می‌تواند مسیر خویش را انتخاب کند.

فصل نخست این اثر بر همین اصل استوار است: توجه نخستین قلمرو آزادی انسان است. پیش از آنکه از بازار توجه، الگوریتم‌ها، رسانه‌ها، پروپاگاندا یا نظام‌های ایدئولوژیک سخن بگوییم، باید بپذیریم که چیزی ارزشمند در معرض رقابت قرار گرفته است. آن چیز، تنها وقت ما نیست؛ توان ما برای اندیشیدن، احساس کردن و ساختن آینده است.

اگر توجه را بی‌اهمیت بدانیم، تصرف آن را نیز جدی نخواهیم گرفت. اما اگر آن را مرز آزادی ذهن بدانیم، هر مداخله پنهان در آن معنای سیاسی و اخلاقی پیدا می‌کند. از این منظر، حاکمیت بر توجه نه یک امتیاز تجملی و نه توصیه‌ای برای بهره‌وری بیشتر است؛ حقی انسانی و مسئولیتی مدنی است.

آزادی از همان لحظه‌ای آغاز می‌شود که انسان در میان هزاران صدا، خود تصمیم می‌گیرد کدام صدا را بشنود؛ در میان هزاران تصویر، کدام را ببیند؛ و در میان هزاران درخواست برای حضور در ذهنش، به کدام یک پاسخ دهد. این انتخاب کوچک، نخستین عمل حاکمیت است.

انسان پیش از آنکه بر جهان خود اثر بگذارد، باید بتواند بر دروازه ذهن خویش پاسبانی کند.

فصل دوم

سرمایه توجه؛ ارزشمندترین دارایی عصر دیجیتال

هنگامی که از سرمایه سخن می‌گوییم، معمولاً ذهن ما به سوی دارایی‌هایی می‌رود که می‌توان آنها را شمرد، اندازه گرفت، خرید، فروخت، ذخیره کرد یا به نسل بعد سپرد. پول، زمین، خانه، کارخانه، دانش، مهارت، اعتبار و شبکه روابط اجتماعی، هر یک شکلی از سرمایه‌اند، زیرا می‌توانند در آینده ارزش تازه‌ای پدید آورند. سرمایه چیزی بیش از دارایی موجود است؛ ظرفیتی است که اگر درست به کار گرفته شود، امکان تولید، رشد و دگرگونی را فراهم می‌آورد. در این معنا، توجه نیز نوعی سرمایه است، اما سرمایه‌ای چنان نزدیک و طبیعی که انسان غالباً ارزش آن را نمی‌بیند. ما هر روز آن را مصرف می‌کنیم، میان اشخاص و موضوعات تقسیم می‌نماییم، بخشی از آن را آگاهانه سرمایه‌گذاری می‌کنیم و بخش بزرگی را بی‌آنکه بدانیم از دست می‌دهیم، اما کمتر از خود می‌پرسیم که ارزش واقعی این دارایی چیست و آینده ما تا چه اندازه محصول نحوه مصرف آن است.

توجه در اختیار همه انسان‌ها قرار دارد، اما به مقدار نامحدود در دسترس هیچ‌کس نیست. ثروتمند و فقیر، قدرتمند و بی‌قدرت، جوان و سالخورده، همگی با محدودیتی بنیادی روبه‌رو هستند: هیچ انسانی نمی‌تواند در یک لحظه به همه چیز توجه کند و هیچ‌کس نمی‌تواند زمان ازدست‌رفته را بازگرداند. ممکن است فردی ثروت مالی از دست بدهد و دوباره آن را به دست آورد، ممکن است خانه‌ای ویران شود و از نو ساخته شود، حتی دانشی فراموش شده را می‌توان دوباره آموخت؛ اما لحظه‌ای که از توجه انسان گذشته است، دیگر تکرار نمی‌شود. به همین دلیل، توجه از بسیاری سرمایه‌های مادی ارزشمندتر است. پول را می‌توان پس‌انداز کرد، اما توجه را تنها می‌توان در همان لحظه به کار برد. آنچه امروز به آن توجه نمی‌کنیم، ممکن است فردا هنوز در دسترس باشد، اما ظرفیت امروز ما برای دیدن، شنیدن، آموختن، احساس کردن و ساختن، برای همیشه گذشته است.

زندگی هر انسان را می‌توان تا اندازه زیادی تاریخچه مصرف توجه او دانست. شخصیت ما تنها از حوادث بزرگی که بر ما گذشته‌اند ساخته نمی‌شود؛ از هزاران موضوع کوچکی نیز شکل می‌گیرد که بارها در ذهن خود جای داده‌ایم. آنچه خوانده‌ایم، شنیده‌ایم، دیده‌ایم و درباره‌اش اندیشیده‌ایم، به تدریج زبان، ارزش‌ها، ترس‌ها، امیدها و داوری‌های ما را ساخته است. کسی که سال‌ها به دانشی مشخص توجه کرده، در آن دانش توانمند شده است؛ کسی که به هنر، موسیقی یا ادبیات توجه کرده، جهان را با حساسیتی متفاوت می‌بیند؛ کسی که ذهن خود را پیوسته در اختیار خشم، بدگمانی و دشمنی قرار داده، حتی اگر روزی علت اولیه آنها را فراموش کند، آثارشان را در شخصیت خود حفظ خواهد کرد. انسان آن چیزی نیست که تنها یک بار انتخاب کرده است؛ او حاصل چیزهایی است که بارها به آنها توجه کرده است.

از همین رو، توجه را باید یکی از مواد اولیه شکل‌گیری انسان دانست. استعداد بدون توجه به توانایی تبدیل نمی‌شود، دانش بدون توجه در حافظه جای نمی‌گیرد، رابطه بدون توجه عمیق نمی‌شود و آزادی بدون توجه آگاهانه دوام نمی‌آورد. بسیاری از چیزهایی که در زندگی ارزشمند می‌دانیم، در حقیقت شکل‌های مختلفی از توجه انباشته شده‌اند. یک پزشک ماهر، سال‌های طولانی توجه خود را در مطالعه، مشاهده و تجربه سرمایه‌گذاری کرده است. یک نویسنده، بخشی از زندگی خویش را صرف نگاه کردن به جهان، یافتن واژه‌ها و بازسازی تجربه‌های انسانی کرده است. یک رابطه پایدار، محصول هدیه‌های بزرگ و لحظه‌های استثنایی به تنهایی

نیست؛ نتیجه سال‌ها شنیدن، دیدن و حضور داشتن است. حتی اعتماد نیز نوعی سرمایه توجه است که به تدریج و از راه ثبات در رفتار و اهمیت دادن به دیگری ساخته می‌شود.

توجه به هر جا که رود، ارزش ایجاد می‌کند یا دست کم امکان ایجاد ارزش را فراهم می‌آورد. کودکی که به او توجه می‌شود، احساس امنیت و اهمیت می‌کند و با تصویری استوارتر از خویش‌تر شدن رشد می‌یابد. دانش‌آموزی که به درس توجه می‌کند، اطلاعات را به شناخت تبدیل می‌سازد. هنرمندی که به جزئیات جهان توجه می‌کند، می‌تواند چیزی را ببیند که از نگاه دیگران پنهان مانده است. مدیری که به افراد، فرایندها و نشانه‌های کوچک سازمان توجه می‌کند، پیش از آنکه بحران آشکار شود، امکان دیدن آن را پیدا می‌کند. جامعه‌ای که به علم، آموزش و نوآوری توجه می‌کند، به تدریج ظرفیت تولید ثروت و حل مسائل خود را افزایش می‌دهد. در مقابل، هنگامی که توجه از این حوزه‌ها برداشته می‌شود، تنها یک لحظه از دست نمی‌رود؛ زنجیره‌ای از فرصت‌های آینده نیز متوقف می‌شود.

برای فهم بهتر توجه به منزله سرمایه، باید میان «داشتن» و «به کار گرفتن» آن تفاوت گذاشت. همه انسان‌ها به شکلی طبیعی دارای ظرفیت توجه‌اند، اما کیفیت بهره‌برداری از این ظرفیت یکسان نیست. همان‌گونه که داشتن زمین لزوماً به معنای کشاورزی موفق نیست و داشتن پول به تنهایی ثروت پایدار ایجاد نمی‌کند، داشتن زمان و توان ذهنی نیز تضمین نمی‌کند که انسان از آنها به درستی استفاده کند. سرمایه زمانی ارزش‌آفرین می‌شود که با هدف، شناخت و نظم به کار گرفته شود. توجه پراکنده می‌تواند فراوان به نظر برسد، اما نتیجه اندکی بر جای بگذارد؛ در حالی که توجه متمرکز، حتی اگر در زمانی محدود عرضه شود، می‌تواند اثری عمیق و ماندگار ایجاد کند.

میان زمان و توجه رابطه‌ای نزدیک وجود دارد، اما این دو یکسان نیستند. انسان ممکن است ساعت‌ها در جایی حضور داشته باشد، بی‌آنکه واقعاً به آنچه در برابرش می‌گذرد توجه کند. پدر یا مادری ممکن است کنار فرزند خود بنشیند، اما ذهنش در تلفن همراه یا نگرانی‌های روزانه سرگردان باشد. فردی ممکن است کتابی را برای مدت طولانی در دست داشته باشد، اما پس از پایان صفحه چیزی از آن به یاد نیاورد. کارمندی ممکن است تمام روز پشت میز باشد، اما بخش اندکی از توان ذهنی خود را به کار اصلی اختصاص دهد. بنابراین، زمان ظرف توجه است، نه خود آن. ارزش واقعی یک ساعت را نمی‌توان تنها با طول آن سنجید؛ باید دید چه مقدار حضور، تمرکز و آگاهی در آن جریان داشته است.

از این منظر، همه ساعت‌های زندگی ارزش یکسانی ندارند. یک ساعت توجه عمیق می‌تواند بیش از چند روز فعالیت پراکنده نتیجه داشته باشد. لحظه‌ای کوتاه از شنیدن واقعی ممکن است رابطه‌ای را نجات دهد که ساعت‌ها گفت‌وگوی سطحی نتوانسته است به آن کمک کند. چند دقیقه تمرکز بر یک مسئله بنیادین گاه تصمیمی را تغییر می‌دهد که سال‌ها آینده انسان را شکل خواهد داد. در مقابل، ساعت‌های بسیار ممکن است در میان اعلان‌ها، خبرها، گفت‌وگوهای بی‌پایان و جابه‌جایی مداوم میان صفحات مصرف شوند، بی‌آنکه چیزی در حافظه، شخصیت یا جهان بیرونی بر جای بگذارند. مسئله تنها این نیست که انسان چه مقدار وقت دارد؛ مسئله این است که چه مقدار از آن وقت واقعاً در اختیار خود اوست.

توجه سرمایه‌ای است که هم با مصرف کاهش می‌یابد و هم با شیوه مصرف شکل می‌گیرد. این ویژگی آن را از بسیاری دارایی‌های دیگر متمایز می‌سازد. اگر انسان توجه خود را برای مدت طولانی میان موضوعات فراوان تقسیم کند، توان تمرکز عمیق او ممکن

است ضعیف شود. اگر به واکنش‌های سریع عادت کند، تأمل آهسته برایش دشوارتر می‌شود. اگر ذهن دائماً به دریافت پاداش‌های کوتاه و متغیر عادت کند، فعالیت‌هایی که نتیجه آنها دیرتر آشکار می‌شود، خسته‌کننده به نظر خواهند رسید. به این ترتیب، نحوه مصرف توجه تنها موجودی روزانه آن را کاهش نمی‌دهد، بلکه ظرفیت آینده آن را نیز تغییر می‌دهد. ما با شیوه توجه کردن، توانایی توجه کردن خود را می‌سازیم یا فرسوده می‌کنیم.

این واقعیت را می‌توان در تفاوت میان مطالعه یک کتاب و عبور از صدها پیام کوتاه مشاهده کرد. هر دو فعالیت از زمان و چشم و ذهن انسان استفاده می‌کنند، اما نوع توجهی که طلب می‌کنند یکسان نیست. کتاب، به‌ویژه اثری که اندیشه‌ای پیچیده را دنبال می‌کند، از خواننده می‌خواهد که مدتی در یک مسیر بماند، مطالب پیشین را به یاد آورد، رابطه میان بخش‌ها را کشف کند و در برابر ابهام شکیباً باشد. پیام‌های کوتاه و جریان‌های سریع اطلاعاتی، در مقابل، ذهن را به ورود و خروج مداوم از موضوعات عادت می‌دهند. یکی توان ماندن را پرورش می‌دهد و دیگری مهارت تغییر سریع را. هر دو ممکن است در جای خود مفید باشند، اما جامعه‌ای که همه ارتباطات و یادگیری خود را بر شکل دوم بنا کند، به تدریج قدرت اندیشیدن طولانی، خواندن عمیق و دنبال کردن استدلال‌های پیچیده را از دست خواهد داد.

در اینجا باید میان اطلاعات و معرفت تمایز قائل شد. اطلاعات می‌تواند در چند ثانیه به دست آید، اما معرفت به توجهی طولانی نیاز دارد. دانستن اینکه رویدادی اتفاق افتاده است، با فهم علل و پیامدهای آن یکسان نیست. خواندن عنوان یک خبر با شناخت زمینه تاریخی، سیاسی و انسانی آن تفاوت دارد. حفظ کردن چند واژه تخصصی به معنای درک یک علم نیست. عصر دیجیتال، دسترسی به اطلاعات را گسترش داده، اما در همان حال این خطر را نیز ایجاد کرده است که انسان توهم دانستن را با خود دانستن اشتباه بگیرد. او ممکن است درباره صدها موضوع چیزی شنیده باشد، اما در هیچ‌یک به اندازه کافی نمانده باشد که فهمی منسجم پیدا کند.

توجه همان پلی است که اطلاعات را به دانش و دانش را به حکمت تبدیل می‌کند. اطلاعات بدون توجه، از سطح ذهن عبور می‌کند؛ دانش بدون تأمل، پراکنده باقی می‌ماند؛ و تجربه بدون بازنگری، الزاماً به خرد نمی‌انجامد. انسان می‌تواند بارها با حادثه‌ای مشابه روبه‌رو شود، اما اگر به معنا و الگوی آن توجه نکند، چیزی از آن نیاموزد. به همین دلیل، افزایش حجم اطلاعات لزوماً به رشد فهم اجتماعی منجر نمی‌شود. جامعه ممکن است هر لحظه از همه‌چیز باخبر باشد، اما همچنان نتواند میان مهم و بی‌اهمیت، علت و نشانه، حقیقت و تکرار تفاوت بگذارد.

سرمایه توجه تنها در حوزه شناخت عمل نمی‌کند؛ احساسات نیز از آن تغذیه می‌کنند. هر احساسی که بارها مورد توجه قرار گیرد، قدرت بیشتری پیدا می‌کند. نگرانی اگر پیوسته در ذهن مرور شود، می‌تواند به اضطراب تبدیل گردد. رنجش اگر بارها بازسازی شود، به بخشی از هویت انسان راه می‌یابد. در مقابل، قدردانی، امید و محبت نیز بدون توجه دوام نمی‌آورند. بسیاری از روابط نه به دلیل وقوع حادثه‌ای بزرگ، بلکه به سبب کاهش تدریجی توجه فرسوده می‌شوند. انسان‌ها معمولاً یکباره از زندگی یکدیگر بیرون نمی‌روند؛ نخست از مرکز توجه یکدیگر کنار می‌روند و سپس فاصله عاطفی آشکار می‌شود.

شاید یکی از عمیق‌ترین شکل‌های محبت، توجه باشد. هنگامی که به کسی گوش می‌دهیم، در واقع بخشی از زندگی خود را به او اختصاص می‌دهیم. توجه صادقانه می‌گوید: در این لحظه، وجود و سخن تو برای من اهمیت دارد. از همین روست که بی‌توجهی

می‌تواند بیش از مخالفت یا انتقاد دردناک باشد. مخالفت هنوز نوعی به رسمیت شناختن است، اما نادیده گرفتن، حضور دیگری را بی‌اهمیت می‌سازد. کودک پیش از آنکه معنای بسیاری از واژه‌ها را بفهمد، کیفیت توجه والدین را احساس می‌کند. سالمند ممکن است بیش از هر هدیه‌ای به زمانی نیاز داشته باشد که کسی بی‌شتاب کنار او بنشیند. بیمار گاه پیش از دارو به این اطمینان نیاز دارد که رنجش دیده و شنیده شده است.

بازار جدید به‌خوبی این نیاز انسانی را شناخته و آن را به سازوکاری برای نگه داشتن افراد تبدیل کرده است. شبکه‌های اجتماعی نه فقط اطلاعات و سرگرمی، بلکه امکان دیده شدن را عرضه می‌کنند. انسان مطلبی منتشر می‌کند و در انتظار نشانه‌هایی از توجه دیگران می‌ماند؛ پسند، نظر، بازنشر یا افزایش شمار دنبال‌کنندگان، هر یک پیاپی درباره دیده شدن اوست. این سازوکار می‌تواند فرصت ارزشمندی برای ارتباط، بیان خود و یافتن افراد همفکر باشد، اما هم‌زمان می‌تواند ارزش شخصی را به واکنش جمع‌گره بزند. فرد به تدریج به جای آنکه بپرسد آیا سخن یا اثرش حقیقتاً ارزشمند است، می‌پرسد چه اندازه توجه دریافت کرده است.

در این لحظه، سرمایه توجه به سرمایه اعتبار تبدیل می‌شود. کسی که توجه بیشتری گرد آورده است، در بازار فرهنگ و رسانه نفوذ بیشتری پیدا می‌کند. سخن او بیشتر دیده می‌شود، فرصت‌های بیشتری دریافت می‌کند و حتی در موضوعاتی که تخصصی ندارد، صدایش از صدای متخصصان بلندتر شنیده می‌شود. شمار دنبال‌کنندگان می‌تواند جای عمق اندیشه را بگیرد و میزان دیده شدن با ارزش واقعی اشتباه شود. در نتیجه، نه تنها افراد برای جلب توجه رقابت می‌کنند، بلکه محتوا نیز به سوی موضوعاتی حرکت می‌کند که توجه سریع‌تر و بیشتری تولید می‌کنند.

اما توجه و ارزش همیشه هم‌جهت نیستند. گاه کم‌ارزش‌ترین محتوا بیشترین توجه را می‌گیرد، زیرا غریزه، کنجکاوی یا خشم را سریع‌تر برمی‌انگیزد. حادثه، رسوایی، تحقیر، خشونت و درگیری معمولاً توجه فوری بیشتری از گفت‌وگوی آرام، پژوهش دقیق یا طرحی بلندمدت دریافت می‌کنند. ذهن انسان به طور طبیعی به نشانه‌های خطر و تغییر حساس است؛ این حساسیت در گذشته برای بقا ضروری بوده است. اما در محیط رسانه‌ای جدید، همان سازوکار می‌تواند به طور مستمر تحریک شود. هر خبر به صورت «فوری»، هر اختلاف به شکل بحران و هر اظهار نظر به صورت نزاعی سرنوشت‌ساز عرضه می‌شود، زیرا توجهی که با اضطراب و خشم همراه است، اغلب شدیدتر و ماندگارتر است.

در چنین فضایی، انسان ممکن است توجه خود را نه بر اساس اهمیت، بلکه بر اساس شدت محرک تقسیم کند. موضوعی آرام اما بنیادی، مانند فرسایش نظام آموزشی یا کاهش اعتماد اجتماعی، در برابر حادثه‌ای پرهیاهو به حاشیه رانده می‌شود. مسئله‌ای که آینده یک نسل را تغییر می‌دهد، ممکن است کمتر از سخن جنجالی یک چهره شناخته‌شده دیده شود. این جابه‌جایی، تنها مشکل رسانه نیست؛ ساختار تصمیم‌گیری جامعه را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. سیاستمداران به موضوعاتی واکنش نشان می‌دهند که توجه عمومی را در اختیار گرفته‌اند، بودجه‌ها به سوی بحران‌های پرمصدات حرکت می‌کنند و اصلاحات عمیق اما کم‌هیجان به تأخیر می‌افتند.

سرمایه توجه در سطح جامعه نیز مانند سرمایه مالی می‌تواند به شکل نابرابر توزیع شود. برخی افراد، شرکت‌ها و حکومت‌ها ابزارهای عظیمی برای جلب آن دارند، در حالی که دیگران حتی برای دیده شدن مسائل حیاتی خود با دشواری روبه‌رو هستند. شرکتی بزرگ می‌تواند با تبلیغات گسترده، حضور خود را در ذهن میلیون‌ها نفر تثبیت کند. حکومتی می‌تواند رسانه، آموزش، آیین

عمومی و زبان رسمی را در خدمت تکرار روایت خود قرار دهد. گروهی کوچک اما پر قدرت می تواند با تولید سازمان یافته محتوا، موضوعی را مهم تر از اندازه واقعی آن نشان دهد. در مقابل، یک جامعه محلی، یک پژوهشگر مستقل یا خانواده ای گرفتار بحران ممکن است نتواند کمترین سهمی از توجه عمومی به دست آورد.

از همین رو، عدالت در عصر جدید تنها به توزیع ثروت، فرصت و قدرت سیاسی محدود نمی شود؛ مسئله توزیع توجه نیز اهمیت پیدا می کند. چه کسانی دیده می شوند و چه کسانی در حاشیه می مانند؟ کدام رنج ها به خبر تبدیل می شوند و کدام ها بی صدا ادامه می یابند؟ کدام زبان ها، فرهنگ ها و تجربه ها امکان حضور در فضای عمومی را پیدا می کنند؟ توجه جمعی نوعی منبع اجتماعی است و نحوه توزیع آن می تواند بر دسترسی به حمایت، اعتبار و قدرت اثر بگذارد.

با این حال، دیده شدن همواره به معنای عدالت نیست. گاه گروهی تنها هنگامی دیده می شود که به تصویر کلیشه ای مورد انتظار رسانه تبدیل شده باشد. رنج انسان ممکن است به محتوایی برای مصرف سریع تبدیل شود، بی آنکه فهم یا همبستگی پایداری ایجاد کند. جامعه ممکن است برای چند روز به حادثه ای توجه فراوان نشان دهد و سپس، با ظهور موضوعی تازه، آن را به کلی فراموش کند. این نوع توجه گذرا، اگرچه از بی توجهی بهتر به نظر می رسد، الزاماً به مسئولیت یا تغییر منجر نمی شود. سرمایه ای که تنها برای لحظه ای جمع شود و به اقدام، حافظه یا نهاد تبدیل نگردد، به سرعت از میان می رود.

این موضوع تفاوت میان «توجه واکنشی» و «توجه سازنده» را آشکار می کند. توجه واکنشی با محرک بیرونی آغاز می شود؛ حادثه ای رخ می دهد، خبری منتشر می شود، موجی شکل می گیرد و انسان به آن پاسخ می دهد. این نوع توجه در زندگی ضروری است، زیرا ما باید نسبت به خطر، نیاز و رویدادهای مهم واکنش نشان دهیم. اما اگر تمام توجه فرد یا جامعه واکنشی شود، دیگر فرصتی برای تعیین مسیر مستقل باقی نمی ماند. توجه سازنده از پرسشی درونی، هدفی روشن یا انتخابی آگاهانه سرچشمه می گیرد. پژوهشگر سال ها بر مسئله ای کار می کند که هنوز موضوع روز نیست؛ والدین به تربیت فرزند توجه می کنند، حتی زمانی که نتیجه آن آشکار نیست؛ جامعه ای بر ساخت نهادهای پایدار سرمایه گذاری می کند، هرچند دستاوردهایش در کوتاه مدت هیجان رسانه ای ایجاد نکند.

تمدن های پایدار با توجه سازنده شکل می گیرند. دانشگاه، قانون، زیرساخت، هنر، دانش و اعتماد اجتماعی در یک روز ساخته نمی شوند. همه آنها نیازمند آن اند که نسلی از انسان ها توجه خود را برای مدتی طولانی به هدفی مشترک اختصاص دهند. ساختن یک پل تنها به پول و مصالح نیاز ندارد؛ به سال ها توجه مهندسان، کارگران، مدیران و نهادهای گوناگون وابسته است. تدوین یک قانون عادلانه نیازمند توجه به تجربه، زبان، پیامدها و حقوق گروه های مختلف است. ایجاد فرهنگی آزاد نیز بدون توجه مستمر به آموزش، گفت و گو و تحمل تفاوت ممکن نیست.

از این منظر، توسعه را می توان سازمان دهی توجه ملی دانست. کشورهایی که توانسته اند از فقر، بی ثباتی یا ویرانی عبور کنند، تنها منابع مالی بیشتری در اختیار نداشته اند؛ آنها توانسته اند توجه نهادهای، مدیران و مردم را برای مدتی نسبتاً طولانی بر مسائل اصلی متمرکز کنند. آموزش، بهداشت، تولید، زیرساخت، حاکمیت قانون و ظرفیت اداری زمانی رشد می کنند که از نوسان دائمی اولویت ها در امان بمانند. جامعه ای که هر روز با بحرانی تازه از مسیر خود منحرف می شود، حتی اگر منابع طبیعی و انسانی فراوان داشته باشد، نمی تواند سرمایه هایش را به نتیجه ای پایدار تبدیل کند.

تاریخ معاصر ایران را نیز می‌توان از منظر پراکندگی و تصرف توجه ملی بازخوانی کرد. ایران کشوری با نیروی انسانی تحصیل کرده، منابع طبیعی گسترده، موقعیت جغرافیایی مهم و میراث فرهنگی غنی است، اما بخش عظیمی از توان ملی آن طی دهه‌ها در بحران‌های ایدئولوژیک، دشمنی‌های خارجی، منازعات داخلی، سرکوب اجتماعی و تلاش برای بقای حکومت مصرف شده است. نیرویی که می‌توانست صرف آموزش، رفاه، فناوری، محیط زیست و بازسازی زیرساخت شود، بارها به سوی موضوعاتی هدایت شده که اولویت اصلی زندگی مردم نبوده‌اند.

در این میان، هزینه تنها مالی نبوده است. میلیون‌ها ساعت از توجه ایرانیان در صف‌ها، نگرانی‌ها، محدودیت‌ها، پیگیری خبرهای بحران، مهاجرت، تورم، زندان، اعتراض، سانسور و پاسخ دادن به دخالت حکومت در خصوصی‌ترین حوزه‌های زندگی مصرف شده است. زنی که ناچار است هر روز بخشی از توجه خود را صرف مراقبت از پوشش در برابر مأموران حکومت کند، تنها آزادی انتخاب لباس را از دست نداده است؛ بخشی از سرمایه ذهنی او نیز به مسئله‌ای تحمیلی اختصاص یافته است. جوانی که به جای برنامه‌ریزی برای تحصیل، کار یا ساختن آینده، دائماً در اندیشه خروج از کشور، خدمت اجباری، فیلترینگ، سرکوب یا بی‌ثباتی اقتصادی است، سرمایه توجه خود را در مسیری مصرف می‌کند که خود انتخاب نکرده است.

حکومت ایدئولوژیک از این پراکندگی سود می‌برد، زیرا جامعه‌ای که پیوسته درگیر پاسخ دادن به بحران‌های فوری است، فرصت و توان کمتری برای ساختن بدیلی منسجم پیدا می‌کند. هر بحران تازه، توجه را از پرسش‌های بنیادی دور می‌سازد: چرا کشور با وجود این همه ظرفیت به چنین وضعی رسیده است؟ چه نهادهایی باید جایگزین شوند؟ چگونه می‌توان اعتماد عمومی را بازسازی کرد؟ چه نظام آموزشی، اقتصادی و سیاسی می‌تواند ایران را به مسیر توسعه بازگرداند؟ این پرسش‌ها به توجهی طولانی، آرام و مشترک نیاز دارند؛ همان چیزی که فضای بحرانی دائمی از جامعه دریغ می‌کند.

بنابراین، بازسازی ایران در آینده تنها به منابع مالی، مدیران شایسته و برنامه‌های فنی وابسته نخواهد بود. ایران نیازمند بازسازی سرمایه توجه ملی است. جامعه باید بتواند از واکنش دائمی به سوی ساختن حرکت کند، از پاسخ دادن به دستور کار حکومت به تعیین دستور کار خود برسد و از پراکندگی میان صدها بحران به تمرکز بر چند اولویت بنیادین دست یابد. این تغییر آسان نخواهد بود، زیرا الگوهای توجه طی دهه‌ها شکل گرفته‌اند و جامعه به خبر فوری، نگرانی مستمر و انتظار حادثه بعدی عادت کرده است. با این حال، بدون این تغییر، حتی بهترین برنامه‌ها نیز ممکن است در هیاهوی رقابت‌های سیاسی و رسانه‌ای گم شوند.

در سطح فردی نیز بسیاری از انسان‌ها احساس می‌کنند وقت کافی ندارند، در حالی که مشکل همیشه کمبود زمان نیست؛ گاه پراکندگی توجه است. روز از مجموعه‌ای از وقفه‌های کوچک تشکیل می‌شود: پیامی خوانده می‌شود، خبری بررسی می‌گردد، ویدئویی آغاز می‌شود، بحثی در ذهن ادامه پیدا می‌کند و کاری نیمه‌تمام به کار دیگری می‌پیوندد. در پایان روز، فرد خسته است، اما نمی‌تواند به روشنی بگوید انرژی او صرف چه چیزی شده است. این خستگی با خستگی کار عمیق متفاوت است. کار عمیق ممکن است بدن و ذهن را خسته کند، اما حس پیشرفت یا تکمیل بر جای می‌گذارد؛ پراکندگی توجه، خستگی همراه با احساس تهی بودن ایجاد می‌کند.

علت این احساس آن است که هر تغییر توجه هزینه‌ای دارد. ذهن برای ورود به یک موضوع، ساختار و زمینه آن را در حافظه فعال می‌سازد. هنگامی که ناگهان به موضوعی دیگر می‌پردازیم، بخشی از موضوع قبلی همچنان در ذهن باقی می‌ماند و بخشی از

ظرفیت شناختی را اشغال می‌کند. بازگشت دوباره نیز نیازمند زمان و انرژی است. اگر این جابه‌جایی بارها تکرار شود، فرد ممکن است ساعت‌های طولانی کار کند، اما هرگز به عمق لازم برای حل مسئله نرسد. او مشغول است، اما الزاماً پیش نمی‌رود.

فرهنگ معاصر اغلب این مشغول بودن را با بهره‌وری اشتباه می‌گیرد. پاسخ فوری به پیام‌ها، شرکت در جلسات متعدد و آگاهی از همه اتفاقات می‌تواند نشانه مسئولیت‌پذیری به نظر برسد، اما گاه تنها نشان می‌دهد که فرد اختیار برنامه ذهنی خود را به درخواست‌های دیگران سپرده است. مدیرانی که دائماً به بحران‌های کوچک واکنش نشان می‌دهند، ممکن است زمانی برای اندیشیدن به جهت کلی سازمان نداشته باشند. سیاستمدارانی که هر روز پاسخگوی موج تازه‌ای در رسانه‌اند، ممکن است فرصت تدوین سیاست بلندمدت را از دست بدهند. حتی نویسندگان یا پژوهشگرانی که پیوسته به واکنش عمومی اثر خود بیندیشند، ممکن است از توجه لازم برای خلق اثر بعدی محروم شود.

سرمایه توجه نیازمند حفاظت است، اما حفاظت از آن به معنای ساختن دیواری کامل در برابر جهان نیست. انسان موجودی اجتماعی است و بخشی از ارزش زندگی از پاسخ دادن به نیاز دیگران، مشارکت در جامعه و حضور در لحظه‌های پیش‌بینی‌نشده به دست می‌آید. مسئله، ایجاد تعادل میان دسترس‌پذیری و استقلال است. همان‌گونه که در خانه‌ای با در و پنجره زندگی می‌کنیم، نه در فضایی کاملاً بسته و نه در مکانی بدون مرز، ذهن نیز به راه‌های ارتباطی و مرزهای روشن نیاز دارد. در باید باز شود، اما نه برای هر کس و در هر لحظه.

از این رو، ارزش توجه تنها در تمرکز بر کارهای بزرگ نیست؛ در توانایی گفتن «نه» نیز آشکار می‌شود. هر انتخاب واقعی مستلزم کنار گذاشتن گزینه‌های دیگر است. انسانی که نمی‌تواند از هیچ درخواست، خبر، دعوت یا بحثی صرف‌نظر کند، در ظاهر زندگی گسترده‌ای دارد، اما در عمل ظرفیت خود را چنان پخش می‌کند که هیچ بخش آن عمق نمی‌یابد. حاکمیت بر توجه مستلزم پذیرفتن این حقیقت است که نمی‌توان همه چیز را دانست، همه رویدادها را دنبال کرد و در همه گفت‌وگوها حضور داشت. محدودیت، دشمن آزادی نیست؛ شرط انتخاب معنادار است.

این اصل در زندگی حرفه‌ای نیز اهمیت دارد. بسیاری از دستاوردهای بزرگ، نتیجه افزودن فعالیت‌های بیشتر نیستند؛ حاصل حذف آن چیزهایی‌اند که توجه را از کار اصلی منحرف می‌کنند. سازمان‌ها اغلب از کمبود ایده یا نیروی انسانی رنج نمی‌برند، بلکه گرفتار تعدد اولویت‌ها هستند. وقتی همه چیز مهم اعلام شود، در حقیقت هیچ چیز مهم نیست. هر برنامه تازه بخشی از توجه مدیریتی را مصرف می‌کند، هر گزارش اضافی زمان تحلیل را کاهش می‌دهد و هر تغییر شتاب‌زده در جهت‌گیری، سرمایه‌ای را که برای یادگیری و اجرای مسیر قبلی صرف شده بود، بی‌اثر می‌سازد.

در مدیریت و رهبری، توجه تنها منبع شخصی رهبر نیست؛ علامتی است که اولویت‌های سازمان را تعیین می‌کند. کارکنان به آنچه رهبر درباره‌اش سخن می‌گوید، می‌پرسد، اندازه می‌گیرد و پاداش می‌دهد توجه می‌کنند. اگر رهبر دائماً بر بحران‌های کوتاه‌مدت تمرکز کند، سازمان نیز واکنشی می‌شود. اگر تنها نتایج عددی مورد توجه قرار گیرند، کیفیت، اخلاق یا یادگیری ممکن است به حاشیه برود. اگر رهبر به افراد گوش ندهد، پیام پنهان آن است که تجربه و دیدگاه آنان ارزش چندانی ندارد. توجه رهبر، حتی پیش از صدور دستور، فرهنگ سازمان را شکل می‌دهد.

این امر در سیاست نیز صادق است. رهبر سیاسی با انتخاب موضوعات سخنرانی، بازدید، بودجه و قانون، به جامعه نشان می‌دهد چه چیزی مهم است. هنگامی که بالاترین مقام‌های یک کشور بخش عمده سخن خود را صرف دشمن، توطئه، جنگ و ایدئولوژی می‌کنند، دستگاه اداری، رسانه‌ها و مردم نیز ناگزیر بخشی از توجه خود را به همان موضوعات اختصاص می‌دهند. حتی اگر زندگی روزمره مردم با مسکن، سلامت، آموزش و اشتغال پیوند داشته باشد، زبان رسمی کشور می‌تواند اولویت‌های دیگری را بر فضای عمومی تحمیل کند.

در نظام‌های سالم، توجه عمومی تنها از بالا تعیین نمی‌شود. رسانه مستقل، جامعه مدنی، دانشگاه، هنر و انتخابات امکان می‌دهند که مسائل گوناگون وارد گفت‌وگو شوند و اولویت‌های رسمی به چالش کشیده شوند. اما در نظام‌های بسته، حکومت می‌کوشد نه تنها پاسخ‌ها، بلکه پرسش‌ها را نیز کنترل کند. برخی موضوعات پیوسته برجسته می‌شوند و برخی دیگر اجازه نام‌گذاری پیدا نمی‌کنند. فقر ممکن است نتیجه تحریم معرفی شود، اما نقش فساد و ناکارآمدی کمتر دیده شود؛ مهاجرت نخبگان ممکن است به انتخاب شخصی آنان تقلیل یابد، اما فضای سیاسی و اقتصادی سازنده آن نادیده بماند؛ اعتراض ممکن است مسئله امنیتی نامیده شود، تا علت اجتماعی و اخلاقی آن از مرکز توجه خارج گردد.

نام‌گذاری نیز شکلی از هدایت توجه است. واژه‌ها مانند قاب عمل می‌کنند؛ بخشی از واقعیت را آشکار و بخش دیگری را پنهان می‌سازند. هنگامی که حکومت معترض را «اغتشاشگر» می‌نامد، توجه را از مطالبه او به اختلال در نظم منتقل می‌کند. وقتی سانسور «صیانت» نامیده می‌شود، محدود کردن دسترسی به صورت حمایت از جامعه بازتعریف می‌گردد. هنگامی که حضور نظامی در کشورهای دیگر «دفاع از عمق راهبردی» خوانده می‌شود، هزینه آن برای زندگی شهروندان از دید دور می‌ماند. زبان تنها واقعیت را توصیف نمی‌کند؛ مسیر نگاه کردن به آن را نیز می‌سازد.

به همین دلیل، پاسداری از سرمایه توجه بدون پاسداری از زبان ممکن نیست. انسان باید بتواند پشت واژه‌هایی را که برای او انتخاب شده‌اند ببیند و از خود پرسد هر نام چه چیزی را برجسته و چه چیزی را پنهان می‌کند. این پرسش ساده می‌تواند بخشی از حاکمیت ذهن را بازگرداند. قدرت‌ها اغلب پیش از آنکه رفتار را کنترل کنند، واژگان را تعیین می‌کنند؛ و هنگامی که واژگان پذیرفته شدند، بسیاری از نتیجه‌گیری‌ها نیز از پیش شکل گرفته‌اند.

سرمایه توجه با حافظه نیز پیوند دارد. آنچه جامعه به یاد می‌آورد و آنچه فراموش می‌کند، نتیجه فرایندی طبیعی و بی‌طرفانه نیست. آیین‌ها، کتاب‌های درسی، رسانه‌ها، بناهای یادبود و مناسبت‌های رسمی تصمیم می‌گیرند کدام بخش گذشته بارها به مرکز توجه بازگردد. حکومت‌های ایدئولوژیک تاریخ را نه تنها بازنویسی، بلکه بازتوزیع می‌کنند؛ برخی دوره‌ها را بزرگ می‌سازند، برخی شخصیت‌ها را حذف می‌کنند و برخی رنج‌ها را مقدس یا نامرئی می‌نمایند. با این کار، سرمایه توجه نسل‌های آینده نیز پیشاپیش جهت می‌گیرد.

حافظه ملی سالم به معنای یادآوری همه چیز به یک اندازه نیست؛ چنین کاری ناممکن است. مسئله، امکان گفت‌وگوی آزاد درباره گذشته و حق جامعه برای بازنگری در روایت‌های رسمی است. ملتی که نتواند به بخش‌های فراموش‌شده تاریخ خود توجه کند، از امکان یادگیری محروم می‌شود. در ایران، بازیابی توجه به تاریخ پیش از اسلام، جنبش مشروطه، تجربه‌های سکولار، نقش زنان،

تنوع قومی و فرهنگی و تلاش‌های متعدد برای آزادی، بخشی از بازیس‌گیری حافظه ملی از روایت محدودکننده حکومت دینی است.

سرمایه توجه همچنین به امید وابسته است. انسان به چیزی توجه می‌کند که آن را ممکن، مهم یا مرتبط با آینده خود می‌داند. هنگامی که امید از میان می‌رود، توجه نیز کوتاه‌مدت می‌شود. فردی که آینده‌ای برای خود نمی‌بیند، کمتر آماده است سال‌ها برای آموزش، پس‌انداز، ساختن نهاد یا اصلاح جامعه تلاش کند. او به بقا، خروج یا لذت فوری روی می‌آورد. جامعه ناامید نمی‌تواند سرمایه توجه خود را برای پروژه‌های بلندمدت بسیج کند، زیرا پیوند میان کوشش امروز و نتیجه فردا برایش گسسته شده است. از همین رو، حکومت‌های ناکارآمد نه تنها منابع مادی را از بین می‌برند؛ افق زمانی جامعه را نیز کوتاه می‌کنند. تورم شدید، بی‌ثباتی، تصمیم‌های ناگهانی و قوانین متغیر، مردم را وادار می‌کنند به امروز و فردا بیندیشند، نه به ده سال آینده. خانواده‌ای که نمی‌داند ارزش درآمدش در چند ماه آینده چه خواهد شد، نمی‌تواند به راحتی برای آموزش یا سرمایه‌گذاری بلندمدت برنامه‌ریزی کند. کارآفرینی که هر روز با مقررات و تهدیدی تازه روبه‌روست، توجه خود را به جای نوآوری صرف بقا و دور زدن موانع می‌کند. این کوتاه شدن افق، یکی از شکل‌های ائتلاف سرمایه توجه ملی است.

در مقابل، اعتماد امکان سرمایه‌گذاری بلندمدت توجه را ایجاد می‌کند. فرد زمانی برای آموزش، رابطه، کار یا جامعه وقت می‌گذارد که باور داشته باشد کوشش او به کلی بی‌نتیجه نخواهد ماند. اعتماد به قانون، نهاد، شریک، همکار یا آینده، ذهن را از مراقبت دائمی آزاد می‌کند. در محیط بی‌اعتماد، بخش بزرگی از توجه صرف کنترل، احتیاط، پنهان‌کاری و پیش‌بینی خیانت می‌شود. معامله ساده پیچیده می‌گردد، همکاری دشوار می‌شود و انرژی‌ای که می‌توانست صرف آفرینش شود، در دفاع و مراقبت مصرف می‌گردد. بنابراین، اعتماد را می‌توان نهادی برای آزادسازی توجه دانست. هنگامی که شهروند اطمینان دارد قانون به طور نسبتاً یکسان اجرا می‌شود، مجبور نیست هر لحظه نگران رابطه، رشوه یا تصمیم سلیقه‌ای باشد. وقتی کارمند به سازمان اعتماد دارد، بخشی از ذهنش از ترس دائمی آزاد می‌شود. وقتی اعضای خانواده به یکدیگر اعتماد دارند، نیازی نیست انرژی خود را صرف بررسی و سوءظن کنند. جوامع با اعتماد بالاتر، نه تنها همکاری آسان‌تری دارند؛ سرمایه توجه بیشتری نیز برای کارهای سازنده در اختیارشان باقی می‌ماند.

این نگاه نشان می‌دهد که توجه موضوعی فردگرایانه و جدا از ساختارهای اجتماعی نیست. نمی‌توان از انسان خواست تنها با اراده شخصی بر توجه خود مسلط شود، در حالی که در محیطی آکنده از ناامنی، فقر، تبعیض و دستکاری زندگی می‌کند. فردی که درگیر تأمین نیازهای اولیه است، ظرفیت کمتری برای مطالعه، هنر یا مشارکت مدنی دارد. کسی که با تبعیض یا تهدید دائمی روبه‌روست، ناگزیر بخش زیادی از ذهن خود را صرف مراقبت از خطر می‌کند. فقر تنها کمبود پول نیست؛ مالیاتی دائمی بر توجه است.

این مالیات پنهان در زندگی روزمره فقرا و گروه‌های آسیب‌پذیر آشکار است. فرد مرفه می‌تواند با پرداخت هزینه، بسیاری از مسائل را از حوزه توجه خود خارج کند: تعمیر، حمل‌ونقل، مراقبت، مشاوره و خدمات حرفه‌ای. فرد کم‌درآمد مجبور است شخصاً و با زمان بیشتری هر مسئله را پیگیری کند. خطای کوچک مالی برای او پیامد بزرگ‌تری دارد و بنابراین ذهنش دائماً درگیر محاسبه،

نگرانی و انتخاب میان نیازهای ضروری است. در نتیجه، همان کسانی که بیش از همه به فرصت‌های رشد نیاز دارند، کمترین سرمایه توجه آزاد را برای استفاده از آن فرصت‌ها در اختیار دارند.

عدالت اجتماعی از این منظر، آزاد کردن ظرفیت ذهنی انسان‌ها نیز هست. آموزش باکیفیت، امنیت اقتصادی، بهداشت عمومی، حمل‌ونقل مناسب و حاکمیت قانون تنها خدماتی رفاهی نیستند؛ آنها از بار توجه روزمره می‌کاهند و امکان می‌دهند انسان‌ها بخشی از نیروی ذهنی خود را به یادگیری، خلاقیت و مشارکت اختصاص دهند. جامعه عادلانه جامعه‌ای نیست که همه در آن تجربه‌ای یکسان دارند، بلکه جامعه‌ای است که انسان‌ها ناچار نیستند بخش نامتناسبی از زندگی ذهنی خود را صرف موانعی کنند که می‌توان با نهادهای بهتر برطرف ساخت.

در آینده، اهمیت سرمایه توجه افزایش خواهد یافت. هوش مصنوعی می‌تواند بسیاری از کارهای محاسباتی، اطلاعاتی و حتی خلاقانه را با سرعتی فراتر از توان انسان انجام دهد. در چنین جهانی، ارزش انسان نه تنها در مقدار اطلاعاتی که در حافظه دارد، بلکه در توانایی انتخاب مسئله، طرح پرسش، داوری اخلاقی و تشخیص آنچه شایسته توجه است آشکار خواهد شد. ماشین می‌تواند پاسخ‌های بسیاری تولید کند، اما این انسان است که باید تصمیم بگیرد کدام پرسش مهم است، کدام پاسخ با واقعیت و ارزش‌های انسانی سازگار است و چه چیزی نباید صرفاً به این دلیل که ممکن است، انجام شود.

هوش مصنوعی از یک سو می‌تواند بار شناختی انسان را کاهش دهد و زمان بیشتری برای اندیشه و خلاقیت فراهم کند، اما از سوی دیگر می‌تواند سیلاب محتوا را چند برابر سازد. هنگامی که تولید متن، تصویر، ویدئو و پیام تقریباً بدون هزینه می‌شود، کمبود اصلی دیگر محتوا نخواهد بود؛ توان تشخیص و توجه خواهد بود. انسان در برابر میلیون‌ها پیام تولیدشده قرار خواهد گرفت و ارزش اصلی در انتخاب، پالایش و مقاومت در برابر انبوهی خواهد بود که می‌کوشد وارد ذهن شود.

در چنین شرایطی، سواد آینده تنها خواندن و نوشتن یا حتی استفاده از فناوری نیست؛ سواد توجه است. انسان باید بداند چگونه منبع را ارزیابی کند، چگونه در برابر تحریک عاطفی مکث نماید، چگونه میان دانستن و فهمیدن تفاوت بگذارد و چگونه از ابزارهای هوشمند بدون واگذاری کامل داوری خود بهره‌گیرد. نسل آینده ممکن است به اطلاعاتی دسترسی داشته باشد که دانشمندان بزرگ گذشته هرگز تصور نمی‌کردند، اما اگر نتواند توجه خود را هدایت کند، این فراوانی به جای آزادی، سردرگمی بیشتری ایجاد خواهد کرد.

حفظ توجه همچنین به معنای حفظ امکان تنهایی و سکوت است. اندیشه‌های مهم اغلب در فاصله میان محرک‌ها شکل می‌گیرند؛ زمانی که ذهن فرصت دارد تجربه‌های پراکنده را به یکدیگر پیوند دهد. اگر هر لحظه سکوت با صفحه، صدا یا پیام پر شود، این فضای درونی از میان می‌رود. انسان ممکن است پیوسته در تماس باشد، اما کمتر با خود روبه‌رو شود. او ممکن است درباره همه چیز واکنش داشته باشد، اما نداند نظر واقعی خودش چیست.

تنهایی آگاهانه با انزوا تفاوت دارد. انزوا جدایی ناخواسته و دردناک از دیگران است، اما تنهایی آگاهانه فرصتی است که انسان در آن صدای خود را از صدای جمع تشخیص می‌دهد. بدون چنین فضایی، خواسته‌های دیگران، تبلیغات و انتظارات اجتماعی

به تدریج جای خواست شخصی را می گیرند. انسان ممکن است مسیری را دنبال کند که موفقیت نامیده شده، بی آنکه از خود بپرسد آیا با استعداد، ارزش و زندگی مورد نظر او هماهنگ است.

سرمایه توجه همچنین پایه اختیار اخلاقی است. تصمیم اخلاقی تنها دانستن قانون یا اصل نیست؛ نیازمند آن است که انسان دیگری را ببیند و پیامد رفتار خود را در نظر گیرد. بی توجهی اخلاقی زمانی رخ می دهد که فرد آن قدر درگیر خواست، سود یا گروه خود است که رنج و حق دیگران از میدان دید او خارج می شود. بسیاری از بی عدالتی ها نه تنها از نفرت، بلکه از نادیده گرفتن آغاز می شوند. مردمی که دیده نمی شوند، آسان تر قربانی سیاست ها و تصمیم ها قرار می گیرند.

از این رو، گسترش دایره توجه یکی از سرچشمه های پیشرفت اخلاقی بشر بوده است. انسان به تدریج آموخته است کسانی را که خارج از خانواده، قبیله، طبقه، قوم، جنسیت یا ملت او هستند نیز صاحب حق و کرامت ببیند. هر گام در این مسیر، مستلزم آن بوده است که جامعه به رنج و تجربه گروهی که پیش تر نادیده گرفته می شد توجه کند. ادبیات، هنر، روزنامه نگاری و شهادت شخصی نقش بزرگی در این گسترش داشته اند، زیرا چهره و داستانی انسانی را به جای عدد و عنوان قرار داده اند.

اما توجه اخلاقی نیز می تواند گزینشی و دستکاری شده باشد. رسانه ممکن است رنج گروهی را با تصاویر مکرر به مرکز توجه بیاورد و رنج گروهی دیگر را پنهان کند. حکومت ها می توانند قربانیان خودی را برجسته و قربانیان سیاست های خود را نامرئی سازند. انسان ها نیز معمولاً با رنج کسانی همدلی بیشتری دارند که شبیه خودشان اند یا داستان شان با باورهای پیشین آنان سازگار است. حاکمیت بر توجه از این رو تنها حفاظت در برابر مزاحمت نیست؛ تلاشی برای دیدن آن چیزی نیز هست که عادت، تعصب یا قدرت از ما پنهان کرده است.

این فصل، توجه را سرمایه نامیده است، اما هیچ استعاره ای تمام حقیقت را در خود جای نمی دهد. توجه تنها کالایی برای مبادله یا ابزاری برای تولید نیست. اگر آن را صرفاً سرمایه بدانیم، ممکن است ارزش هر لحظه را با سود آینده بسنجیم و جنبه های انسانی زندگی را فراموش کنیم. توجه گاه هدیه است، گاه عبادت، گاه همدلی و گاه شیوه ای برای بودن در جهان. انسان به فرزندش توجه نمی کند تا بازده اقتصادی به دست آورد؛ به موسیقی گوش نمی دهد تا الزاماً بهره وری خود را افزایش دهد؛ و در برابر زیبایی طبیعت مکث نمی کند تا چیزی تولید کند. ارزش این تجربه ها در خود آنهاست.

با این حال، زبان سرمایه حقیقتی مهم را آشکار می کند: توجه محدود، ارزشمند و سرنوشت ساز است و نحوه توزیع آن پیامد دارد. هنگامی که انسان این حقیقت را درک کند، به هر درخواست برای ورود به ذهن خود پاسخ مثبت نمی دهد. او می آموزد که برخی موضوعات، هرچند پرصدا، ارزش بخشی از عمرش را ندارند و برخی اشخاص، هرچند آرام، سزاوار حضور عمیق ترند. او درمی یابد که فراموش کردن هر خبر نشانه ناآگاهی نیست و آگاه بودن از همه چیز نیز نشانه خرد نیست.

حکمت توجه در انتخاب نهفته است؛ در توانایی تشخیص اینکه چه چیزی اکنون مهم است، چه چیزی می تواند منتظر بماند، چه چیزی باید به دیگری سپرده شود و چه چیزی اساساً نباید وارد ذهن گردد. این حکمت با یک تصمیم نهایی به دست نمی آید؛ تمرینی دائمی است. زندگی تغییر می کند، مسئولیت ها جابه جا می شوند و موضوعی که امروز شایسته توجه است، ممکن است فردا اهمیت خود را از دست بدهد. حاکمیت بر توجه نه برنامه ای خشک، بلکه توان بازنگری در اولویت هاست.

انسانی که ارزش سرمایه توجه خود را می‌شناسد، از جهان نمی‌گریزد، بلکه رابطه خود را با آن تغییر می‌دهد. او هنوز خبر می‌خواند، گفتگو می‌کند، تفریح می‌کند، کار می‌کند و به دیگران پاسخ می‌دهد، اما میان دعوت و الزام تفاوت می‌گذارد. هر صدای بلند را مهم نمی‌پندارد، هر امر فوری را ضروری نمی‌داند و هر موج جمعی را نشانه حقیقت تلقی نمی‌کند. او گاه آگاهانه تصمیم می‌گیرد به مسئله‌ای دشوار و کم‌جاذبه توجه کند، زیرا می‌داند آینده‌اش به همان مسئله وابسته است.

در سطح ملی نیز جامعه‌ای که ارزش توجه خود را می‌شناسد، اجازه نمی‌دهد همه اولویت‌هایش با حادثه، تبلیغات یا بحران تعیین شوند. چنین جامعه‌ای می‌تواند به رویدادهای فوری پاسخ دهد، اما مسیر بلندمدت خود را فراموش نمی‌کند. می‌تواند اختلاف سیاسی داشته باشد، اما آموزش، علم، قانون و رفاه را قربانی نزاع دائمی نمی‌سازد. می‌تواند گذشته را به یاد آورد، اما تمام زندگی خود را در سوگواری و کینه تاریخی متوقف نمی‌کند. می‌تواند از خطر آگاه باشد، اما اجازه نمی‌دهد ترس، تنها زبان سیاست و فرهنگ شود.

سرمایه توجه، سرمایه‌ای است که آینده از آن ساخته می‌شود. هر طرح بزرگ، پیش از آنکه به بودجه، سازمان یا بنا تبدیل شود، مدتی در ذهن انسان‌ها زندگی کرده است. کسی آن را جدی گرفته، دیگری به آن اندیشیده، گروهی برایش وقت گذاشته و جامعه‌ای پذیرفته است که بخشی از توجه خود را به تحقق آن اختصاص دهد. هیچ آینده‌ای بدون این مرحله نامرئی ساخته نمی‌شود. پیش از هر تحول بیرونی، تغییر در نظم توجه رخ می‌دهد.

به همین دلیل، نخستین نشانه آغاز یک تحول ملی آن نیست که همه پاسخ‌ها آماده شده باشند؛ آن است که جامعه پرسش‌های درست را به مرکز توجه بازگرداند. ایران زمانی مسیر تازه‌ای را آغاز خواهد کرد که توجه عمومی از بقای حکومت به بقای ملت، از ایدئولوژی به زندگی، از دشمن‌سازی به سازندگی، از مرگ به آینده و از واکنش به انتخاب منتقل شود. این جابه‌جایی خود تحول نیست، اما شرط آغاز آن است.

در زندگی فردی نیز تغییر هنگامی آغاز می‌شود که انسان متوجه شود سرمایه‌اش کجا مصرف می‌شود. پیش از آنکه برنامه‌ای تازه بنویسد یا ابزاری را حذف کند، باید نقشه توجه خود را ببیند. چه چیزی نخستین اندیشه صبح اوست؟ چه موضوعی در لحظه‌های سکوت به ذهنش بازمی‌گردد؟ چه کسی بیش از اندازه در جهان درونی او حضور دارد؟ چه کار مهمی به دلیل فوریت‌های کوچک پیوسته به تعویق می‌افتد؟ پاسخ این پرسش‌ها تصویر واقعی‌تری از زندگی او به دست می‌دهد تا فهرست دارایی‌ها، عنوان شغلی یا آنچه درباره خود می‌گوید.

ما با آنچه دوست داریم شناخته نمی‌شویم، بلکه بیشتر با آنچه عملاً به آن توجه می‌کنیم ساخته می‌شویم. ممکن است کسی بگوید خانواده برایش مهم‌ترین است، اما بهترین ساعات روز و بیشترین حضور ذهنی خود را به کار یا صفحه نمایش اختصاص دهد. ممکن است جامعه‌ای علم را ارزش بداند، اما بودجه، احترام و توجه عمومی را به موضوعات دیگری بدهد. فاصله میان ارزش‌های اعلام‌شده و توجه واقعی، یکی از صادقانه‌ترین معیارهای شناخت فرد و جامعه است.

توجه دروغ نمی‌گوید. ممکن است انسان درباره اولویت‌های خود سخنان زیبا بگوید، اما آنچه زمان و ذهنش را اشغال کرده، اولویت عملی او را آشکار می‌سازد. ممکن است حکومتی رفاه مردم را هدف خود بنامد، اما اگر بیشتر انرژی، بودجه و رسانه‌اش به

حفظ ایدئولوژی و مقابله با مخالفان اختصاص یابد، نظم توجه آن حقیقت دیگری را نشان می‌دهد. بررسی اینکه یک فرد، سازمان یا حکومت به چه چیزی توجه می‌کند، گاه از بررسی سخنان رسمی آن آموزنده‌تر است.

فصل نخست، توجه را نخستین قلمرو آزادی انسان دانست. این فصل گام دیگری برداشته و آن را سرمایه‌ای معرفی کرده است که تمام شکل‌های رشد، رابطه، شناخت، اخلاق و تمدن به آن وابسته‌اند. آزادی بدون سرمایه‌ای که با آن بتوان اندیشید و انتخاب کرد، در سطح امکان باقی می‌ماند. توجه همان نیرویی است که آزادی را از حق روی کاغذ به تجربه‌ای زنده تبدیل می‌کند.

اما هر سرمایه ارزشمند، بازاری نیز پیرامون خود ایجاد می‌کند. هنگامی که توجه انسان توان تولید درآمد، اعتبار، نفوذ و قدرت را پیدا می‌کند، دیگر تنها دارایی شخصی او باقی نمی‌ماند؛ شرکت‌ها، رسانه‌ها، سیاستمداران و فناوری‌ها برای به دست آوردن سهمی از آن وارد رقابت می‌شوند. خدماتی عرضه می‌شود که بهای ظاهری ندارند، اما از زمان و ذهن کاربران تغذیه می‌کنند. رفتار انسان اندازه‌گیری، پیش‌بینی و به خریداران فروخته می‌شود. از همین‌جا، توجه از قلمرو آزادی و سرمایه فردی وارد قلمرو بازار می‌شود.

پرسش فصل بعد این خواهد بود که این بازار چگونه شکل گرفته است، چه چیزی در آن خرید و فروش می‌شود و چرا انسانی که خود را استفاده‌کننده یک خدمت می‌داند، ممکن است در واقع محصول اصلی آن باشد. برای پاسخ به این پرسش، باید از ارزش توجه فراتر رویم و سازوکارهایی را ببینیم که این ارزش را استخراج، بسته‌بندی و به ثروت و قدرت تبدیل می‌کنند.

آنچه انسان به آن توجه می‌کند، تنها روز او را پر نمی‌کند؛ زندگی او را می‌سازد. آنچه یک ملت به آن توجه می‌کند، تنها موضوع گفت‌وگوی روزانه‌اش نیست؛ مسیر تاریخش را تعیین می‌کند. سرمایه توجه در سکوت مصرف می‌شود، اما آثار آن در شخصیت انسان، فرهنگ جامعه و سرنوشت کشور آشکار می‌گردد. حفاظت از این سرمایه، حفاظت از همان امکانی است که هر آینده انسانی از آن آغاز می‌شود.

فصل سوم

بازار توجه؛ اقتصادی که کالای آن انسان است

بازارها همیشه در پیرامون کمبود شکل می‌گیرند. هرچا چیزی محدود و در همان حال خواستنی باشد، میل به مالکیت، مبادله و کسب سود نیز پدید می‌آید. در گذشته، زمین حاصلخیز، آب، نمک، ادویه، فلزات گران‌بها، نیروی کار، سوخت و سرمایه مالی، هر یک در دوره‌ای به مرکز مبادلات اقتصادی و رقابت‌های سیاسی تبدیل شده‌اند. انقلاب صنعتی با ماشین، کارخانه و انرژی شکل گرفت؛ اقتصاد مدرن با سرمایه، تولید انبوه و مصرف گسترش یافت؛ و عصر اطلاعات، داده و دانش را به منابعی تازه برای خلق ثروت بدل کرد. اما در جهانی که اطلاعات دیگر کمیاب نیست و تولید محتوا با سرعتی بی‌سابقه افزایش یافته است، منبع اصلی کمبود تغییر کرده است. امروز، کمیاب‌ترین عنصر نه اطلاعات، بلکه توان انسان برای توجه کردن به آن است.

هر روز میلیون‌ها خبر، تصویر، پیام، ویدئو، آگهی، موسیقی، بازی، تحلیل و روایت برای دیده شدن منتشر می‌شوند. هیچ انسانی نمی‌تواند حتی بخش ناچیزی از این حجم را دریافت و پردازش کند. در نتیجه، رقابت دیگر تنها بر سر تولید محتوا نیست؛ بر سر عبور از دروازه ذهن انسان است. هر تولیدکننده، رسانه، شرکت، هنرمند، سیاستمدار یا پلتفرم می‌کوشد از میان انبوه صداهای موجود، لحظه‌ای نگاه، شنیدن یا کنجکاوی مخاطب را به دست آورد. همین لحظه کوتاه، هنگامی که در مقیاس میلیون‌ها انسان تکرار می‌شود، می‌تواند به درآمد، شهرت، اعتبار، نفوذ و قدرت سیاسی تبدیل گردد. بازار توجه از همین‌جا آغاز می‌شود: جایی که زمان و تمرکز انسان به منبعی برای تولید ارزش اقتصادی و اجتماعی تبدیل می‌شوند.

در بازارهای سنتی، کالایی مشخص میان فروشنده و خریدار مبادله می‌شود. مشتری وارد فروشگاه می‌شود، قیمت را می‌بیند، کالا یا خدمت را انتخاب می‌کند و در برابر آن پول می‌پردازد. شرایط معامله، دست‌کم در ظاهر، روشن است. اما در بازار توجه، نقش‌ها به این سادگی قابل تشخیص نیستند. فرد وارد شبکه‌ای اجتماعی، موتور جست‌وجو یا پلتفرمی برای تماشای ویدئو می‌شود و احساس می‌کند از خدمتی رایگان استفاده می‌کند. او پول مستقیمی نمی‌پردازد و بنابراین ممکن است تصور کند که چیزی نخریده و چیزی نفروخته است. در واقع، معامله‌ای انجام شده، اما پول رایج آن توجه، رفتار و اطلاعات شخصی اوست.

این همان چیزی است که می‌توان «معامله پنهان توجه» نامید. پنهان بودن آن الزاماً به معنای مخفی بودن کامل نیست. بسیاری از کاربران می‌دانند که پلتفرم‌ها از تبلیغات درآمد دارند و اطلاعاتی درباره رفتار آنان جمع‌آوری می‌کنند، اما دانستن کلی یک سازوکار با درک کامل ارزش و پیامد آن یکسان نیست. کمتر کسی هنگام باز کردن یک برنامه از خود می‌پرسد که در برابر این خدمت، چه مقدار از زمان، تمرکز، عادت، ترجیحات و زندگی خصوصی خود را واگذار خواهد کرد. معامله نه در لحظه‌ای واحد، بلکه در هزاران تعامل کوچک شکل می‌گیرد؛ مکث روی یک تصویر، پسندیدن یک پیام، جست‌وجوی یک واژه، عبور از یک ویدئو، بازگشت در ساعتی معین و حتی سرعت حرکت انگشت روی صفحه، همگی داده‌هایی هستند که تصویر دقیق‌تری از انسان می‌سازند.

در ظاهر، کاربر چیزی را می‌بیند؛ در سطحی عمیق‌تر، خود او نیز دیده می‌شود. نگاه او اندازه‌گیری می‌گردد، عادت‌هایش ثبت می‌شود، احساساتش از روی رفتار احتمالی برآورد می‌شود و الگوهای زندگی‌اش به مدلی قابل پیش‌بینی تبدیل می‌گردد. پلتفرم از کاربر نمی‌پرسد که چرا مطلبی را دوست داشته یا چرا در برابر تصویری مکث کرده است؛ سامانه به پاسخ فلسفی یا اخلاقی نیاز ندارد.

برای آن کافی است بدانند چه چیزی احتمال ماندن، واکنش نشان دادن، خریدن یا بازگشتن را افزایش می‌دهد. انسان در این فرایند از فردی پیچیده با خاطره، ارزش، تردید و اراده، به مجموعه‌ای از احتمال‌ها تبدیل می‌شود.

این تبدیل، بنیاد اقتصادی بازار توجه را می‌سازد. پلتفرم‌ها به آگهی‌دهندگان وعده می‌دهند که پیام آنان را نه به جمعی نامشخص، بلکه به کسانی نشان دهند که احتمال بیشتری دارد به آن واکنش نشان دهند. هرچه اطلاعات رفتاری دقیق‌تر باشد، امکان هدف‌گیری تبلیغ نیز بیشتر می‌شود. در گذشته، آگهی یک محصول در روزنامه یا تلویزیون به مخاطبانی گسترده نمایش داده می‌شد و بخش بزرگی از آنان ممکن بود علاقه‌ای به آن نداشته باشند. در مدل جدید، سامانه می‌کوشد سن، محل زندگی، علایق، وضعیت خانوادگی، توان مالی، گرایش‌های سیاسی، نگرانی‌ها و حتی زمان مناسب برای اثرگذاری بر فرد را تشخیص دهد. تبلیغ دیگر تنها پیامی عمومی نیست؛ مداخله‌ای شخصی‌سازی‌شده در لحظه‌ای محاسبه‌شده است.

برای آنکه این مدل سودآور بماند، پلتفرم باید دو کار انجام دهد: نخست، کاربر را بازگرداند؛ و دوم، او را تا حد ممکن نگه دارد. هر دقیقه حضور بیشتر، فرصت بیشتری برای نمایش تبلیغ، گردآوری داده و اصلاح مدل پیش‌بینی ایجاد می‌کند. بنابراین، مسئله اصلی طراحی، الزاماً رضایت عمیق، رشد ذهنی یا آرامش کاربر نیست؛ مسئله افزایش احتمال ادامه حضور است. ممکن است رضایت به ماندن کمک کند، اما خشم، اضطراب، کنجکاوی، حسادت، ترس از عقب ماندن و نیاز به تأیید نیز می‌توانند همان هدف را برآورده سازند. بازار توجه از هر احساسی که کاربر را به بازگشت وادارد، ارزش استخراج می‌کند.

اینجاست که تفاوت میان «ارزش برای انسان» و «ارزش برای سامانه» آشکار می‌شود. آنچه برای کاربر ارزشمند است، ممکن است آرامش، فهم، ارتباط، آموزش یا سرگرمی سالم باشد؛ اما آنچه برای سامانه ارزش دارد، قابلیت نگه داشتن و پیش‌بینی رفتار اوست. این دو گاه همسو هستند و گاه در تعارض قرار می‌گیرند. پلتفرمی آموزشی می‌تواند هم به کاربر سود برساند و هم درآمد کسب کند، اما حتی آن نیز ممکن است برای حفظ تعامل، محتوا را کوتاه‌تر، ساده‌تر یا هیجان‌انگیزتر کند. شبکه‌ای اجتماعی می‌تواند ارتباط میان خانواده‌ها و دوستان دور از یکدیگر را آسان سازد، اما همان ابزار ممکن است محتواهایی را برجسته کند که واکنش بیشتری برمی‌انگیزند، نه آنهایی را که برای زندگی و فهم انسان مفیدترند.

در بسیاری از صنایع، تولیدکننده می‌کوشد کالایی بسازد که مشتری به آن نیاز دارد یا از آن لذت می‌برد. در بازار توجه، طراحی یک گام فراتر می‌رود: گاه نه تنها نیاز پاسخ داده می‌شود، بلکه عادت و میل نیز ساخته می‌شوند. سامانه از رفتار پیشین انسان می‌آموزد و سپس محیطی فراهم می‌کند که احتمال تکرار همان رفتار افزایش یابد. پاداش‌های کوچک، متغیر و پیش‌بینی‌ناپذیر، مانند دریافت پسند، دیدن پیام تازه یا یافتن ویدئوی جذاب، انسان را به بررسی دوباره صفحه ترغیب می‌کنند. او هر بار مطمئن نیست چه خواهد یافت و همین عدم قطعیت، کشش بازگشت را افزایش می‌دهد.

در این میان، طراحی بصری و رفتاری نقشی اساسی دارد. رنگ اعلان، جایگاه دکمه‌ها، حرکت خودکار تصویر، بخش بی‌وقفه ویدئو، ناپدید شدن برخی محتواها پس از زمانی محدود و پیشنهاد بی‌پایان مطالب تازه، همگی تصمیم‌هایی خنثی یا صرفاً زیباشناختی نیستند. آنها نحوه حرکت توجه را تنظیم می‌کنند. هنگامی که ویدئوی بعدی بدون درخواست روشن کاربر آغاز می‌شود، سامانه تصمیمی را که می‌توانست به پایان فعالیت منجر شود، از میان برمی‌دارد. وقتی جریان محتوا پایان مشخصی ندارد، نقطه طبیعی

توقف نیز ناپدید می‌شود. در گذشته، پایان یک فصل، برنامه یا شماره روزنامه به انسان علامت می‌داد که زمان توقف رسیده است؛ در جریان بی‌پایان دیجیتال، همیشه مطلب دیگری وجود دارد.

این «بی‌پایانی» یکی از ویژگی‌های بنیادی بازار توجه است. جهان واقعی محدودیت‌های آشکاری دارد. فروشگاه بسته می‌شود، کتاب به پایان می‌رسد، فیلم تمام می‌شود و گفت‌وگو زمانی خاتمه می‌یابد. اما پلتفرم دیجیتال می‌تواند محتوا را بی‌وقفه ادامه دهد و هر لحظه نسخه‌ای تازه از همان چیزی ارائه کند که احتمال می‌دهد کاربر دوست داشته باشد. این فراوانی ظاهراً آزادی انتخاب را افزایش می‌دهد، اما می‌تواند توان پایان دادن را کاهش دهد. فرد نه به این دلیل که هنوز چیزی مشخص می‌خواهد، بلکه به سبب وعده مبهم یافتن چیزی بهتر، به حرکت ادامه می‌دهد.

بازار توجه از امید کوچک به کشف بعدی تغذیه می‌کند. شاید پیام بعدی مهم باشد، ویدئوی بعدی سرگرم‌کننده‌تر باشد، خبر بعدی پاسخی برای نگرانی ما داشته باشد یا واکنش تازه‌ای به نوشته ما رسیده باشد. این «شاید» انسان را در مدار نگه می‌دارد. او هر بار پاداش بزرگی دریافت نمی‌کند، اما احتمال دریافت آن کافی است تا دوباره تلاش کند. همان‌گونه که برخی بازی‌ها و قمارها با پاداش‌های نامنظم رفتار را تقویت می‌کنند، جریان دیجیتال نیز می‌تواند از عدم قطعیت به عنوان نیروی برای حفظ توجه بهره گیرد.

با این همه، نباید بازار توجه را به توطئه‌ای ساده فروکاست که در آن گروهی اندک آگاهانه تصمیم گرفته‌اند ذهن همه انسان‌ها را تصرف کنند. واقعیت پیچیده‌تر است. بسیاری از پلتفرم‌ها با هدفی مفید آغاز شده‌اند: آسان کردن ارتباط، دسترسی به دانش، یافتن اطلاعات، اشتراک‌گذاری تجربه یا ایجاد جامعه. مشکل زمانی پدید آمده است که مدل اقتصادی آنان به رشد دائمی، افزایش تعامل و درآمد تبلیغاتی وابسته شده است. هنگامی که موفقیت با تعداد کاربران، مدت حضور و میزان واکنش سنجیده می‌شود، کل سازمان به سوی طراحی‌ای حرکت می‌کند که همین شاخص‌ها را افزایش دهد، حتی اگر هیچ فردی به تنهایی قصد آسیب زدن نداشته باشد.

این نکته اهمیت ساختار را نشان می‌دهد. رفتار سازمان‌ها تنها از نیت افراد سرچشمه نمی‌گیرد؛ معیارهای پاداش و موفقیت نیز مسیر آنها را تعیین می‌کنند. اگر درآمد شرکتی با زمان حضور کاربر افزایش یابد، بخش‌های طراحی، مهندسی، بازاریابی و مدیریت همگی برای افزایش همین زمان تلاش خواهند کرد. اگر محتوای جنجالی واکنش بیشتری ایجاد کند، الگوریتم حتی بدون داشتن عقیده سیاسی یا اخلاقی، آن را بیشتر توزیع می‌کند. سامانه به حقیقت، خیر یا زیبایی علاقه‌ای ندارد؛ هدفی را که برایش تعریف شده دنبال می‌کند. اگر هدف، افزایش تعامل باشد، هر چیزی که تعامل ایجاد کند ارزش عملی بیشتری پیدا می‌کند.

در اینجا، الگوریتم به دلال بازار توجه تبدیل می‌شود. الگوریتم تصمیم می‌گیرد چه چیزی در برابر چه کسی و در چه زمانی ظاهر شود. این تصمیم گاه بر اساس رفتار جمعی، گاه بر اساس سابقه فرد و گاه بر اساس اهداف تجاری یا سیاست‌های پلتفرم انجام می‌شود. کاربر تصور می‌کند در حال مشاهده جهان است، اما آنچه می‌بیند، انتخابی از جهان است؛ انتخابی که سامانه آن را براساس احتمال جلب توجه او مرتب کرده است. این تفاوت بنیادین است. صفحه پیش روی ما پنجره‌ای بی‌طرف به واقعیت نیست؛ ویرینی شخصی‌سازی‌شده است که برای نگه داشتن نگاه ما چیده شده است.

شخصی سازی در آغاز آسایش ایجاد می کند. به جای جست و جو در میان انبوه مطالب، کاربر چیزهایی را می بیند که به علایقش نزدیک اند. موسیقی مورد علاقه، خبرهای مرتبط، دوستان قدیمی و موضوعات تخصصی سریع تر در دسترس قرار می گیرند. اما همین آسایش می تواند مرز جهان ذهنی را تنگ کند. اگر سامانه پیوسته آنچه را با رفتار و باور گذشته ما سازگار است پیشنهاد دهد، فرصت برخورد با دیدگاه تازه کاهش می یابد. انسان در محیطی قرار می گیرد که انتخاب های پیشینش را بازتاب می دهد و تقویت می کند. به تدریج، آنچه او می بیند نه تصویری از تنوع جهان، بلکه تصویری از گرایش های خود اوست.

این وضعیت می تواند احساس اطمینان کاذب ایجاد کند. فرد تصور می کند «همه» درباره موضوعی خاص چنین می اندیشند، زیرا بیشتر مطالبی که می بیند همان دیدگاه را تکرار می کنند. مخالفان یا دیده نمی شوند یا در قالب هایی افراطی و ناخوشایند ظاهر می گردند. تفاوت نظر از تجربه ای طبیعی در جامعه به نشانه ای از جهالت، فساد یا دشمنی تبدیل می شود. بازار توجه از این قطبی شدن سود می برد، زیرا اختلاف شدید، واکنش شدید ایجاد می کند و واکنش شدید به معنای زمان حضور بیشتر است.

در فضای قطبی، انسان تنها مصرف کننده محتوا نیست؛ خود به تولیدکننده ای رایگان تبدیل می شود. او با نوشتن، باز نشر کردن، بحث کردن، دفاع کردن و حمله کردن، جریان تازه ای از محتوا می سازد که پلتفرم می تواند آن را به دیگران عرضه کند. کاربر هم زمان مخاطب، تولیدکننده، موضوع تحلیل و کالای قابل عرضه است. او برای ایجاد محتوایی که پلتفرم از آن درآمد کسب می کند دستمزدی دریافت نمی کند؛ پاداش او اغلب توجه دیگران است. به این ترتیب، بازار توجه چرخه ای کامل می سازد: انسان محتوا تولید می کند تا توجه بگیرد، با دیدن محتوای دیگران توجه می پردازد و پلتفرم از جریان میان این دو ارزش اقتصادی استخراج می کند.

این نظام، نوع تازه ای از کار را نیز پدید آورده است؛ کاری که مرز میان حرفه و زندگی شخصی را محو می کند. تولیدکنندگان محتوا، روزنامه نگاران مستقل، هنرمندان، استادان و حتی شهروندان عادی برای حفظ حضور خود ناچارند پیوسته چیزی منتشر کنند. سکوت طولانی می تواند به فراموش شدن بینجامد و کاهش تعامل، جایگاه محتوا را در الگوریتم پایین آورد. بنابراین، فرد تنها اثر تولید نمی کند؛ باید خود را نیز به طور دائم در معرض دید نگه دارد. زندگی او به ماده اولیه محتوا تبدیل می شود و مرز میان تجربه کردن یک لحظه و ثبت آن برای دیده شدن از میان می رود.

سفر، غذا، رابطه، بیماری، موفقیت، اندوه و حتی سوگواری می توانند به محتوایی برای جلب توجه تبدیل شوند. این امر همیشه سطحی یا نادرست نیست؛ اشتراک تجربه می تواند همدلی و ارتباط ایجاد کند. اما هنگامی که نگاه احتمالی دیگران در لحظه تجربه حضور دائمی پیدا می کند، انسان ممکن است زندگی را نه برای خود، بلکه برای نمایش آن زندگی کند. به جای آنکه از خود بپرسد چه احساسی دارد، می اندیشد این تجربه چگونه دیده خواهد شد. دورین تنها رویداد را ثبت نمی کند؛ می تواند نحوه تجربه کردن آن را نیز تغییر دهد.

در بازار توجه، هویت نیز به محصولی قابل مدیریت تبدیل می شود. فرد می آموزد تصویری منسجم، جذاب و قابل شناخت از خود ارائه دهد. او برخی جنبه های شخصیتش را برجسته و برخی را پنهان می کند تا در ذهن مخاطب جایگاه مشخصی پیدا کند. این فرایند در زندگی حرفه ای و عمومی تا اندازه ای طبیعی است؛ انسان ها همیشه چهره ای اجتماعی از خود ساخته اند. اما محیط

دیجیتال فشار برای تبدیل هویت به «برند» را افزایش داده است. برند باید قابل تشخیص، پیوسته و فعال باشد، در حالی که انسان واقعی متناقض، در حال تغییر و گاه نیازمند سکوت است.

فردی که هویت خود را به توجه دیگران پیوند می‌زند، ممکن است به تدریج اسیر انتظاری شود که خود در شکل دادن آن نقش داشته است. اگر با خشم دیده شده، باید خشم بیشتری تولید کند؛ اگر با زندگی تجملی شناخته شده، باید تصویر آن را حفظ نماید؛ اگر نقش متخصصی قطعی را پذیرفته، اعتراف به تردید یا ناآگاهی برایش دشوار می‌شود. بازار توجه نه تنها محتوا، بلکه شخصیت قابل عرضه می‌طلبد. این بازار به سادگی نمی‌پذیرد که انسان مدتی خاموش شود، نظرش را تغییر دهد یا از نقشی که برایش سودآور بوده فاصله بگیرد.

در نتیجه، توجه می‌تواند به قفسی ساخته‌شده از تأیید تبدیل شود. کسی که میلیون‌ها نگاه را گرد آورده است، ظاهراً قدرت دارد، اما ممکن است بیش از دیگران به حفظ آن وابسته باشد. کاهش توجه برای او تنها افت آماری نیست؛ می‌تواند به کاهش درآمد، اعتبار و احساس ارزش شخصی بینجامد. بنابراین، تولیدکننده و مخاطب هر دو در نظامی گرفتار می‌شوند که از بازگشت مداوم آنان سود می‌برد. یکی برای دیده شدن و دیگری برای دیدن بازی‌گر در و پلتفرم میان این دو، بازار را زنده نگه می‌دارد.

بازار توجه برای اندازه‌گیری ارزش به شاخص نیاز دارد. شمار بازدید، پسند، دنبال‌کننده، مدت تماشاء، نرخ کلیک و میزان اشتراک‌گذاری به واحدهای این بازار تبدیل شده‌اند. مزیت این شاخص‌ها آن است که قابل اندازه‌گیری‌اند؛ مدیر و تبلیغ‌کننده می‌توانند بدانند چه چیزی تا چه اندازه دیده شده است. اما خطر از جایی آغاز می‌شود که آنچه قابل اندازه‌گیری است با آنچه ارزشمند است یکی پنداشته شود. شمار بالای بازدید ممکن است نشان‌دهنده کنجکاو، خشم، رسوایی یا حتی نفرت باشد، نه کیفیت یا حقیقت. مطلبی عمیق ممکن است مخاطبان کمتری داشته باشد، اما اثری ماندگارتر بر آنان بگذارد.

آمار می‌تواند گستره توجه را اندازه بگیرد، اما عمق آن را به سادگی نشان نمی‌دهد. هزاران نفر ممکن است عنوانی را ببینند و لحظه‌ای بعد فراموش کنند، در حالی که چند نفر متنی را با دقت بخوانند و مسیر فکری یا زندگی‌شان تغییر کند. بازار تبلیغات معمولاً به تعداد نگاه‌ها علاقه بیشتری دارد، زیرا فروش در مقیاس بزرگ به دسترسی گسترده وابسته است. اما فرهنگ، آموزش و اندیشه نمی‌توانند تنها با همان معیار سنجیده شوند. ارزش یک کتاب فلسفی، شعر یا پژوهش علمی الزاماً در شمار سریع واکنش‌ها نیست؛ گاه اثر واقعی آن پس از سال‌ها آشکار می‌شود.

با غلبه معیارهای بازار توجه، تولیدکنندگان محتوا ناچار می‌شوند خود را با ذائقه اندازه‌گیری‌پذیر هماهنگ کنند. عنوان‌ها کوتاه‌تر و هیجان‌انگیزتر می‌شوند، استدلال‌ها به قطعات کوچک تقسیم می‌گردند، پیچیدگی جای خود را به قطعیت می‌دهد و ابهام که بخشی طبیعی از اندیشه عمیق است، به عنوان ضعف کنار گذاشته می‌شود. محتوا باید در چند ثانیه مخاطب را متوقف کند، زیرا اگر نتواند، گزینه‌های بی‌شمار دیگری در انتظارند. به این ترتیب، شکل بازار به شکل اندیشه فشار می‌آورد.

زبان نیز زیر تأثیر این فشار تغییر می‌کند. واژه‌های تند، داوری‌های قطعی و تضادهای ساده بیشتر دیده می‌شوند. جمله‌ای که دشمن و قهرمان را روشن مشخص می‌کند، از توضیحی که پیچیدگی را می‌پذیرد جذاب‌تر است. شبکه‌های اجتماعی از کاربر واکنش فوری

می‌خواهند، در حالی که فهم واقعی گاه مستلزم مکث، تحقیق و به تعویق انداختن داوری است. انسان به تدریج می‌آموزد که نظر داشتن از فهمیدن مهم‌تر و سریع بودن از دقیق بودن ارزشمندتر است.

در چنین فضایی، خشم به یکی از سودآورترین کالاها تبدیل می‌شود. خشم توجه را متمرکز می‌کند، انگیزه واکنش ایجاد می‌نماید و احتمال بازنشر را افزایش می‌دهد. فرد خشمگین نه تنها محتوا را می‌بیند، بلکه آن را به دیگران نشان می‌دهد و برای دفاع یا حمله به گفت‌وگو بازمی‌گردد. پلتفرم لزوماً خشم را به دلیل محتوای اخلاقی یا سیاسی آن ترجیح نمی‌دهد؛ خشم از نظر رفتاری سودمند است. این بی‌تفاوتی سامانه نسبت به معنای احساس، یکی از خطرناک‌ترین ویژگی‌های بازار توجه است.

ترس نیز چنین نقشی دارد. انسان به طور طبیعی به نشانه‌های خطر توجه می‌کند، زیرا بقای او در طول تاریخ به همین توانایی وابسته بوده است. رسانه و سیاست می‌توانند با فعال کردن این حساسیت، نگاه جامعه را برای مدت طولانی در اختیار بگیرند. خطر ممکن است واقعی باشد، اما نحوه ارائه آن می‌تواند اندازه، احتمال و فوریتش را دگرگون سازد. اگر هر حادثه به عنوان تهدیدی وجودی عرضه شود، ذهن در حالت آماده‌باش دائمی باقی می‌ماند. این حالت نه تنها توجه را حفظ می‌کند، بلکه قدرت داوری آرام را نیز کاهش می‌دهد.

در بازار توجه، حقیقت همیشه در موقعیت برتر قرار ندارد. حقیقت اغلب پیچیده، محدود و همراه با عدم قطعیت است، در حالی که دروغ می‌تواند ساده، هیجان‌انگیز و دقیقاً مطابق میل یا ترس مخاطب ساخته شود. حقیقت ناچار است به شواهد، زمینه و استدلال وفادار بماند؛ دروغ از این محدودیت‌ها آزاد است. اگر معیار توزیع محتوا واکنش باشد، نه اعتبار، دروغی که احساس بیشتری برمی‌انگیزد می‌تواند سریع‌تر از حقیقت گسترش یابد.

اصلاح اطلاعات نادرست نیز همیشه اثر اولیه آن را از میان نمی‌برد. انسان ممکن است خبر کذب را در لحظه‌ای پرهیجان ببیند و بعداً تکذیبی آرام و کم‌جاذبه دریافت کند. تصویر یا احساس نخستین در حافظه باقی می‌ماند، حتی اگر ذهن آگاه آن را نادرست بداند. افزون بر آن، تکذیب خود می‌تواند خبر را دوباره به مرکز توجه بازگرداند. در بازار توجه، حتی مخالفت با یک ادعا ممکن است به افزایش عمر آن کمک کند. این همان جایی است که توجه منفی نیز به ارزش تبدیل می‌شود.

کسی که به شدت مورد انتقاد قرار می‌گیرد، ممکن است از نظر اخلاقی یا سیاسی آسیب ببیند، اما هم‌زمان نام و حضورش در فضای عمومی افزایش یابد. چهره‌های جنجالی به‌خوبی از این تناقض استفاده می‌کنند. آنها سخنی می‌گویند که موجی از اعتراض ایجاد می‌کند، سپس از اعتراض مخالفان برای بازگشت دوباره به صحنه بهره می‌برند. هر محکومیت، نقل قول و پاسخ، آنان را در مرکز گفت‌وگو نگه می‌دارد. بازار توجه میان ستایش و نفرت تفاوت کامل نمی‌گذارد؛ آنچه اهمیت دارد، میزان حضور در ذهن مردم است.

این امر سیاست را نیز تغییر داده است. سیاستمدار سنتی برای جلب رأی به سازمان، برنامه، سخنرانی و ارتباط با گروه‌های اجتماعی نیاز داشت. سیاستمدار عصر توجه باید توانایی تولید رویداد رسانه‌ای داشته باشد. جمله‌ای غیرمنتظره، حمله‌ای لفظی یا اقدامی نمادین می‌تواند بیش از طرحی دقیق درباره اقتصاد یا آموزش توجه جلب کند. رسانه نیز به دلیل رقابت برای مخاطب،

ممکن است همان چهره را بارها پوشش دهد، حتی اگر با او مخالف باشد. در نتیجه، کسی که قواعد جلب توجه را بهتر می‌شناسد، می‌تواند سهمی از قدرت سیاسی به دست آورد که با کیفیت سیاست‌گذاری او تناسبی ندارد.

دموکراسی در چنین فضایی با پرسشی تازه روبه‌رو می‌شود. اگر انتخاب شهروندان بر پایه موضوعاتی شکل گیرد که بیشترین قابلیت جلب توجه را دارند، نه لزوماً مهم‌ترین مسائل عمومی، آیا فرایند سیاسی همچنان اولویتهای واقعی جامعه را بازتاب می‌دهد؟ اگر سیاستمدار با ایجاد بحران رسانه‌ای بتواند ضعف عملکرد خود را از مرکز توجه خارج کند، پاسخ‌گویی چگونه حفظ خواهد شد؟ اگر گروه‌های ثروتمند بتوانند با خرید تبلیغات و دسترسی به داده، توجه رأی‌دهندگان را به‌طور دقیق هدف قرار دهند، برابری سیاسی چه معنایی خواهد داشت؟

در دموکراسی‌های سنتی، نگرانی اصلی آن بود که دولت اطلاعات را سانسور کند یا رسانه‌ای خاص انحصار خبر را در اختیار گیرد. در عصر دیجیتال، مشکل می‌تواند صورت دیگری داشته باشد: اطلاعات فراوان است، اما توجه به شکلی نامتوازن توزیع می‌شود. حقیقت ممکن است در دسترس باشد، اما در میان انبوه محتوا گم شود. شهروند از نظر حقوقی آزاد است، اما مسیر رسیدن او به اطلاعات تحت تأثیر الگوریتم‌ها، تبلیغات، شبکه دوستان و الگوهای رفتاری‌اش قرار دارد. سانسور جدید همیشه با حذف کامل عمل نمی‌کند؛ گاه با غرق کردن حقیقت در دریایی از صداهای رقیب انجام می‌شود.

حکومت‌های اقتدارگرا نیز این تحول را دریافته‌اند. آنان دیگر تنها به بستن روزنامه یا مسدود کردن سایت بسنده نمی‌کنند. می‌توانند با تولید انبوه روایت‌های متناقض، ایجاد حساب‌های جعلی، برجسته کردن موضوعات فرعی و تحریک نزاع میان گروه‌ها، فضای توجه را آشفته کنند. هدف همیشه متقاعد کردن مردم به یک روایت واحد نیست؛ گاه کافی است اعتماد به امکان شناخت حقیقت از میان برود. شهروندی که باور کند همه دروغ می‌گویند و هیچ حقیقتی قابل تشخیص نیست، از مشارکت خسته می‌شود و به زندگی خصوصی عقب‌نشینی می‌کند.

این شیوه از پروپاگاندا با شکل‌های قدیمی تفاوت دارد. تبلیغات سنتی می‌کوشید حقیقت رسمی را تکرار و مخالفان را خاموش کند. پروپاگاندا جدید می‌تواند هم‌زمان روایت‌های متعدد و حتی متناقض تولید کند. آنچه مهم است، حفظ آشفتگی و جلوگیری از تمرکز جامعه بر پرسش اصلی است. اگر مردم درباره جزئیات صدها ادعای متضاد بحث کنند، ممکن است از مسئله بنیادین، یعنی مسئولیت قدرت، دور شوند. بازار توجه در اینجا با سیاست اقتدارگرا پیوند می‌خورد: هر دو از پراکندگی، واکنش و ناپایداری ذهنی سود می‌برند.

تجربه جمهوری اسلامی نمونه روشنی از استفاده سیاسی از بازار توجه است. حکومت ایران از نخستین سال‌های استقرار خود کوشیده است فضای عمومی را با مجموعه‌ای از بحران‌ها، دشمنان، مناسبت‌ها، آیین‌ها و شعارهای دائمی پر کند. جنگ، توطئه خارجی، انقلاب جهانی، صدور ایدئولوژی، مسئله حجاب، برنامه هسته‌ای، درگیری منطقه‌ای و دشمنی با غرب، هر یک در دوره‌ای بخش بزرگی از توجه عمومی را اشغال کرده‌اند. برخی از این مسائل واقعیت خارجی داشته‌اند، اما نحوه برجسته‌سازی و استفاده از آنها همواره در خدمت حفظ مرکزیت حکومت بوده است.

حکومت تنها نمی‌خواهد مردم با آن موافق باشند؛ می‌خواهد حتی مخالفان نیز ناچار باشند پیوسته به آن واکنش نشان دهند. هر محدودیت تازه، سخن تهدیدآمیز، بازداشت یا بحران دیپلماتیک، موجی از توجه ایجاد می‌کند. جامعه خشمگین می‌شود، مخالفان پاسخ می‌دهند، رسانه‌ها تحلیل می‌کنند و حکومت بار دیگر در مرکز فضای ذهنی قرار می‌گیرد. به این ترتیب، نظام سیاسی از توجه مخالفان نیز بهره می‌برد. مخالفت ضروری است، اما اگر تمام دستور کار اپوزیسیون را رفتار روزانه حکومت تعیین کند، توان ساختن چشم‌اندازی مستقل کاهش می‌یابد.

یکی از موفقیت‌های نظام‌های ایدئولوژیک آن است که حتی زبان مخالفت را در چارچوب مفاهیم خود نگه می‌دارند. مخالفان ناچار می‌شوند درباره همان نمادها، شعارها و موضوعاتی سخن بگویند که حکومت تولید کرده است. انرژی آنان صرف تکذیب، اعتراض و پاسخ می‌شود، در حالی که کمتر فرصت می‌یابند تصویری روشن از جامعه مطلوب، نظام آموزشی آینده، سیاست اقتصادی، رابطه دولت و دین، حقوق شهروندی و فرهنگ پس از استبداد ارائه دهند. بازار سیاسی توجه به گونه‌ای تنظیم می‌شود که حکومت، حتی در مقام موضوع نفرت، همچنان مرکز گفت‌وگو باقی بماند.

بازپس‌گیری توجه در چنین شرایطی به معنای سکوت در برابر ظلم نیست. بی‌توجهی به سرکوب می‌تواند به سود سرکوبگر تمام شود. مسئله، یافتن تعادلی میان واکنش ضروری و حفظ دستور کار مستقل است. جامعه باید بتواند به نقض حقوق پاسخ دهد، اما هم‌زمان درباره آینده سخن بگوید؛ جنایت را ثبت کند، اما زندگی را به انتظار جنایت بعدی معلق نگذارد؛ حکومت را نقد کند، اما همه هویت خود را در مخالفت با آن خلاصه نکند. حاکمیت بر توجه سیاسی زمانی شکل می‌گیرد که ملت بتواند تعیین کند چه چیزی باید در مرکز گفت‌وگو باشد، نه آنکه هر روز از سوی قدرت به واکنش فراخوانده شود.

بازار توجه بر رابطه میان مرکز و حاشیه نیز اثر می‌گذارد. برخی مسائل به دلیل داشتن تصویر، چهره مشهور یا روایت ساده، آسان‌تر وارد مرکز می‌شوند. مسائل ساختاری مانند فرسایش خاک، افت کیفیت آموزش، ضعف نهادهای عمومی یا کاهش سرمایه اجتماعی، آرام و پیچیده‌اند و کمتر ظرفیت ایجاد موج فوری دارند. آنها ممکن است سال‌ها آینده یک کشور را تهدید کنند، اما در رقابت با حادثه‌ای جنجالی شکست بخورند. در نتیجه، جامعه غالباً زمانی به مسائل بنیادی توجه می‌کند که به مرحله بحران رسیده‌اند.

این تفاوت میان «مهم» و «جذاب» یکی از اساسی‌ترین مسائل بازار توجه است. بازار الزاماً آنچه را مهم‌تر است پاداش نمی‌دهد؛ آنچه را بیشتر دیده می‌شود پاداش می‌دهد. اگر جذابیت و اهمیت همسو باشند، مسئله‌ای وجود ندارد. اما هنگامی که از یکدیگر جدا شوند، منابع رسانه‌ای، پول و انرژی عمومی به سوی چیزی می‌روند که قابلیت جلب توجه بیشتری دارد، نه چیزی که اثر عمیق‌تری بر زندگی مردم دارد. این منطق می‌تواند آموزش، علم، سیاست و فرهنگ را به تدریج سطحی کند.

در آموزش، دانش‌آموز به محتوای عادت می‌کند که پیوسته محرک تازه عرضه می‌کند. کلاس، کتاب و مسئله‌ای دشوار نمی‌توانند با همان سرعت پاداش دهند. معلم ناچار می‌شود توجه را با ابزارهای سرگرم‌کننده‌تر جلب کند، اما این خطر وجود دارد که آموزش نیز به نمایش تبدیل شود. یادگیری واقعی همیشه لذت فوری ندارد. فهم ریاضیات، زبان، تاریخ یا فلسفه به تحمل دشواری، تکرار و تأخیر در پاداش نیاز دارد. اگر نظام توجه دانش‌آموز تنها با محرک سریع فعال شود، توان رویارویی با این دشواری کاهش می‌یابد.

دانشگاه و پژوهش نیز از فشار بازار توجه در امان نیستند. پژوهشگر ممکن است به جای مسئله‌ای مهم اما کم‌جاذبه، موضوعی را انتخاب کند که بیشتر دیده شود یا منابع مالی آسان‌تری جذب کند. عنوان‌های پژوهشی به زبان تبلیغاتی نزدیک می‌شوند و پیچیدگی نتایج در خبرهای کوتاه از میان می‌رود. دانشگاه برای حفظ حضور عمومی به تولید مداوم خبر و رتبه نیاز پیدا می‌کند و ارزش علمی با میزان دیده شدن اشتباه می‌شود. در این شرایط، حتی نهادهایی که باید در برابر شتاب بازار مقاومت کنند، ممکن است منطق همان بازار را بپذیرند.

هنر نیز میان دو نیاز قرار می‌گیرد: نیاز به مخاطب و نیاز به استقلال. هنرمند بدون دیده شدن نمی‌تواند اثر خود را به جامعه برساند و در بسیاری موارد از راه آن زندگی کند. اما اگر همه تصمیم‌های هنری تابع جلب توجه شوند، اثر به تدریج از کشف، خطرپذیری و عمق دور می‌شود. بازار از الگوهای آشنا استقبال می‌کند، زیرا پیش‌بینی واکنش به آنها آسان‌تر است. هنر اصیل گاه مخاطب را ناراحت، سردرگم یا وادار به مکث می‌کند؛ دقیقاً همان چیزهایی که در محیط رقابت سریع ممکن است به کاهش تعامل منجر شوند.

روزنامه‌نگاری شاید بیش از بسیاری حوزه‌ها با این تعارض روبه‌رو باشد. رسانه برای ادامه فعالیت به مخاطب و درآمد نیاز دارد، اما وظیفه آن ارائه اطلاعات معتبر و مرتبط با منافع عمومی است. خبری دقیق و مهم ممکن است خواننده کمتری از رسوایی یا حادثه‌ای هیجان‌انگیز داشته باشد. اگر رسانه تنها بر اساس تعداد کلیک تصمیم بگیرد، به تدریج رسالت عمومی خود را قربانی بازار می‌کند. از سوی دیگر، اگر هیچ توجهی به نیاز و زبان مخاطب نداشته باشد، ممکن است صدای آن شنیده نشود. مسئله نه حذف بازار، بلکه جلوگیری از آن است که بازار تنها معیار ارزش شود.

اقتصاد توجه همچنین مفهوم «رایگان» را تغییر داده است. در جهان دیجیتال، بسیاری از خدمات بدون پرداخت پول عرضه می‌شوند، اما این به معنای نبود هزینه نیست. کاربر با داده، زمان، آرامش، تمرکز و امکان اثرگذاری بر رفتار خود هزینه می‌پردازد. این هزینه‌ها در قبض یا حساب بانکی دیده نمی‌شوند و همین امر مقایسه و ارزیابی را دشوار می‌سازد. کسی ممکن است ساعت‌ها از خدمت رایگان استفاده کند، اما اگر ارزش زمان و پیامد آن بر زندگی‌اش را محاسبه کند، بهای واقعی بسیار بالا باشد.

البته همه استفاده‌ها زیان‌بار نیستند. یک فرد ممکن است از همان پلتفرم دانشی بیاموزد، شغلی پیدا کند، با خانواده ارتباط داشته باشد یا صدای خود را به گوش دیگران برساند. مشکل در اصل فناوری نیست؛ در نبود آگاهی از شرایط معامله است. معامله عادلانه زمانی شکل می‌گیرد که طرفین بدانند چه می‌دهند، چه دریافت می‌کنند و امکان واقعی انتخاب داشته باشند. در بازار توجه، کاربر اغلب از ارزش دقیق داده‌های خود، نحوه استفاده از آنها و سازوکارهای طراحی‌شده برای حفظ حضورش اطلاع کامل ندارد.

رضایت حقوقی نیز همیشه به معنای رضایت آگاهانه نیست. بیشتر کاربران متن‌های طولانی شرایط استفاده را نمی‌خوانند و حتی اگر بخوانند، توان ارزیابی همه پیامدها را ندارند. افزون بر آن، برخی خدمات چنان در زندگی اجتماعی، حرفه‌ای و آموزشی ادغام شده‌اند که کنار گذاشتن آنها هزینه سنگینی دارد. فرد ممکن است از نظر رسمی حق ترک پلتفرم را داشته باشد، اما در عمل با از دست دادن ارتباط، فرصت شغلی یا حضور در گفت‌وگوی عمومی روبه‌رو شود. انتخاب زمانی آزاد است که گزینه جایگزین واقعی وجود داشته باشد.

بازار توجه به تمرکز قدرت نیز گرایش دارد. هرچه پلتفرمی کاربران بیشتری داشته باشد، برای کاربران تازه ارزشمندتر می‌شود، زیرا دوستان، مشتریان و تولیدکنندگان بیشتری در آن حضور دارند. داده بیشتر نیز مدل‌های پیش‌بینی را تقویت می‌کند و تبلیغ‌کنندگان بیشتری جذب می‌شوند. این چرخه می‌تواند چند شرکت بزرگ را در جایگاهی قرار دهد که بر بخش بزرگی از جریان اطلاعات و توجه جهانی تسلط داشته باشند. آنان تنها بنگاه‌های اقتصادی نیستند؛ دروازه‌بانان فضای عمومی‌اند.

تصمیم‌های این شرکت‌ها می‌تواند تعیین کند چه صدایی شنیده شود، چه محتوایی حذف گردد، چه موضوعی در صدر قرار گیرد و کدام حساب از دسترسی به مخاطب محروم شود. این قدرت، پرسش‌های دشواری درباره آزادی بیان، مسئولیت، شفافیت و حاکمیت ملی ایجاد می‌کند. دولت‌ها ممکن است بخواهند این شرکت‌ها را محدود کنند، اما خود نیز می‌توانند از مقررات برای سانسور بهره ببرند. واگذاری کامل تصمیم به شرکت خصوصی نیز خطرناک است، زیرا منافع تجاری الزاماً با حقوق شهروندان یا منافع عمومی همسو نیست.

در کشورهای آزاد، این مسئله نیازمند تعادلی ظریف میان آزادی، رقابت، حریم خصوصی و حفاظت از کاربران است. در حکومت‌های اقتدارگرا، وضعیت پیچیده‌تر می‌شود. حکومت می‌تواند پلتفرم‌ها را مسدود، نسخه‌های داخلی را جایگزین و داده کاربران را برای نظارت سیاسی استفاده کند. خدمات داخلی ظاهراً ارتباط و سرگرمی فراهم می‌کنند، اما ممکن است ابزار ثبت روابط، علایق و رفتار شهروندان باشند. در اینجا معامله پنهان توجه با معامله‌ای پنهان‌تر پیوند می‌خورد: فرد نه تنها توجه و داده خود را به شرکت، بلکه امکان نظارت و کنترل را به حکومت واگذار می‌کند.

در جمهوری اسلامی، فیلترینگ تنها محدود کردن دسترسی نیست؛ راهی برای هدایت بازار توجه نیز هست. حکومت با مسدود کردن برخی منابع و تقویت منابع مورد نظر خود، می‌کوشد مسیر جریان اطلاعات را تغییر دهد. کاربران برای عبور از محدودیت‌ها زمان، پول و انرژی صرف می‌کنند و بخشی از سرمایه توجه آنان پیش از رسیدن به محتوا مصرف می‌شود. این فرسایش دائمی، خود شکلی از کنترل است. حکومت ممکن است نتواند همه اطلاعات را متوقف کند، اما می‌تواند دسترسی را دشوار، پرهزینه و ناامن سازد.

از سوی دیگر، مهاجرت گسترده ایرانیان و شکل‌گیری رسانه‌های برون‌مرزی، بازار توجه فارسی‌زبان را به میدان رقابتی پیچیده تبدیل کرده است. رسانه‌های حکومتی، شبکه‌های مخالف، فعالان سیاسی، چهره‌های شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های بین‌المللی همگی برای جلب نگاه ایرانیان رقابت می‌کنند. در این فضا، حقیقت و کیفیت همیشه تعیین‌کننده موفقیت نیست. سرعت، هیجان، خبر اختصاصی، تصویر تکان‌دهنده و تحلیل قطعی می‌توانند مخاطب بیشتری جذب کنند.

اپوزیسیون نیز از منطق بازار توجه مصون نیست. رقابت برای دیده شدن می‌تواند اختلاف‌ها را تشدید کند، زیرا حمله به چهره‌ای دیگر غالباً واکنش بیشتری از گفت‌وگوی برنامه‌ای ایجاد می‌کند. ادعاهای بزرگ و پیش‌بینی‌های قطعی ممکن است مخاطب بیشتری از تحلیل محتاطانه داشته باشند. فعال سیاسی به تدریج ممکن است موفقیت خود را با تعداد بازدید و دنبال‌کننده بسنجد، نه با کیفیت سازمان‌دهی، اعتمادسازی یا ارائه برنامه‌ای عملی. در این صورت، همان سازوکاری که قرار بود ابزار آزادی باشد، می‌تواند فرهنگ سیاسی را سطحی و شخص‌محور کند.

بازار توجه پاداش فوری می‌دهد، در حالی که سیاست‌ورزی مسئولانه به صبر، همکاری و ساخت نهاد نیاز دارد. تشکیل گروهی پایدار، تدوین برنامه، گفت‌وگو با مخالفان و آموزش نیروها ممکن است ماه‌ها و سال‌ها زمان ببرد و توجه عمومی اندکی ایجاد کند. در مقابل، سخنی تند یا نزاعی شخصی می‌تواند در یک روز هزاران واکنش بگیرد. اگر فعالان سیاسی معیار بازار را بپذیرند، به تدریج از کارهای کم‌جاذبه اما ضروری فاصله می‌گیرند. نتیجه، فضایی پرصدا و کم‌ساختار است که در آن چهره‌ها فراوان و نهادها ضعیف‌اند.

حاکمیت بر توجه در حوزه سیاسی به این معناست که جامعه بتواند میان خبر و مسئله، چهره و برنامه، هیجان و سازمان‌دهی تفاوت بگذارد. توجه عمومی باید از افراد به اندیشه‌ها، از نزاع‌ها به راه‌حل‌ها و از واکنش‌های روزانه به ساخت ظرفیت آینده منتقل شود. این انتقال با فرمان یا توصیه اخلاقی ساده رخ نمی‌دهد؛ نیازمند رسانه‌های مسئول، نهادهای معتبر و شهروندانی است که ارزش توجه خود را می‌شناسند.

بازار توجه همچنین بر حافظه عمومی اثر می‌گذارد. هر روز موضوعی تازه جای موضوع پیشین را می‌گیرد و حادثه دیروز، هرچند حل نشده باشد، از مرکز خارج می‌شود. این سرعت فراموشی به سود قدرت‌هایی است که می‌خواهند مسئولیت از ذهن جامعه پاک شود. وعده‌ها، فسادها، سرکوب‌ها و شکست‌ها در چرخه خبر گم می‌شوند، مگر آنکه نهادهایی آنها را ثبت و دوباره به یاد آورند. جامعه‌ای که حافظه ندارد، بارها به همان شیوه فریب می‌خورد.

حافظه نیازمند توجه سازمان‌یافته است. آرشیو، پژوهش، روزنامه‌نگاری تحقیقی، تاریخ شفاهی و یادبود قربانیان، همگی راه‌هایی برای جلوگیری از مصرف و فراموشی سریع رویدادها هستند. در فضای دیجیتال، اطلاعات ممکن است باقی بماند، اما باقی ماندن با دیده شدن تفاوت دارد. سندی می‌تواند در اینترنت موجود باشد و در عین حال از آگاهی عمومی ناپدید شود. حفظ حافظه به معنای نگهداری داده نیست؛ به معنای بازگرداندن آگاهانه آن به میدان توجه در زمان مناسب است.

بازار توجه بر مفهوم زمان نیز اثر گذاشته است. گذشته سریع فراموش می‌شود، حال دائماً بحرانی است و آینده در میان واکنش‌های فوری محو می‌گردد. انسان در «اکنون» پیوسته و ناپایدار زندگی می‌کند؛ اکنونی که هر چند دقیقه با خبری تازه جایگزین می‌شود. این وضعیت ظرفیت برنامه‌ریزی بلندمدت را کاهش می‌دهد. فردی که ذهنش پیوسته درگیر موضوعات فوری است، کمتر می‌تواند برای سال‌های آینده تصمیم بگیرد؛ جامعه‌ای که هر روز با موجی تازه حرکت می‌کند، کمتر توان حفظ پروژه‌ای ملی را دارد.

این کوتاه شدن افق زمانی، با منافع برخی بازارها همسو است. مصرف فوری، خرید ناگهانی و واکنش سریع سود بیشتری از تأمل و تأخیر ایجاد می‌کنند. تبلیغ می‌خواهد انسان اکنون کلیک کند، اکنون بخرد و اکنون احساس کمبود یا نیاز نماید. سیاستمدار پوپولیست نیز می‌خواهد اکنون خشم یا امید ایجاد کند، نه آنکه لزوماً برنامه‌ای قابل سنجش برای ده سال آینده ارائه دهد. بازار و سیاست هر دو می‌توانند از انسانی سود ببرند که در لحظه زندگی می‌کند اما فرصت اندیشیدن به مسیر کلی را ندارد.

با این همه، انسان موجودی کاملاً منفعل نیست. همان فناوری‌هایی که برای جلب توجه طراحی شده‌اند، می‌توانند برای آموزش، سازمان‌دهی اجتماعی، آشکار کردن حقیقت و ایجاد ارتباط نیز استفاده شوند. شبکه‌های اجتماعی به مردم امکان داده‌اند سانسور

را دور بزنند، رویدادها را ثبت کنند و صدای گروه‌های به حاشیه رانده‌شده را به جهان برسانند. جنبش‌های اجتماعی توانسته‌اند در زمانی کوتاه توجه گسترده‌ای به بی‌عدالتی جلب کنند. دانش و هنر در دسترس کسانی قرار گرفته که پیش‌تر از آن محروم بودند.

بنابراین، مسئله انتخابی ساده میان فناوری و نبود فناوری نیست. بازار توجه همانند هر بازار دیگری می‌تواند فرصت و خطر را هم‌زمان در خود داشته باشد. پرسش این است که قواعد آن را چه کسی تعیین می‌کند، منافع آن چگونه توزیع می‌شود و انسان تا چه اندازه بر شرایط معامله آگاه و مسلط است. فناوری می‌تواند ابزار آزادی باشد، اگر در خدمت هدف‌های انسانی قرار گیرد؛ اما اگر هدف انسان به افزایش شاخص‌های سامانه تقلیل یابد، رابطه معکوس می‌شود و انسان در خدمت فناوری قرار می‌گیرد.

برای اصلاح این بازار، نخست باید ماهیت معامله آشکار شود. کاربر باید بداند که چه داده‌هایی جمع‌آوری می‌شوند، چگونه از آنها استفاده می‌شود و چرا محتوایی خاص به او نمایش داده شده است. شفافیت به تنهایی کافی نیست، اما بدون آن انتخاب آگاهانه ممکن نخواهد بود. همان‌گونه که در بازارهای مالی و دارویی، اطلاعات و هشدارهایی برای حفاظت از مصرف‌کننده ضروری‌اند، در بازار توجه نیز باید پیامدهای طراحی و گردآوری داده قابل فهم و بررسی باشند.

دوم، باید میان حق استفاده از خدمت و حق تصرف نامحدود در رفتار کاربر تفاوت گذاشت. شرکتی که ابزاری مفید ارائه می‌دهد، می‌تواند در برابر آن درآمد کسب کند، اما این درآمد نباید مجوزی برای استفاده بی‌حد از نقاط ضعف روانی انسان باشد. همه چیزهایی که از نظر فنی ممکن‌اند، از نظر اخلاقی مجاز نیستند. جامعه پیش‌تر برای حفاظت از سلامت، ایمنی و حریم خصوصی محدودیت‌هایی بر بازارها وضع کرده است؛ توجه نیز ممکن است نیازمند حمایت‌های مشابه باشد.

سوم، مدل‌های اقتصادی جایگزین باید جدی گرفته شوند. تا زمانی که درآمد پلتفرم مستقیماً به زمان حضور و تبلیغات وابسته باشد، انگیزه آن برای حفظ توجه باقی خواهد ماند. اشتراک، پرداخت مستقیم، خدمات عمومی یا مدل‌هایی که موفقیت را با رضایت و نتیجه کاربر می‌سنجند، می‌توانند بخشی از تعارض را کاهش دهند. هیچ مدل بی‌نقصی وجود ندارد، اما باید رابطه میان منبع درآمد و رفتار طراحی را شناخت.

چهارم، جامعه به آموزش توجه نیاز دارد. همان‌گونه که سواد رسانه‌ای به مردم می‌آموزد خبر و منبع را ارزیابی کنند، سواد توجه باید سازوکارهای جلب و نگهداری ذهن را آشکار سازد. کودک و بزرگسال باید بدانند چرا برخی طراحی‌ها کشش ایجاد می‌کنند، چگونه احساسات آنان به ابزار تعامل تبدیل می‌شوند و چگونه می‌توانند لحظه توقف را دوباره به دست آورند. این آموزش نباید بر ترس از فناوری بنا شود؛ باید توان استفاده آگاهانه از آن را افزایش دهد.

خانواده در این آموزش جایگاهی بنیادی دارد. کودکی که از آغاز می‌بیند هر سکوت و انتظار با صفحه پر می‌شود، می‌آموزد که بی‌تحریکی وضعیتی تحمل‌ناپذیر است. اگر غذا خوردن، سفر، گفت‌وگو و استراحت همواره با جریان دیگری از محتوا همراه باشند، ذهن فرصت تمرین حضور کامل را از دست می‌دهد. والدین نمی‌توانند تنها با محدود کردن فرزند، در حالی که خود پیوسته گرفتار صفحه‌اند، فرهنگ متفاوتی بسازند. توجه آموختنی است و بیشتر از رفتار منتقل می‌شود تا دستور.

مدرسه نیز باید فراتر از ممنوع کردن تلفن همراه بپنیدشد. مسئله اصلی تنها وجود ابزار نیست؛ توان حفظ تمرکز، تحمل دشواری و تشخیص اهمیت است. دانش‌آموز باید تجربه کند که ماندن در یک مسئله دشوار می‌تواند به لذت فهم منجر شود. باید یاد

بگیرد هر پاسخ فوری کامل نیست و گاه ندانستن آغاز پژوهش است. آموزش در عصر توجه باید نه تنها اطلاعات، بلکه قدرت ماندن، پرسیدن و تأمل کردن را پرورش دهد.

رسانه‌های عمومی و مستقل نیز مسئولیت دارند. آنها باید بتوانند میان نیاز به مخاطب و رسالت آگاهی‌بخشی تعادل ایجاد کنند. عنوان جذاب ضرورتاً نادرست نیست و روایت انسانی می‌تواند مسئله‌ای پیچیده را قابل فهم سازد، اما نباید هر حقیقتی به نمایش و هر اختلافی به نزاع تبدیل شود. رسانه‌ای که برای جلب توجه اعتماد خود را از دست دهد، در بلندمدت سرمایه اصلی خویش را نابود می‌کند.

در حوزه سیاست، شفافیت تبلیغات دیجیتال و استفاده از داده اهمیت ویژه‌ای دارد. شهروند باید بداند چه کسی برای نمایش یک پیام پول پرداخته، چرا او هدف قرار گرفته و پیام‌های متفاوتی به گروه‌های مختلف ارائه شده‌اند یا نه. تبلیغ سیاسی شخصی‌سازی شده می‌تواند نامزد یا گروهی را قادر سازد به هر بخش جامعه وعده‌ای متفاوت بدهد، بدون آنکه تناقض‌ها در فضای عمومی آشکار شوند. دموکراسی نیازمند عرصه‌ای مشترک است که در آن ادعاها دیده، مقایسه و پاسخ داده شوند.

اما قوانین و آموزش، هرچند ضروری، تمام مسئله را حل نمی‌کنند. بازار توجه از نیازهای عمیق انسان به ارتباط، شناخت، سرگرمی، تأیید و معنا تغذیه می‌کند. تا زمانی که انسان این نیازها را دارد، کسی برای پاسخ دادن به آنها تلاش خواهد کرد. مسئله این است که آیا پاسخ، توان و آزادی او را افزایش می‌دهد یا وابستگی‌اش را عمیق‌تر می‌کند. خدمتی که انسان پس از استفاده از آن آگاه‌تر، توانمندتر و آرام‌تر می‌شود، با سامانه‌ای که او را خسته، خشمگین و تشنه بازگشت بیشتر رها می‌کند، از نظر اخلاقی یکسان نیست.

شاید یکی از معیارهای ساده ارزیابی بازار توجه این باشد که انسان پس از مصرف محتوا چه حالتی دارد. آیا چیزی آموخته، ارتباطی واقعی برقرار کرده یا لذتی کامل تجربه نموده است؟ یا تنها زمان گذشته و میل به ادامه باقی مانده است؟ آیا سامانه به او کمک کرده کاری را انجام دهد و سپس از آن خارج شود، یا هدف سامانه آن بوده که پایان را به تعویق اندازد؟ پاسخ این پرسش‌ها می‌تواند تفاوت میان ابزار و دام را روشن‌تر کند.

ابزار خوب پس از انجام کار، انسان را به زندگی بازی‌گرداند. نقشه او را به مقصد می‌رساند، کتاب چیزی به فهمش می‌افزاید، تماس او را با دیگری پیوند می‌دهد و برنامه آموزشی مهارتی در او ایجاد می‌کند. دام توجه، در مقابل، هدفی روشن برای پایان ندارد. هرچه بیشتر استفاده شود، نیاز به استفاده ادامه می‌یابد. انسان احساس می‌کند مشغول است، اما مقصدی وجود ندارد. حرکت فراوان است، اما جهت روشن نیست.

بازار توجه از حرکت بی‌پایان سود می‌برد، در حالی که زندگی انسانی به مقصد، معنا و پایان نیاز دارد. انسان نمی‌تواند همه چیز را تجربه کند و به همه صداها پاسخ دهد. زندگی از انتخاب و محرومیت ساخته می‌شود. هر «آری» به موضوعی، «نه» به هزار امکان دیگر است. بازاری که این محدودیت را پنهان کند و به انسان وعده دهد که می‌تواند همه چیز را ببیند، در واقع او را از تجربه کامل هر چیز محروم می‌سازد.

حاکمیت بر توجه از لحظه‌ای آغاز می‌شود که این معامله پنهان دیده شود. انسان درمی‌یابد که رایگان بودن یک خدمت به معنای بی‌هزینه بودن آن نیست، افزایش ارتباط الزاماً به معنای نزدیکی بیشتر نیست، فراوانی اطلاعات برابر با شناخت نیست و دیده شدن همیشه با ارزشمند بودن یکی نیست. این آگاهی به معنای ترک کامل بازار نیست؛ به معنای ورود به آن با شناخت بیشتر است.

انسان می‌تواند تصمیم بگیرد چه زمانی وارد شود، چه چیزی را دنبال کند، به کدام اعلان اجازه ورود دهد و چه هنگامی فعالیت را پایان دهد. می‌تواند از ابزارهایی استفاده کند که به هدفش خدمت می‌کنند و در برابر طراحی‌هایی که تنها زمانش را مصرف می‌کنند مقاومت نماید. مهم‌تر از همه، می‌تواند ارزش خویش را از میزان توجهی که دیگران به او می‌دهند جدا کند. او ممکن است اثر خود را عرضه کند و از دیده شدن آن خشنود باشد، اما نباید اجازه دهد شاخص‌های بازار داوری نهایی درباره هویت و ارزش انسانی او را در اختیار گیرند.

در سطح جمعی، جامعه نیز باید تصمیم بگیرد چه نوع بازاری را می‌پذیرد. آیا شرکت‌ها حق دارند بدون محدودیت، رفتار کودکان را برای افزایش تعامل طراحی کنند؟ آیا الگوریتم‌های مؤثر بر افکار عمومی باید کاملاً محرمانه بمانند؟ آیا تبلیغات سیاسی شخصی‌سازی شده بدون شفافیت با اصل برابری شهروندان سازگار است؟ آیا داده‌های رفتاری باید ملک دائمی شرکت‌ها باشند، یا انسان حق دارد آنها را ببیند، منتقل کند و حذف نماید؟ این پرسش‌ها تنها فنی نیستند؛ پرسش‌هایی درباره آزادی، مالکیت و کرامت انسانی‌اند.

بازار توجه هنوز در حال شکل گرفتن است و قواعد آن نهایی نشده‌اند. همان‌گونه که جامعه صنعتی پس از سال‌ها تجربه به قوانین کار، ایمنی، محیط زیست و حمایت از مصرف‌کننده رسید، جامعه دیجیتال نیز ناچار خواهد شد حدود مشروع استخراج توجه را تعریف کند. آزادی نوآوری مهم است، اما نوآوری‌ای که هزینه‌هایش را به ذهن و زندگی شهروندان منتقل کند، نمی‌تواند از مسئولیت عمومی جدا باشد.

بزرگ‌ترین خطر آن است که انسان به تدریج شرایط موجود را طبیعی و اجتناب‌ناپذیر بداند. بسیاری از ویژگی‌های پلتفرم‌ها نتیجه انتخاب‌های طراحی و مدل‌های تجاری‌اند، نه قوانین تغییرناپذیر طبیعت. جریان بی‌پایان، اعلان دائمی، جمع‌آوری گسترده داده و پاداش دادن به جنجال، همگی می‌توانند به شکل دیگری طراحی شوند. هنگامی که جامعه بداند وضع موجود ساخته شده است، می‌تواند درباره بازسازی آن نیز بیندیشد.

این فصل از بازاری سخن گفت که کالای اصلی آن همیشه آن چیزی نیست که روی صفحه دیده می‌شود. پشت تبلیغ، خبر، سرگرمی و ارتباط، معامله‌ای گسترده بر سر زمان، رفتار و ذهن انسان جریان دارد. کاربر وارد بازار می‌شود تا چیزی دریافت کند، اما بخشی از خود را نیز عرضه می‌کند. نگاه او به داده، داده به پیش‌بینی، پیش‌بینی به تبلیغ و تبلیغ به درآمد تبدیل می‌شود. در این زنجیره، هرچه انسان بیشتر دیده شود، بهتر قابل محاسبه و هدف‌گیری خواهد بود.

اما انسان تنها مجموعه‌ای از داده‌ها و احتمال‌ها نیست. او دارای حق انتخاب، خلوت، تغییر، تناقض و فراموش شدن است. شاید یکی از حقوق مهم آینده، حق آن باشد که انسان همیشه قابل پیش‌بینی و قابل هدف‌گیری نباشد؛ حق آنکه بخشی از زندگی‌اش

خارج از نگاه بازار باقی بماند. حاکمیت بر توجه بدون حاکمیت بر داده و خلوت کامل نخواهد شد، زیرا سامانه‌ای که انسان را بهتر از خود او می‌شناسد، می‌تواند دقیق‌تر برای ورود به ذهنش برنامه‌ریزی کند.

فصل دوم نشان داد که توجه سرمایه است. فصل سوم آشکار کرد که هر سرمایه کمیاب و ارزشمند، نیروهایی را برای تصاحب و تبدیل آن به سود جذب می‌کند. اما بازار تنها با عرضه و تقاضا عمل نمی‌کند؛ برای افزایش ارزش خود، توجه را طراحی، تحریک و هدایت نیز می‌کند. از همین‌جا، پرسش بعدی کتاب شکل می‌گیرد: ذهن انسان چگونه به طور عملی مهندسی می‌شود؟ چه سازوکارهایی سبب می‌شوند یک رنگ، صدا، تصویر، ترس یا وعده کوچک رشته اندیشه را قطع کند؟ الگوریتم چگونه اولویت‌ها را می‌چیند و طراحی چگونه از عادت‌های ناخودآگاه بهره می‌برد؟

فصل آینده از اقتصاد به معماری ذهن حرکت خواهد کرد. در آنجا خواهیم دید که بازار توجه تنها منتظر نمی‌ماند تا انسان داوطلبانه نگاه خود را عرضه کند؛ ابزارهایی می‌سازد تا مسیر نگاه، مدت ماندن و احتمال بازگشت او را تغییر دهد. مسئله دیگر تنها خرید و فروش توجه نیست، بلکه مهندسی آن است.

در گذشته، بازار می‌کوشید محصولی را در برابر چشم انسان قرار دهد. امروز، بازار می‌کوشد بداند چشم انسان به کجا خواهد رفت، چه مدت خواهد ماند و چگونه می‌توان آن را دوباره بازگرداند. این دگرگونی، رابطه انسان و اقتصاد را از سطح خرید کالا به ژرفای شکل‌گیری میل، عادت و انتخاب برده است.

از این رو، دفاع از حاکمیت بر توجه تنها دفاع از وقت آزاد یا آرامش شخصی نیست. دفاع از حقی است که انسان به موجب آن نباید بی‌آنکه بداند، از صاحب انتخاب به موضوع آزمایش، از مشتری به کالا و از شهروند به مجموعه‌ای از احتمال‌های تجاری و سیاسی تبدیل شود. بازار می‌تواند به انسان خدمت کند، اما هنگامی که انسان به ماده خام بازار تبدیل می‌شود، مرز میان خدمت و سلطه از میان می‌رود.

این مرز را تنها با ممنوعیت یا کناره‌گیری نمی‌توان حفظ کرد. باید آن را شناخت، درباره‌اش سخن گفت، قواعدش را تغییر داد و مهم‌تر از همه، ارزش چیزی را که در حال مبادله است دوباره به یاد آورد. آنچه در بازار توجه خرج می‌کنیم، بخشی از زمانی نیست که در اختیار داریم؛ بخشی از همان زندگی است که هستیم.

فصل چهارم

مهندسی توجه؛ چگونه ذهن انسان هدایت می‌شود

بازار توجه برای ادامه حیات خود نمی‌تواند تنها منتظر بماند تا انسان آزادانه تصمیم بگیرد به چه چیزی نگاه کند. اگر همه انتخاب‌ها کاملاً آگاهانه، آرام و براساس نیازهای واقعی افراد انجام می‌شدند، بسیاری از رسانه‌ها، پلتفرم‌ها و صنایع تبلیغاتی نمی‌توانستند سهم بزرگی از زمان روزانه انسان را به دست آورند. بازاری که درآمدش با مدت حضور، تعداد بازدید، میزان واکنش و تکرار مراجعه افزایش می‌یابد، ناگزیر می‌کوشد شرایطی ایجاد کند که توجه بیشتر، سریع‌تر و مداوم‌تر به سوی آن حرکت کند. از همین نقطه، جلب توجه از یک رقابت ساده فراتر می‌رود و به مهندسی توجه تبدیل می‌شود.

مهندسی توجه به معنای طراحی آگاهانه محیط، پیام و تجربه‌ای است که احتمال دیدن، ماندن، واکنش نشان دادن و بازگشت انسان را افزایش می‌دهد. این مهندسی می‌تواند در تبلیغی کوتاه، عنوان یک خبر، رنگ یک دکمه، صدای اعلان، ترتیب مطالب یک صفحه، چیدمان فروشگاه، سخنرانی سیاسی، مراسم عمومی یا حتی معماری یک شهر حضور داشته باشد. هرچا کسی می‌کوشد مسیر نگاه و تمرکز انسان را پیش‌بینی و هدایت کند، گونه‌ای از مهندسی توجه در کار است.

وجود چنین مهندسی‌ای به خودی خود الزاماً زیان‌آور نیست. آموزگار برای آنکه مطلبی دشوار را قابل فهم کند، توجه شاگرد را سازمان می‌دهد. نویسنده با انتخاب عنوان، ترتیب فصل‌ها و آهنگ جمله‌ها خواننده را در مسیر اندیشه هدایت می‌کند. پزشک تلاش می‌کند توجه بیمار را به نشانه‌های مهم معطوف سازد و از نگرانی‌های بی‌اساس دور کند. هنرمند با نور، صدا، رنگ و سکوت نگاه مخاطب را از بخشی به بخش دیگر می‌برد. حتی گفت‌وگوی ساده انسانی نیز بدون تلاش برای جلب و حفظ توجه دیگری ممکن نیست. بنابراین، مسئله اصلی وجود هدایت نیست؛ مسئله هدف، میزان شفافیت، شیوه اثرگذاری و حق انسان برای مقاومت یا خروج از آن است.

مرز اخلاقی هنگامی آشکار می‌شود که هدایت از آگاه کردن به دستکاری، از دعوت به اجبار روانی و از خدمت به انسان به بهره‌برداری از نقاط ضعف او تبدیل گردد. آموزگاری که توجه شاگرد را به مسئله‌ای مهم جلب می‌کند، قصد دارد قدرت فهم او را افزایش دهد. پلتفرمی که با شناخت عادت‌های روانی کاربر او را ساعت‌ها در چرخه‌ای بی‌پایان نگاه می‌دارد، ممکن است هدفی متفاوت داشته باشد. در حالت نخست، توجه وسیله‌ای برای رشد انسان است؛ در حالت دوم، انسان وسیله‌ای برای رشد شاخص‌های سامانه می‌شود.

برای شناخت این تفاوت، باید از سطح ابزارها فراتر رفت و به معماری تصمیم‌ها نگاه کرد. هر محیطی برخی رفتارها را آسان و برخی رفتارها را دشوار می‌کند. پله، انسان را به طبقه بالا هدایت می‌کند؛ تابلو، مسیر را نشان می‌دهد؛ صف، حرکت جمع را نظم می‌بخشد؛ و در بسته، مانعی برای ورود ایجاد می‌کند. محیط دیجیتال نیز معماری خاص خود را دارد، با این تفاوت که دیوارها و درهای آن از کد، رنگ، صدا، ترتیب و زمان‌بندی ساخته شده‌اند. کاربر در فضایی حرکت می‌کند که گزینه‌ها و مسیرهایش از پیش طراحی شده‌اند، هرچند ممکن است این طراحی را نبیند.

هنگامی که یک برنامه پس از باز شدن، مستقیم کاربر را وارد جریان محتوا می‌کند، تصمیم گرفته است آغاز مصرف آسان باشد. هنگامی که یافتن دکمه خروج، لغو اشتراک یا خاموش کردن اعلان دشوار است، تصمیم گرفته شده که پایان دادن به رابطه آسان نباشد. هنگامی که گزینه «پذیرش همه» روشن و بزرگ، اما تنظیمات حریم خصوصی پنهان و پیچیده‌اند، محیط در ظاهر انتخاب عرضه می‌کند، اما یکی از انتخاب‌ها را به مراتب محتمل‌تر می‌سازد. آزادی حقوقی ممکن است حفظ شده باشد، اما معماری تصمیم، رفتار را در جهت معین سوق می‌دهد.

انسان در همه تصمیم‌های روزانه خود تحلیل کامل و مستقلی انجام نمی‌دهد. بخش بزرگی از رفتار او براساس عادت، نشانه‌های محیطی، واکنش‌های سریع و مسیرهایی شکل می‌گیرد که کمترین مقاومت را دارند. این ویژگی برای ادامه زندگی ضروری است. اگر انسان ناچار بود برای هر حرکت، واژه و انتخاب کوچک از ابتدا محاسبه کند، توان انجام امور پیچیده را از دست می‌داد. عادت‌ها انرژی ذهنی را حفظ می‌کنند و بسیاری از رفتارهای مفید، از رانندگی تا مطالعه و ورزش، با تکرار آسان‌تر می‌شوند. اما همین توانایی، نقطه‌ای برای مداخله نیز فراهم می‌کند. کسی که بتواند عادت را شکل دهد، لازم نیست هر بار انسان را متقاعد کند؛ کافی است نشانه‌ای را در زمان مناسب فعال سازد.

اعلان تلفن همراه نمونه‌ای روشن از این سازوکار است. صدای کوتاه، لرزشی کوچک یا نقطه‌ای رنگی می‌تواند توجه را از کاری مهم جدا کند. ارزش محتوای اعلان ممکن است بسیار کم باشد، اما مغز پیش از ارزیابی آن به نشانه تازگی و احتمال اهمیت واکنش نشان می‌دهد. فرد به صفحه نگاه می‌کند تا بداند چه اتفاقی افتاده است. همین نگاه کوتاه ممکن است به باز کردن برنامه، دیدن پیام‌های دیگر و چند دقیقه یا حتی مدت بیشتری حضور منجر شود. اعلان نه فقط خبری درباره ورود محتوا، بلکه دری برای آغاز زنجیره‌ای از رفتارهاست.

هر اعلان نوعی ادعای اولویت است. سامانه با فرستادن آن می‌گوید آنچه اکنون در حال انجام آن هستی می‌تواند منتظر بماند؛ چیزی در اینجا وجود دارد که شاید مهم‌تر باشد. اگر این ادعا بارها تکرار شود، ذهن به حالت انتظار دائمی درمی‌آید. حتی هنگامی که تلفن ساکت است، بخشی از توجه آماده دریافت پیام بعدی باقی می‌ماند. فرد ممکن است بدون شنیدن صدا صفحه را بررسی کند، گویی سامانه دیگر نیاز ندارد در بزند؛ انتظار ورود در خود ذهن ساکن شده است.

این حالت را می‌توان «توجه آماده‌باش» نامید؛ وضعیتی که در آن ذهن به طور کامل در فعالیت حاضر مستقر نمی‌شود، زیرا احتمال می‌دهد هر لحظه محرکی تازه ظاهر شود. انسان کتاب می‌خواند، اما بخشی از ذهنش در انتظار پیام است؛ با دیگری گفت‌وگو می‌کند، اما گوشی روی میز امکان ورود جهانی دیگر را یادآوری می‌کند؛ فیلم می‌بیند، اما هم‌زمان صفحه دوم را بررسی می‌کند. در نتیجه، حضور به لایه‌هایی تقسیم می‌شود و هیچ تجربه‌ای تمام ظرفیت توجه را در اختیار نمی‌گیرد.

مهندسی توجه از این آمادگی بهره می‌برد. اگر سامانه بداند کاربر در چه ساعتی بیشتر احتمال دارد به اعلان پاسخ دهد، پیام را در همان زمان می‌فرستد. اگر مدتی بازنگشته باشد، یادآوری‌ای درباره فعالیت دوستان یا محتوایی از دست‌رفته دریافت می‌کند. پیام ممکن است چنان نوشته شود که حس فوریت، تعلق یا احتمال از دست دادن را فعال کند. به جای آنکه به سادگی بگوید مطلبی تازه وجود دارد، به فرد یادآوری می‌کند که دیگران در حال گفت‌وگو هستند، کسی به او واکنش نشان داده یا رویدادی بدون حضور او ادامه یافته است.

ترس از عقب ماندن یا بی‌خبر ماندن، یکی از ابزارهای نیرومند مهندسی توجه است. انسان موجودی اجتماعی است و بقای تاریخی او به عضویت در گروه وابسته بوده است. نادیده گرفته شدن یا بی‌اطلاعی از تصمیم جمع در گذشته می‌توانست پیامدهای واقعی و سنگینی داشته باشد. در محیط جدید، همین حساسیت طبیعی به شکلی دائمی تحریک می‌شود. فرد نگران است که خبری را دیر ببیند، دعوتی را از دست بدهد، از گفت‌وگویی عقب بماند یا در برابر دیگران ناآگاه به نظر برسد. بنابراین، صفحه را نه همیشه از روی علاقه، بلکه برای کاهش اضطراب بررسی می‌کند.

این بررسی، آرامشی کوتاه ایجاد می‌کند، اما همان آرامش وابستگی را تقویت می‌نماید. ذهن می‌آموزد که برای رهایی از احساس ابهام یا نگرانی، باید دوباره به سامانه مراجعه کند. به تدریج، برنامه تنها منبع محتوا نیست؛ ابزاری برای تنظیم هیجان می‌شود. انسان هنگام بی‌حوصلگی، اضطراب، تنهایی یا دشواری کار به سوی صفحه می‌رود. هر بار که این حرکت موقتاً احساس ناخوشایند را کاهش می‌دهد، عادت نیرومندتر می‌شود.

مهندسی توجه دقیقاً در فاصله میان احساس و رفتار عمل می‌کند. فرد ممکن است تصور کند از روی انتخاب برنامه‌ای را باز کرده است، اما لحظه پیش از آن را به یاد نیاورد؛ شاید کار دشوار شده، سکوت ناراحت‌کننده بوده، گفت‌وگو لحظه‌ای مکث کرده یا احساس تنهایی پدید آمده است. صفحه به پاسخ خودکار این احساسات تبدیل می‌شود. در نتیجه، انسان فرصت شناخت، تحمل و فهم حالات درونی خود را از دست می‌دهد. هر ناراحتی کوچک پیش از آنکه معنا پیدا کند، با محرکی بیرونی پوشانده می‌شود.

بی‌حوصلگی در این میان جایگاهی ویژه دارد. در گذشته، لحظه‌های انتظار و بیکاری بخشی طبیعی از زندگی بودند. انسان در صف، اتوبوس، اتاق انتظار یا هنگام قدم زدن زمانی برای مشاهده محیط، فکر کردن، خیال‌پردازی یا حتی هیچ کاری نکردن داشت. امروز بسیاری از این فاصله‌ها با صفحه پر شده‌اند. بازار توجه، بی‌حوصلگی را فرصت ازدست‌رفته می‌بیند؛ لحظه‌ای که هنوز با محتوا و تبلیغ پر نشده است. بنابراین، ابزار همیشه حاضر، پیشنهاد می‌کند هر شکاف کوچک زمانی را به مصرف تبدیل کند.

اما بی‌حوصلگی همیشه دشمن انسان نیست. گاه بی‌حوصلگی ذهن را وادار می‌کند از مصرف بیرونی فاصله بگیرد و چیزی از درون تولید کند. اندیشه، تخیل، پرسش و خلاقیت اغلب در فاصله میان فعالیت‌ها پدید می‌آیند. کودکی که همیشه سرگرم می‌شود، کمتر فرصت می‌یابد بازی و جهان خیالی خود را بسازد. بزرگسالی که هر لحظه سکوت را با خبر و تصویر پر می‌کند، ممکن است توان شنیدن نگرانی‌ها، آرزوها و اندیشه‌های ناتمام خود را از دست بدهد. حذف کامل بی‌حوصلگی، شاید به معنای حذف یکی از زادگاه‌های خلاقیت باشد.

یکی دیگر از ابزارهای مهم مهندسی توجه، «تازگی» است. ذهن انسان به تغییر حساس است. صدای ناگهانی، حرکت جدید، چهره ناشناخته یا خبری غیرمنتظره سریع‌تر از محیط ثابت جلب توجه می‌کند. این ویژگی برای بقا ضروری بوده است؛ تغییر می‌توانست نشانه خطر یا فرصت باشد. محیط دیجیتال می‌تواند بی‌وقفه تازگی تولید کند. هر حرکت انگشت، تصویر، جمله یا موضوع تازه‌ای ظاهر می‌سازد. ذهن پیش از آنکه محتوای قبلی را به‌طور کامل پردازش کند، با محرکی دیگر روبه‌رو می‌شود.

این تازگی مداوم، احساس حرکت و دریافت ایجاد می‌کند، اما الزاماً به یادگیری نمی‌انجامد. فرد در پایان ممکن است صدها مطلب دیده باشد، اما تعداد کمی را به خاطر آورد. ذهن فرصت پیوند دادن، مقایسه و تثبیت اطلاعات را نداشته است. تجربه به

زنجیره‌ای از برخوردهای کوتاه تبدیل می‌شود. هر محرک برای لحظه‌ای روشن می‌شود و سپس جای خود را به دیگری می‌دهد، بدون آنکه در ساختار فهم جای گیرد.

در چنین شرایطی، «دیدن» جای «فهمیدن» را می‌گیرد. فرد احساس می‌کند چون با موضوعی برخورد کرده، آن را می‌شناسد. عنوان‌ها، تصاویر و قطعات کوتاه، تصویری از آگاهی گسترده می‌سازند، اما این آگاهی ممکن است عمق اندکی داشته باشد. ذهن در پاسخ به تازگی، پاداش کوچکی دریافت می‌کند و همین پاداش می‌تواند میل به ادامه را حفظ کند. سامانه نیاز ندارد هر مطلب واقعاً ارزشمند باشد؛ کافی است احتمال دهد مطلب بعدی بتواند لحظه‌ای تازه ایجاد کند.

پاداش‌های کوچک و نامنظم از مؤثرترین سازوکارهای شکل‌دهی رفتارند. اگر انسان بداند هر بار دقیقاً چه چیزی دریافت می‌کند، هیجان جست‌وجو کاهش می‌یابد. اما اگر گاه پیام مهم، گاه واکنشی دلپذیر و گاه محتوایی جذاب در انتظار باشد، عدم قطعیت رفتار را تقویت می‌کند. فرد بارها صفحه را بررسی می‌کند، زیرا نمی‌داند این بار چه خواهد یافت. بیشتر دفعات ممکن است پاداش اندکی داشته باشند، اما همان چند تجربه خوشایند برای ادامه دادن کافی‌اند.

شبکه‌های اجتماعی از این سازوکار بهره زیادی می‌برند. فرد مطلبی منتشر می‌کند و سپس واکنش‌ها را بررسی می‌نماید. ممکن است نوشته‌ای توجه زیادی دریافت کند و نوشته‌ای دیگر تقریباً نادیده بماند. این نوسان، میل به تکرار و آزمایش را افزایش می‌دهد. کاربر می‌کوشد بفهمد چه چیزی بیشتر دیده می‌شود و ناخودآگاه رفتار خود را با منطق سامانه هماهنگ می‌کند. به تدریج، او نه فقط از پلتفرم استفاده می‌کند؛ پلتفرم نیز شیوه سخن گفتن، تصویر ساختن و حتی اندیشیدن او را آموزش می‌دهد.

در این فرایند، عددها نقشی روانی ایفا می‌کنند. پسند، بازدید و شمار دنبال‌کننده، توجه دیگران را به واحدهای قابل مشاهده تبدیل می‌کنند. در زندگی عادی، انسان دقیقاً نمی‌داند چند نفر او را تأیید کرده‌اند یا درباره سخنش اندیشیده‌اند. فضای دیجیتال این ابهام طبیعی را به عدد تبدیل می‌کند. عدد ساده، روشن و قابل مقایسه است. فرد می‌تواند امروز را با دیروز و خود را با دیگری بسنجد. اما همین قابلیت اندازه‌گیری، رقابتی دائمی ایجاد می‌کند.

هنگامی که توجه به عدد تبدیل شود، کیفیت رابطه ممکن است در برابر مقدار آن عقب بنشیند. یک گفت‌وگوی عمیق با دوستی نزدیک از نظر انسانی می‌تواند ارزشمندتر از هزاران پسند باشد، اما عدد بزرگ‌تر قدرت روانی بیشتری دارد. انسان به سادگی آنچه را قابل شمارش است جدی‌تر می‌گیرد. پلتفرم نیز با نمایش مداوم این شاخص‌ها توجه کاربر را از تجربه اصلی به ارزیابی واکنش دیگران منتقل می‌کند. فرد دیگر تنها نمی‌نویسد؛ هم‌زمان منتظر اندازه‌گیری ارزش نوشته خویش است.

این اندازه‌گیری می‌تواند رفتار را اصلاح کند. فرد می‌آموزد که کدام موضوع، لحن یا تصویر واکنش بیشتری ایجاد می‌کند. اگر خشم، افراط، نمایش زندگی خصوصی یا سخن قطعی بیشتر دیده شود، انگیزه‌ای برای تکرار آنها به وجود می‌آید. بازار توجه از راه اعداد به کاربران آموزش می‌دهد چه چیزی «موفق» است. این آموزش رسمی نیست، اما نیرومند است؛ پاداش و بی‌اعتنایی، بدون نیاز به دستور آشکار، مسیر تولید محتوا را تغییر می‌دهند.

الگوریتم در مرکز این نظام قرار دارد. حجم محتوا آن قدر گسترده است که نمایش همه آن به هر فرد ممکن نیست. بنابراین، سامانه باید انتخاب کند. این انتخاب براساس مجموعه‌ای از نشانه‌ها انجام می‌شود: رفتار پیشین کاربر، واکنش دیگران، تازگی

محتوا، ارتباط اجتماعی، ویژگی‌های احتمالی فرد و اهداف تجاری پلتفرم. نتیجه، صفحه‌ای است که برای هر کاربر متفاوت به نظر می‌رسد. دو نفر ممکن است در یک شهر و یک زمان زندگی کنند، اما جهان‌های اطلاعاتی کاملاً متفاوتی دریافت نمایند.

الگوریتم آینده را پیش‌بینی نمی‌کند تا حقیقت را بهتر آشکار سازد؛ هدف اصلی آن غالباً پیش‌بینی احتمال رفتار است. آیا این فرد روی این تصویر مکث خواهد کرد؟ آیا این عنوان او را وادار به باز کردن مطلب می‌کند؟ آیا این ویدئو احتمال ادامه تماشا را افزایش می‌دهد؟ الگوریتم با پاسخ به چنین پرسش‌هایی محتوا را مرتب می‌کند. در نتیجه، «آنچه احتمالاً توجه می‌گیرد» جای «آنچه شایسته توجه است» را می‌گیرد.

این جابه‌جایی ممکن است در نگاه نخست کوچک به نظر برسد، اما پیامدهای عمیقی دارد. اهمیت، مفهومی انسانی، اخلاقی و اجتماعی است؛ احتمال کلیک، شاخصی رفتاری و تجاری. مسئله‌ای می‌تواند برای آینده جامعه بسیار مهم باشد، اما جذابیت فوری اندکی داشته باشد. موضوعی دیگر ممکن است بی‌اهمیت، دروغ یا زیان‌آور باشد، اما واکنش شدیدی ایجاد کند. اگر سامانه براساس رفتار کوتاه‌مدت انتخاب کند، موضوع دوم شانس بیشتری برای انتشار خواهد داشت.

الگوریتم در این حالت لزوماً قصد فریب ندارد. حتی ممکن است هیچ انسانی تصمیم نگرفته باشد مطلبی خاص برجسته شود. اما هدف تعریف‌شده برای سامانه، پیامدهایی پدید می‌آورد که از نیت افراد فراتر می‌رود. این همان نکته‌ای است که مهندسی توجه را پیچیده می‌سازد. سلطه همیشه محصول فرمانی مرکزی نیست؛ گاه از مجموع تصمیم‌های فنی و اقتصادی پدید می‌آید که هر یک به تنهایی منطقی به نظر می‌رسند.

اگر موفقیت برنامه با افزایش تعامل سنجیده شود، مهندس برای افزایش تعامل تلاش می‌کند. اگر مدیر براساس رشد کاربران پاداش بگیرد، ویژگی‌هایی را ترجیح می‌دهد که بازگشت را بیشتر کنند. اگر آگهی‌دهنده برای زمان و واکنش پول بپردازد، محتوایی ارزشمندتر می‌شود که همان شاخص‌ها را افزایش دهد. هیچ‌یک ممکن است نگوید هدف ما تضعیف تمرکز یا گسترش خشم است، اما ساختار انگیزه می‌تواند دقیقاً به همان نتیجه برسد.

در علوم مدیریت، آنچه اندازه‌گیری و پاداش داده می‌شود، رفتار سازمان را شکل می‌دهد. اگر سازمان تنها سرعت را اندازه بگیرد، کیفیت ممکن است آسیب ببیند. اگر تنها کاهش هزینه مهم باشد، سرمایه‌گذاری بلندمدت فراموش می‌شود. در اقتصاد توجه نیز اگر تنها مدت حضور و واکنش سنجیده شوند، سلامت روانی، فهم، اعتماد و کیفیت گفت‌وگو به حاشیه می‌روند، زیرا در معادله رسمی حضور ندارند. چیزی که اندازه‌گیری نمی‌شود، الزاماً بی‌ارزش نیست؛ تنها از نگاه سامانه نامرئی است.

این وضعیت را می‌توان با یک کارخانه مقایسه کرد که تولید خود را افزایش می‌دهد، اما هزینه آلودگی را در حساب‌ها ثبت نمی‌کند. محصول و سود قابل مشاهده‌اند، اما هزینه به محیط و جامعه منتقل می‌شود. بازار توجه نیز می‌تواند درآمد و ارتباط تولید کند، در حالی که هزینه پراکندگی ذهن، اضطراب، قطبی شدن، فرسایش اعتماد و کاهش توان تمرکز را به فرد و جامعه واگذار نماید. سود خصوصی و هزینه عمومی از یکدیگر جدا می‌شوند.

مهندسی توجه تنها با فناوری عمل نمی‌کند؛ زبان یکی از قدیمی‌ترین ابزارهای آن است. انتخاب واژه می‌تواند جهت نگاه و قضاوت را تغییر دهد. یک رویداد را می‌توان اعتراض، آشوب، قیام، اغتشاش، شورش یا جنبش نامید و هر واژه مجموعه‌ای از تداعی‌ها و

داوری‌های متفاوت ایجاد می‌کند. پیش از آنکه مخاطب جزئیات را بررسی کند، عنوان چارچوبی برای فهم ساخته است. واژه‌ها تنها نام اشیا نیستند؛ لُزهایی‌اند که از طریق آنها واقعیت دیده می‌شود.

رسانه با انتخاب عنوان تعیین می‌کند مخاطب نخست به کدام جنبه توجه کند. عنوان می‌تواند بر تعداد کشته‌شدگان، هویت عامل، واکنش دولت، علت تاریخی یا پیامد سیاسی تمرکز کند. همه اینها ممکن است درست باشند، اما هر انتخاب بخشی از واقعیت را برجسته و بخش‌های دیگر را عقب می‌راند. در نتیجه، بی‌طرفی کامل تقریباً ناممکن است. مسئله اخلاقی این نیست که رسانه هیچ انتخابی نداشته باشد، بلکه باید انتخاب خود را آگاهانه، مسئولانه و تا حد امکان شفاف انجام دهد.

عنوان‌های تحریک‌آمیز از شکاف میان کنجکاو و اطلاعات بهره می‌برند. آنها بخشی از واقعیت را پنهان می‌کنند تا ذهن برای تکمیل آن وارد مطلب شود. این روش گاه بی‌ضرر است، اما اگر به الگوی اصلی تبدیل شود، زبان خبر از اطلاع‌رسانی به شکار توجه تغییر می‌کند. واژه‌هایی مانند «باورنکردنی»، «فوری»، «شوک‌آور»، «راز» و «آنچه به شما نمی‌گویند» به مخاطب وعده می‌دهند چیزی استثنایی در انتظار اوست. اگر این وعده بارها بی‌پشتوانه باشد، اعتماد کاهش می‌یابد، اما تا زمانی که کلیک ایجاد می‌کند، انگیزه استفاده از آن باقی است.

تصویر حتی پیش از زبان می‌تواند توجه را هدایت کند. چهره، حرکت، تضاد رنگ، اندازه و محل قرار گرفتن عناصر، مسیر چشم را تعیین می‌کنند. انسان به چهره‌ها، به‌ویژه چهره‌های دارای احساس شدید، سریع واکنش نشان می‌دهد. تصویر گریه، ترس، خشم یا شگفتی می‌تواند در چند لحظه فضایی عاطفی ایجاد کند که متن طولانی برای ساختن آن به زمان بیشتری نیاز دارد. از این رو، تصویر نه‌تنها همراه خبر، بلکه گاه خودِ داوری درباره خبر می‌شود.

انتخاب یک عکس نامناسب می‌تواند شخصیت فرد یا معنای رویداد را تغییر دهد. سیاستمداری را می‌توان در لحظه‌ای آرام، خشمگین، خسته یا مضحک نشان داد و هر تصویر پیش از خواندن متن برداشتی متفاوت می‌سازد. تکرار تصاویر خاص نیز حافظه جمعی را شکل می‌دهد. جامعه ممکن است یک کشور، گروه یا حادثه را بیشتر از طریق چند تصویر نمادین بشناسد تا مجموعه پیچیده واقعیت‌های آن.

موسیقی و صدا نیز ابزارهای نیرومند هدایت‌اند. در فیلم، تبلیغ و سخنرانی، موسیقی می‌تواند احساس خطر، عظمت، اندوه یا امید را پیش از آنکه مخاطب درباره محتوا داوری کند فعال سازد. صدای بم و آهنگ آهسته به سخن اقتدار می‌بخشند؛ ریتم سریع احساس فوریت ایجاد می‌کند؛ سکوت پیش از جمله‌ای مهم انتظار می‌سازد. انسان اغلب احساس ناشی از صدا را به خود پیام نسبت می‌دهد، بی‌آنکه بداند بخشی از واکنش او از طراحی محیط عاطفی سرچشمه گرفته است.

مراسم سیاسی و مذهبی نمونه‌های قدیمی و سازمان‌یافته مهندسی توجه‌اند. محل برگزاری، جایگاه سخنران، صفوف جمعیت، لباس‌ها، نمادها، سرودها و تکرار شعارها، همگی تجربه‌ای می‌سازند که فرد را از زندگی عادی جدا و در فضای عاطفی مشترکی وارد می‌کند. در جمع، احساسات تکثیر می‌شوند. فرد نه فقط به سخن، بلکه به واکنش دیگران نیز پاسخ می‌دهد. تشویق، گریه، خشم یا شور جمعی می‌تواند تردید شخصی را کاهش دهد و احساس تعلق را تقویت کند.

این تجربه می‌تواند برای جشن، همبستگی، سوگواری یا مقاومت ارزشمند باشد. ملت‌ها بدون آیین و نماد نمی‌توانند حافظه و هویت مشترک بسازند. اما همان نیروی پیونددهنده می‌تواند در خدمت اطاعت نیز قرار گیرد. هنگامی که حکومت حضور در مراسم را معیار وفاداری می‌سازد، رسانه تنها تصویر جمعیت موافق را نشان می‌دهد و تکرار شعار جای گفت‌وگوی عقلانی را می‌گیرد، توجه جمعی به ابزاری برای تولید واقعیتی نمایشی تبدیل می‌شود.

در حکومت‌های ایدئولوژیک، این نمایش دائمی است. قدرت نمی‌خواهد تنها در اداره و قانون حضور داشته باشد؛ می‌خواهد در دیوار، خیابان، تقویم، مدرسه، رسانه و آیین دیده شود. تصویر رهبران، نام کشته‌شدگان مورد تأیید حکومت، شعارهای رسمی، مناسبت‌های مذهبی و روایت دشمن در همه جا تکرار می‌شوند. هدف فقط انتقال پیام نیست؛ اشغال فضای دیداری و ذهنی جامعه است. شهروند حتی هنگامی که به پیام باور ندارد، ناچار است آن را ببیند و بخشی از توجه خود را صرف پذیرش، نادیده گرفتن یا مقاومت در برابر آن کند.

جمهوری اسلامی از نخستین روزهای استقرار خود، مهندسی توجه را به بخشی از معماری قدرت تبدیل کرد. نام خیابان‌ها، محتوای کتاب‌های درسی، برنامه‌های رادیو و تلویزیون، آیین‌های مدرسه، نماز جمعه، مراسم سوگواری، تصاویر کشته‌شدگان جنگ، شعارهای دیواری و مناسبت‌های متعدد، فضای عمومی را در اختیار روایت انقلاب و اسلام سیاسی قرار دادند. هدف آن بود که شهروند نه فقط از حکومت اطاعت کند، بلکه در جهانی نمادین زندگی کند که حکومت مرزهای آن را تعیین کرده است.

این جهان نمادین بر چند محور اصلی استوار بود: دشمن بیرونی، شهادت، مظلومیت تاریخی، اطاعت مذهبی، رسالت فرامرزی و انتظار برای آینده‌ای آرمانی. هر محور، توجه را از زندگی عادی به روایتی بزرگ‌تر منتقل می‌کرد. دشواری اقتصادی می‌توانست بخشی از مقاومت در برابر دشمن معرفی شود؛ مرگ در جنگ به شهادت و پیروزی معنوی تبدیل گردد؛ محدودیت فردی در قالب وظیفه دینی توجیه شود؛ و ناکامی حکومت زیر سایه مأموریتی تاریخی قرار گیرد.

قدرت ایدئولوژی در این است که تنها اطلاعات ارائه نمی‌دهد؛ به رویدادها معنا می‌بخشد. انسان می‌تواند فقر، جنگ یا سرکوب را ببیند، اما چارچوب ایدئولوژیک تعیین می‌کند آنها را چگونه تفسیر کند. اگر رنج نشانه حقانیت معرفی شود، ناکامی حکومت ممکن است به جای کاهش مشروعیت، به اثبات مظلومیت تبدیل گردد. اگر دشمنی دائمی باشد، هر انتقاد داخلی می‌تواند کمک به دشمن نام گیرد. مهندسی توجه در اینجا هم‌زمان با مهندسی معنا عمل می‌کند.

حکومت با انتخاب آنچه باید بارها دیده و شنیده شود، نسبت‌های ذهنی جامعه را تغییر می‌دهد. موضوعی که در زندگی واقعی سهم محدودی دارد، ممکن است در فضای رسمی حضوری بسیار بزرگ پیدا کند. در مقابل، موضوعی که برای میلیون‌ها نفر اهمیت حیاتی دارد، مانند آزادی فردی، کیفیت آموزش، بحران آب یا فساد، می‌تواند کم‌رنگ یا تحریف شود. این تفاوت میان واقعیت زندگی و واقعیت بازنمایی‌شده، یکی از سرچشمه‌های بیگانگی شهروندان از زبان رسمی است.

پس از مدتی، مردم می‌آموزند که میان آنچه حکومت می‌گوید و آنچه زندگی می‌کنند فاصله بگذارند. اما حتی بی‌اعتمادی نیز هزینه توجه دارد. شهروند باید خبر رسمی را بشنود، معنای پنهان آن را حدس بزند، منبع دیگری پیدا کند، روایت‌ها را مقایسه کند و از

امنیت ارتباط خود نگران باشد. در جامعه آزاد، انرژی ذهنی می‌تواند صرف فهم موضوع شود؛ در جامعه تبلیغاتی، بخشی از آن صرف تشخیص دروغ و عبور از سانسور می‌گردد. این هزینه پنهان بر دوش همه قرار می‌گیرد.

مهندسی توجه در حکومت‌های جدید تنها از رسانه‌های رسمی استفاده نمی‌کند. شبکه‌های اجتماعی نیز به میدان عملیات تبدیل شده‌اند. حساب‌های سازمان‌یافته می‌توانند موضوعی را برجسته کنند، هشتگی را گسترش دهند، مخالفان را آزار دهند و تصویری ساختگی از افکار عمومی بسازند. کاربرد ممکن است تصور کند با واکنش طبیعی جامعه روبه‌روست، در حالی که بخشی از موج به‌طور هماهنگ تولید شده است. هدف همیشه متقاعد کردن نیست؛ گاه ایجاد احساس تنهایی، محاصره یا بی‌فایده‌ی مقاومت کافی است.

هنگامی که فرد با صدها پیام مشابه مواجه می‌شود، ممکن است گمان کند دیدگاه او در اقلیت مطلق است، حتی اگر واقعیت چنین نباشد. انسان برای ارزیابی خطر و موقعیت اجتماعی خود به رفتار دیگران نگاه می‌کند. مهندسی تصور اکثریت می‌تواند به همان اندازه خود اکثریت اثرگذار باشد. سکوت افراد نیز این تصویر را تقویت می‌کند؛ هرکس چون دیگری را خاموش می‌بیند، خود نیز از سخن گفتن پرهیز می‌کند و نتیجه، سکوتی جمعی است که هیچ‌کس به تنهایی آن را انتخاب نکرده است.

از سوی دیگر، مخالفان حکومت نیز ممکن است از همان ابزارهای مهندسی توجه استفاده کنند. عنوان‌های اغراق‌آمیز، پیش‌بینی‌های قطعی، تصاویر تکان‌دهنده و حمله‌های شخصی می‌توانند مخاطب بیشتری جلب کنند. انگیزه رقابت رسانه‌ای ممکن است فعالان را وادار کند هر رویداد را نقطه پایان حکومت، هر اختلاف را خیانت و هر عقب‌نشینی را پیروزی نهایی معرفی کنند. این زبان شاید در کوتاه‌مدت هیجان ایجاد کند، اما در بلندمدت اعتماد و توان تحلیل واقع‌بینانه را کاهش می‌دهد.

جامعه‌ای که بارها وعده تحول فوری شنیده و نتیجه‌ای ندیده است، به‌تدریج نسبت به همه پیام‌ها بدبین می‌شود. مهندسی امید اگر بر واقعیت و برنامه استوار نباشد، می‌تواند همان اندازه مخرب باشد که مهندسی ترس. امید واقعی توان عمل ایجاد می‌کند، اما امید نمایشی تنها توجه را برای مدتی بسیج و سپس آن را خسته‌تر می‌سازد. اپوزیسیون مسئول نباید از همان نقاط ضعف روانی مردم استفاده کند که حکومت و بازار از آنها بهره می‌برند.

مهندسی توجه در سیاست بیش از همه بر دو احساس تکیه دارد: ترس و امید. ترس انسان را به جست‌وجوی امنیت و اطاعت سوق می‌دهد؛ امید او را برای حرکت و تحمل دشواری آماده می‌کند. هر دو ضروری‌اند، اما هر دو قابل دستکاری‌اند. قدرت می‌تواند خطری واقعی را بزرگ‌تر از اندازه نشان دهد یا خطری ساختگی ایجاد کند. رهبر سیاسی نیز می‌تواند آینده‌ای بسیار درخشان وعده دهد، بی‌آنکه مسیر معتبری برای رسیدن به آن ارائه کند.

ترس میدان توجه را تنگ می‌کند. انسان هراسان کمتر به گزینه‌های پیچیده می‌اندیشد و بیشتر در جست‌وجوی پاسخ روشن و فوری است. او ممکن است آزادی را در برابر وعده امنیت واگذار کند، گروهی را بدون بررسی دشمن بداند یا از رهبری قدرتمند اطاعت نماید. به همین دلیل، حکومت‌های اقتدارگرا همواره به دشمن نیاز دارند. دشمن، بحران را دائمی و پرسش‌گری را خطرناک جلوه می‌دهد. در فضای اضطرابی، حکومت از شهروند نمی‌خواهد عملکرد را ارزیابی کند؛ از او می‌خواهد جبهه خود را انتخاب کند.

امید نیز می‌تواند توجه را از واقعیت جدا کند. وعده بازگشت شکوه گذشته، حل سریع همه مشکلات یا ظهور نجات‌دهنده‌ای استثنایی، پیچیدگی ساختن آینده را پنهان می‌کند. جامعه به جای نهاد، قانون، آموزش و همکاری، توجه خود را به چهره‌ای واحد می‌سپارد. امیدی که به فرد وابسته باشد، با رفتن یا شکست او فرو می‌ریزد؛ امیدی که بر ظرفیت جامعه و ساختارهای پایدار بنا شود، می‌تواند از فراز و فرود رهبران عبور کند.

خشم سومین نیروی بزرگ مهندسی توجه است. خشم تمرکز می‌آفریند، انرژی ایجاد می‌کند و بی‌عدالتی را به عمل سیاسی پیوند می‌دهد. بدون خشم اخلاقی، بسیاری از جنبش‌های آزادی‌خواهانه آغاز نمی‌شدند. اما خشم اگر دائماً تحریک و بدون مسیر سازنده رها شود، می‌تواند به اعتیاد عاطفی تبدیل گردد. فرد برای احساس قدرت یا تعلق، به موضوعات خشم‌آور بازی‌گردد. رسانه و فعال سیاسی می‌آموزند که هرچه زیان‌تندتر باشد، واکنش بیشتر خواهد بود.

خشم مداوم پیچیدگی را تحمل نمی‌کند. جهان به خوب و بد، خائن و قهرمان، ما و آنان تقسیم می‌شود. خطای فرد هم‌فکر توجیه و خطای مخالف بزرگ‌نمایی می‌گردد. در چنین فضایی، تغییر نظر نشانه ضعف و گفت‌وگو با مخالف خیانت تلقی می‌شود. الگوریتم نیز با دیدن واکنش‌های فراوان، همان محتوا را بیشتر توزیع می‌کند. نتیجه، چرخه‌ای است که در آن خشم توجه تولید می‌کند و توجه بیشتر، محتوای خشم‌آور بیشتری به وجود می‌آورد.

این چرخه می‌تواند جامعه را از اقدام مؤثر دور کند. فرد ساعت‌ها به خبر، بحث و محکوم کردن می‌پردازد و احساس می‌کند مشارکت سیاسی داشته است، اما هیچ سازمان، رابطه یا برنامه‌ای ساخته نمی‌شود. خشم در صفحه مصرف می‌شود و سامانه از آن درآمد کسب می‌کند. حکومت نیز ممکن است از پراکندگی مخالفان و نزاع‌های درونی آنان بهره‌برد. انرژی‌ای که می‌توانست به همکاری تبدیل شود، در واکنش‌های کوتاه و فراموش‌شونده تخلیه می‌گردد.

مهندسی توجه همچنین از تکرار استفاده می‌کند. جمله‌ای که بارها شنیده می‌شود، آشناتر و در نتیجه برای ذهن قابل قبول‌تر به نظر می‌رسد. آشنایی به معنای حقیقت نیست، اما ذهن اغلب پردازش آسان‌تر را با اعتبار بیشتر اشتباه می‌گیرد. شعارهای سیاسی به همین دلیل کوتاه، آهنگین و تکرارشونده‌اند. آنها برای توضیح واقعیت ساخته نشده‌اند؛ برای ماندن در حافظه و فعال شدن در لحظه تصمیم‌طراحی شده‌اند.

تکرار می‌تواند واژه‌ای را از معنای اولیه خالی و معنایی تازه به آن بدهد. حکومت ممکن است سرکوب را امنیت، تبعیض را ارزش، سانسور را حفاظت و دخالت خارجی را دفاع پیشگیرانه بنامد. اگر این واژه‌ها به اندازه کافی تکرار شوند، حتی مخالفان نیز ممکن است ناخواسته از همان زبان استفاده کنند. در آن لحظه، حکومت تنها گفت‌وگو را کنترل نکرده است؛ چارچوب اندیشیدن درباره موضوع را نیز تعیین کرده است.

از همین رو، مقاومت در برابر مهندسی توجه نیازمند بازپس‌گیری زبان است. جامعه باید بتواند تجربه‌های خود را با واژه‌های خود نام‌گذاری کند. زنی که با اجبار پوشش روبه‌روست، نباید ناچار باشد مسئله را در چارچوب «بدحجابی» حکومت توضیح دهد؛ موضوع اصلی حق انتخاب و مالکیت بر بدن است. شهروندی که به فساد اعتراض دارد، نباید در چارچوب «سیاه‌نمایی» پاسخ دهد؛ مسئله، پاسخ‌گویی قدرت است. تغییر واژه، گاه نخستین گام تغییر میدان توجه است.

حافظه کوتاه رسانه‌ای نیز بخشی از مهندسی توجه است. جریان دائمی خبر فرصت نمی‌دهد یک موضوع برای مدت کافی در مرکز بماند. هر بحران، بحران پیشین را کنار می‌زند. قدرت می‌تواند بر این فراموشی حساب کند. وعده‌ای داده می‌شود، رسوایی‌ای آشکار می‌گردد، چند روز بحث ادامه می‌یابد و سپس حادثه‌ای دیگر جای آن را می‌گیرد. بدون ثبت، پیگیری و بازگشت آگاهانه، توجه عمومی توان تبدیل شدن به پاسخ‌گویی را از دست می‌دهد.

خبر فوری از نظر روانی احساس مشارکت ایجاد می‌کند. فرد می‌خواهد بداند همین اکنون چه رخ داده است، اما دانستن نخستین خبر معمولاً برای فهم کافی نیست. اطلاعات اولیه ناقص، متناقض و گاه نادرست‌اند. با این حال، رقابت رسانه‌ای همه را به سرعت وادار می‌کند. تحلیل پیش از تثبیت واقعیت آغاز می‌شود و موضع‌گیری پیش از شناخت شکل می‌گیرد. وقتی اطلاعات دقیق‌تر می‌رسد، توجه عمومی ممکن است به موضوع دیگری منتقل شده باشد.

این ساختار به کسانی پاداش می‌دهد که سریع‌تر و قطعی‌تر سخن می‌گویند، نه کسانی که دقیق‌ترند. کارشناس محتاط ممکن است بگوید هنوز داده کافی وجود ندارد؛ چهره رسانه‌ای قطعی‌ترین روایت را ارائه می‌کند و توجه را به دست می‌آورد. اگر بعداً اشتباه بودن سخن روشن شود، هزینه چندانی پرداخت نمی‌کند، زیرا چرخه خبر از آن گذشته است. به این ترتیب، بازار توجه اعتماد به نفس نمایشی را بر فروتنی دانشی ترجیح می‌دهد.

یکی از پیامدهای عمیق این وضعیت، فرسایش رابطه انسان با حقیقت است. حقیقت به فرایند، زمان و امکان اصلاح نیاز دارد. باید شواهد گردآوری، ادعاها مقایسه و فرضیه‌ها بازنگری شوند. اما محیط توجه سریع، پاسخ فوری می‌خواهد. انسان پیش از آنکه بداند، باید واکنش نشان دهد. هویت سیاسی و اجتماعی او نیز ممکن است به همان واکنش گره بخورد، به گونه‌ای که تغییر نظر بعدی برایش دشوار شود.

وقتی باور به هویت تبدیل شود، اطلاعات مخالف تنها یک داده تازه نیست؛ تهدیدی علیه تعلق فرد است. مهندسی توجه سیاسی از این پیوند بهره می‌برد. پیام‌ها نه صرفاً درباره سیاست، بلکه درباره اینکه «تو چه کسی هستی» ساخته می‌شوند. اگر از این رهبر حمایت کنی، میهن‌پرست، مؤمن، پیشرو یا آزادی‌خواهی؛ اگر مخالفت کنی، به گروه مقابل تعلق داری. در چنین فضایی، ارزیابی مستقل دشوار می‌شود، زیرا هر پرسش ممکن است به معنای خروج از جمع تلقی گردد.

تعلق اجتماعی نیازی واقعی و انسانی است. مشکل آن نیست که انسان عضو گروهی باشد؛ مشکل زمانی آغاز می‌شود که گروه حق دیدن، شنیدن و پرسیدن او را محدود کند. گروه‌هایی که حاکمیت بر توجه اعضای خود را به رسمیت نمی‌شناسند، از وفاداری به اطاعت می‌رسند. آنان منابع خبری، واژگان مجاز، دشمنان و موضوعات مهم را تعیین می‌کنند. فرد ممکن است آزادی خود را با رضایت واگذار کند، زیرا امنیت تعلق را در برابر دشواری استقلال ترجیح می‌دهد.

مهندسی توجه در روابط شخصی نیز حضور دارد. افراد می‌توانند با سکوت، تهدید به ترک، ایجاد حس گناه یا تغییر مداوم فضای عاطفی، توجه دیگری را کنترل کنند. رابطه‌ای ناسالم ممکن است چنان ذهن فرد را اشغال کند که بخش بزرگی از انرژی او صرف پیش‌بینی واکنش، آرام کردن دیگری یا جلوگیری از درگیری شود. در این حالت، تصرف توجه بدون فناوری و رسانه رخ داده است. انسان می‌تواند به زندانی تبدیل شود که دیوارهای آن از نگرانی عاطفی ساخته شده‌اند.

محیط کار نیز می‌تواند توجه را مهندسی کند. جلسه‌های مکرر، پیام‌های فوری، گزارش‌های بی‌پایان و تغییر دائمی اولویت‌ها کارکنان را در حالت واکنشی نگه می‌دارند. سازمان ممکن است مشغول و فعال به نظر برسد، اما فرصت اندیشیدن عمیق از میان برود. مدیران گاه به دلیل نیاز به احساس کنترل، درخواست‌های پیاپی تولید می‌کنند و ناخواسته ظرفیت تمرکز سازمان را کاهش می‌دهند. هر درخواست کوچک ممکن است منطقی باشد، اما مجموع آنها معماری‌ای می‌سازد که در آن هیچ‌کس نمی‌تواند کار اصلی را با آرامش انجام دهد.

رهبر سازمان با توجه خود توجه دیگران را نیز شکل می‌دهد. اگر مدیر هر هفته اولویتی تازه اعلام کند، کارکنان می‌آموزند که هیچ برنامه‌ای ماندگار نیست. اگر تنها به بحران‌ها واکنش نشان دهد، افراد برای دیده شدن بحران تولید یا بزرگ‌نمایی می‌کنند. اگر فقط خطا را ببیند و پیشرفت را نادیده بگیرد، توجه سازمان به دفاع از خود و پنهان کردن مشکل معطوف می‌شود. فرهنگ سازمانی تا حد زیادی بازتاب آن چیزی است که رهبری می‌بیند، می‌سجد و درباره آن پرسش می‌کند.

مهندسی توجه در مصرف نیز سابقه‌ای طولانی دارد. فروشگاه‌ها کالاهای خاص را در مسیر نگاه قرار می‌دهند، موسیقی و نور را برای افزایش ماندن تنظیم می‌کنند و محصولات کوچک را در محل انتظار می‌گذارند تا تصمیم ناگهانی آسان‌تر شود. تبلیغات کمبود، منزلت، زیبایی، جوانی یا امنیت را به کالا پیوند می‌زنند. محصول تنها شیئی برای استفاده نیست؛ وعده تبدیل شدن به انسانی دیگر است.

فناوری دیجیتال این روش‌ها را شخصی‌تر کرده است. تبلیغ براساس رفتار فرد تغییر می‌کند و می‌تواند در زمانی ظاهر شود که احتمال اثرگذاری بیشتر است. کسی که درباره بیماری، مهاجرت، مشکلات مالی یا رابطه جست‌وجو کرده، ممکن است در لحظه‌ای آسیب‌پذیر با پیام‌هایی روبه‌رو شود که دقیقاً همان نگرانی را هدف گرفته‌اند. مرز میان پاسخ به نیاز و بهره‌برداری از آسیب‌پذیری در اینجا باریک می‌شود.

هوش مصنوعی این توان را گسترش خواهد داد. سامانه‌ها می‌توانند نه فقط علایق، بلکه لحن، حالت عاطفی و زمان مناسب برای مداخله را بهتر تشخیص دهند. محتوا ممکن است در لحظه برای هر فرد تولید شود؛ عنوان، تصویر، صدا و استدلال براساس ویژگی‌های احتمالی او تغییر کند. تبلیغ عمومی جای خود را به پیامی می‌دهد که برای ذهن یک فرد خاص طراحی شده است. در چنین شرایطی، انسان دیگر نمی‌تواند به آسانی پیام دریافتی خود را با تجربه دیگران مقایسه کند.

این شخصی‌سازی می‌تواند خدمات ارزشمندی ایجاد کند. آموزش می‌تواند با سرعت و نیاز شاگرد هماهنگ شود، درمان روانی می‌تواند حمایت مناسب‌تری ارائه دهد و اطلاعات پیچیده با زبان قابل فهم برای هر فرد توضیح داده شوند. اما همان توان می‌تواند برای فروش، نفوذ سیاسی و وابستگی نیز به کار رود. فناوری ذات اخلاقی ثابت ندارد؛ جهت آن را هدف، مالکیت، قواعد و ساختار پاداش تعیین می‌کنند.

اگر هوش مصنوعی وظیفه داشته باشد زمان حضور را افزایش دهد، می‌تواند به تدریج بهترین راه‌های جلب هر فرد را کشف کند. ممکن است بداند چه نوع ترس، شوخی، خشم یا تحسینی او را نگه می‌دارد. انسان در برابر سامانه‌ای قرار می‌گیرد که با میلیون‌ها

آزمایش رفتار خود را اصلاح کرده، در حالی که خود او شاید حتی از اثرگذاری آن آگاه نباشد. این رابطه از نظر توان شناختی نامتقارن است: سامانه داده‌های فراوانی درباره فرد دارد، اما فرد دانش اندکی درباره سازوکار سامانه در اختیار دارد.

همین نابرابری، مسئله حاکمیت بر توجه را به مسئله حقوق تبدیل می‌کند. آزادی انتخاب تنها زمانی معنا دارد که انسان از شرایط انتخاب تا اندازه معقولی آگاه باشد. اگر محیط نقاط ضعف او را پنهانی شناسایی و فعال کند، رضایت ظاهری ممکن است برای اثبات آزادی کافی نباشد. همان‌گونه که جامعه در معاملات مالی، پزشکی و حقوقی از طرف ضعیف‌تر حمایت می‌کند، شاید در آینده ناچار شود از انسان در برابر سامانه‌هایی که توان بی‌سابقه‌ای برای پیش‌بینی و هدایت او دارند حمایت کند.

اما قانون به تنهایی کافی نخواهد بود. مهندسی توجه در همه‌جا حضور دارد و نمی‌توان هر رنگ، اعلان یا پیشنهاد را با مقررات کنترل کرد. انسان به توانایی تشخیص و مقاومت نیاز دارد. این توانایی با آگاهی از لحظه‌ای آغاز می‌شود که توجه از مسیر خود خارج می‌گردد. فرد باید بتواند مکث کند و بپرسد: چرا اکنون به این موضوع نگاه می‌کنم؟ آیا خودم آن را انتخاب کردم؟ چه احساسی مرا به سوی آن کشاند؟ پس از این توجه، چه چیزی به دست می‌آورم و چه چیزی را کنار می‌گذارم؟

این پرسش‌ها ساده‌اند، اما میان محرک و واکنش فاصله ایجاد می‌کنند. مهندسی توجه زمانی بیشترین قدرت را دارد که رفتار سریع و خودکار باشد. مکث، فرایند را از ناخودآگاه به آگاهی می‌آورد. انسان شاید همچنان تصمیم بگیرد پیام را بخواند یا ویدئو را ببیند، اما انتخاب او دیگر کاملاً پنهان شکل نگرفته است. حاکمیت همیشه به معنای مخالفت نیست؛ گاه به معنای آن است که فرد بداند چرا موافقت می‌کند.

ایجاد نقطه پایان نیز از ابزارهای بازپس‌گیری توجه است. بسیاری از محیط‌های دیجیتال پایان طبیعی ندارند، بنابراین انسان باید پایان را خود بسازد. ممکن است پیش از ورود هدفی مشخص کند، زمان یا تعداد معینی را در نظر بگیرد یا پس از انجام کار از سامانه خارج شود. هدف از این کار تبدیل استفاده بی‌پایان به کنشی دارای آغاز و پایان است. ابزار باید پس از خدمت، فرد را به زندگی بازگرداند.

خاموش کردن برخی اعلان‌ها، دور کردن ابزار از فضای خواب و گفت‌وگو و اختصاص زمان‌هایی برای مطالعه یا کار بدون وقفه، اقدامات کوچکی‌اند، اما معنای آنها فراتر از مدیریت زمان است. این اقدامات بازتعریف حق ورود به ذهن‌اند. فرد تصمیم می‌گیرد همه پیام‌ها فوریت ندارند و هر سامانه‌ای اجازه ندارد در هر لحظه او را فراخواند. او میان دسترس‌پذیری و تسلیم تفاوت می‌گذارد. با این حال، نباید مسئولیت را فقط بر دوش فرد گذاشت. کودکی که در محیطی طراحی‌شده برای وابستگی رشد می‌کند، نمی‌تواند به تنهایی با شرکت‌هایی بزرگ و دانش رفتاری گسترده مقابله کند. کارمندی که سازمان از او پاسخ دائمی می‌خواهد، با خاموش کردن اعلان ممکن است شغل خود را به خطر اندازد. شهروندی که تنها راه دسترسی به خدمات یا گفت‌وگوی عمومی از پلتفرمی خاص می‌گذرد، انتخابی کاملاً آزاد ندارد. حاکمیت بر توجه نیازمند تغییر در خانواده، آموزش، سازمان، قانون و طراحی فناوری است.

اصل اخلاقی طراحی باید از «چگونه کاربر را بیشتر نگه داریم؟» به «چگونه به او کمک کنیم هدف خود را بهتر انجام دهد؟» تغییر کند. سامانه‌ای که واقعاً در خدمت انسان است، موفقیت را تنها با زمان حضور نمی‌سنجد. گاه بهترین نتیجه آن است که کاربر سریع‌تر کارش را انجام دهد و خارج شود. ابزار مسیریابی خوب نمی‌خواهد فرد ساعت‌ها در نقشه بماند؛ او را به مقصد می‌رساند.

برنامه بانکی خوب، انتقال پول را آسان می‌کند و نیاز ندارد کاربر بی‌هدف در آن حرکت کند. این منطق می‌تواند به دیگر حوزه‌ها نیز گسترش یابد.

شفافیت الگوریتمی نیز بخشی از راه‌حل است، هرچند توضیح کامل کد برای عموم کافی نخواهد بود. کاربر باید به زبان روشن بداند چرا مطلبی را می‌بیند، چه عواملی در پیشنهاد آن نقش داشته‌اند و چگونه می‌تواند ترتیب یا منبع محتوا را تغییر دهد. او باید بتواند میان جریان شخصی‌سازی‌شده، ترتیب زمانی و منابع انتخاب‌شده خود تفاوت بگذارد. حق انتخاب بدون امکان تغییر تنظیمات واقعی، به نمایش آزادی تبدیل می‌شود.

جامعه همچنین به فضاهایی نیاز دارد که منطق بازار توجه بر آنها حاکم نباشد. کتابخانه، مدرسه، دانشگاه، رسانه عمومی، پارک، موزه و گفت‌وگوی حضوری می‌توانند محیط‌هایی برای توجه آرام‌تر فراهم آورند. اگر همه عرصه‌های زندگی تابع تبلیغ، سرعت و واکنش شوند، انسان جایی برای تمرین شکل دیگری از حضور نخواهد داشت. حاکمیت فردی بدون زیرساخت فرهنگی به دشواری دوام می‌آورد.

هنر و ادبیات در این میان نقشی اساسی دارند. اثر هنری عمیق، توجه را نمی‌ریاید تا آن را مصرف کند؛ آن را دگرگون می‌سازد. شعر می‌تواند انسان را وادار کند بر یک واژه مکث کند، موسیقی او را از زمان روزمره بیرون ببرد و رمان امکان زندگی کردن در تجربه دیگری را فراهم آورد. هنر تمرینی برای دیدن بیشتر در چیزهای کمتر است، در حالی که بازار توجه اغلب چیزهای بیشتر را با دیدنی کمتر عرضه می‌کند.

طبیعت نیز شکلی متفاوت از توجه طلب می‌کند. درخت، آسمان و رودخانه اعلان نمی‌فرستند و برای حفظ نگاه انسان رقابت نمی‌کنند. حضور در طبیعت می‌تواند ذهن را از حالت واکنش مداوم خارج سازد و به توجهی بازتر و آرام‌تر برگرداند. این تجربه به معنای نفی فناوری نیست؛ یادآوری این است که همه محیط‌ها نباید برای تحریک ساخته شده باشند.

گفت‌وگوی واقعی نیز مقاومت در برابر مهندسی پراکندگی است. هنگامی که دو انسان بدون بررسی مداوم صفحه به یکدیگر گوش می‌دهند، اعلام می‌کنند که حضور دیگری از جریان بی‌پایان پیام‌ها مهم‌تر است. این عمل کوچک، نوعی بازپس‌گیری حاکمیت است. توجه کامل هدیه‌ای است که ارزش آن در جهان پراکنده بیشتر شده است.

در سطح ملی، بازپس‌گیری توجه مستلزم ساختن دستور کاری مستقل است. ملت نمی‌تواند اجازه دهد حکومت، رسانه یا موج‌های شبکه‌ای هر روز موضوع اصلی آن را تعیین کنند. جامعه باید بتواند در کنار پاسخ به رویدادهای فوری، چند پرسش بنیادی را برای سال‌ها در مرکز نگه دارد: چه نظامی آزادی و حاکمیت قانون را تضمین می‌کند؟ چگونه می‌توان آموزش، اقتصاد، محیط زیست و اعتماد عمومی را بازسازی کرد؟ جایگاه فرد، دین، دولت و ملت در ایران آینده چیست؟ این پرسش‌ها با یک موج خبری حل نمی‌شوند؛ به توجه پایدار و سازمان‌یافته نیاز دارند.

اپوزیسیون ایران نیز باید مهندسی توجه را نه فقط در عملکرد حکومت، بلکه در رفتار خود بررسی کند. آیا هر اختلاف داخلی شایسته تبدیل شدن به بحران عمومی است؟ آیا پاسخ دادن به هر ادعا و توهین، به برجسته شدن همان ادعا کمک نمی‌کند؟ آیا

تمرکز بیش از اندازه بر چهره‌ها، برنامه‌ها و نهادها را به حاشیه نمی‌راند؟ آیا تولید مداوم هیجان جای سازمان‌دهی را نگرفته است؟ این پرسش‌ها برای خاموش کردن اختلاف نیستند؛ برای حفظ سرمایه محدود توجه سیاسی‌اند.

حکومت از جامعه‌ای واکنشی سود می‌برد. هرچه مخالفان بیشتر براساس اقدامات روزانه حکومت حرکت کنند، حکومت توان بیشتری برای تعیین میدان دارد. جامعه آزاد آینده باید از امروز تمرین کند که دستور کار خود را بسازد. این دستور کار باید از زندگی مردم، حقوق فردی، منافع ملی و برنامه‌های قابل اجرا سرچشمه گیرد. مخالفت با استبداد ضروری است، اما آزادی تنها نفی استبداد نیست؛ ساختن نظامی است که فردا جای آن را بگیرد.

مهندسی توجه نشان می‌دهد که قدرت همیشه با زور آشکار وارد نمی‌شود. گاه انتخاب‌ها را حذف نمی‌کند؛ آنها را چنان می‌چیند که یکی محتمل‌تر شود. گاه حقیقت را ممنوع نمی‌سازد؛ آن را زیر انبوهی از صداها پنهان می‌کند. گاه انسان را وادار به اطاعت نمی‌کند؛ محیطی می‌سازد که رفتار مطلوب به عادت تبدیل شود. و گاه آزادی را از میان نمی‌برد؛ آن را چنان سطحی می‌کند که فرد احساس انتخاب داشته باشد، در حالی که مسیر توجه او پیش‌تر طراحی شده است.

از همین رو، حاکمیت بر توجه به معنای یافتن یک فضای کاملاً خالص و بدون اثرگذاری نیست. چنین فضایی وجود ندارد. انسان همیشه از زبان، فرهنگ، خانواده، تجربه و محیط تأثیر می‌پذیرد. استقلال کامل ذهن افسانه‌ای دست‌نیافتنی است. آنچه ممکن و ضروری است، افزایش آگاهی، تنوع منابع، امکان خروج، حق اعتراض و توان بازنگری در انتخاب‌هاست. حاکمیت به معنای نبود تأثیر نیست؛ به معنای آن است که هیچ قدرتی حق تأثیرگذاری پنهان، نامحدود و بی‌پاسخ‌گویی نداشته باشد.

انسان آزاد کسی نیست که هیچ‌کس بر او اثر نمی‌گذارد. چنین انسانی نه می‌آموزد، نه دوست می‌دارد و نه عضو جامعه می‌شود. انسان آزاد کسی است که می‌تواند اثرها را ببیند، آنها را بسنجد، برخی را بپذیرد و برخی را رد کند. می‌تواند نظر خود را تغییر دهد، از گروه فاصله بگیرد و در برابر محرکی که برای واکنش سریع طراحی شده مکث کند. آزادی توجه، آزادی انتخاب میان تأثیرهاست.

این فصل از ابزارها و سازوکارهایی سخن گفت که نگاه، احساس و رفتار انسان را هدایت می‌کنند. اعلان‌ها وقفه می‌سازند، پاداش‌های نامنظم عادت ایجاد می‌کنند، اعداد نیاز به تأیید را به رقابت تبدیل می‌سازند، الگوریتم‌ها جهان را براساس احتمال واکنش مرتب می‌کنند، زبان و تصویر چارچوب داوری را شکل می‌دهند و حکومت‌ها با تکرار، آیین، بحران و دشمن، توجه جمعی را در مسیر مطلوب خود نگه می‌دارند. هیچ‌یک از این ابزارها به تنهایی اختیار انسان را به کلی از میان نمی‌برد، اما مجموع آنها می‌تواند محیطی بسازد که در آن انتخاب مستقل دشوارتر شود.

نکته اصلی این نیست که انسان ضعیف یا ناتوان است. برعکس، همین که این سازوکارها برای اثرگذاری بر او به چنین طراحی دقیق و گسترده‌ای نیاز دارند، نشان می‌دهد اراده انسانی همچنان مانعی واقعی است. اما اراده بدون شناخت محیط، دائماً فرسوده می‌شود. فرد نمی‌تواند هر لحظه با نیروی خام تصمیم‌گیری در برابر صدها محرک مقاومت کند. آزادی پایدار نیازمند محیطی است که آن را ممکن و آسان‌تر سازد.

همان‌گونه که معماری شهر می‌تواند حرکت را ایمن یا خطرناک کند، معماری دیجیتال و سیاسی نیز می‌تواند اندیشه را آزاد یا وابسته سازد. جامعه‌ای که به آزادی توجه اهمیت می‌دهد، تنها از فرد نمی‌خواهد قوی‌تر باشد؛ محیط را نیز مسئول می‌داند. طراحی باید

شفاف، خروج باید آسان، حریم خصوصی باید محترم و استفاده از آسیب‌پذیری‌های روانی باید محدود باشد. آموزش باید توان تمرکز و تحلیل را پرورش دهد و سیاست باید از تبدیل ترس و دروغ به ابزار دائمی قدرت جلوگیری کند.

اما مهندسی توجه تنها برای فروش و کنترل به کار نمی‌رود. همین دانش می‌تواند در خدمت آزادی قرار گیرد. می‌توان محیط‌هایی ساخت که مطالعه را آسان‌تر، گفت‌وگو را عمیق‌تر، اطلاعات معتبر را قابل دسترس‌تر و مشارکت مدنی را معنادارتر کنند. می‌توان الگوریتم‌هایی طراحی کرد که تنوع دیدگاه را افزایش دهند، به کاربر نقطه پایان بدهند و به جای خشم، فهم را پاداش دهند. مسئله کنار گذاشتن مهندسی نیست؛ بازگرداندن هدف انسانی به آن است.

فصل نخست توجه را قلمرو آزادی معرفی کرد. فصل دوم آن را سرمایه‌ای محدود و سازنده آینده دانست. فصل سوم نشان داد که این سرمایه در بازاری گسترده خرید و فروش می‌شود. فصل چهارم اکنون آشکار کرده است که بازار تنها مصرف‌کننده توجه نیست؛ آن را طراحی، تحریک و جهت‌دهی نیز می‌کند. درک این مرحله برای ادامه بحث ضروری است، زیرا قدرت واقعی تنها در داشتن منابع نیست؛ در توانایی شکل دادن به نگاه دیگران است.

فصل آینده به همین قدرت خواهد پرداخت. خواهیم دید که چگونه توجه، پس از گردآوری، به ثروت، اعتبار، نفوذ فرهنگی و قدرت سیاسی تبدیل می‌شود؛ چگونه فرد یا نهادی که میلیون‌ها نگاه را در اختیار دارد، می‌تواند دستور کار عمومی را تغییر دهد؛ و چرا در جهان جدید، شهرت تنها نتیجه قدرت نیست، بلکه خود یکی از سرچشمه‌های آن شده است.

در عصر صنعتی، قدرت در مالکیت ماشین، کارخانه و سرمایه مالی متمرکز بود. در عصر اطلاعات، داده به منبع تازه‌ای تبدیل شد. اما در پشت همه این منابع، عاملی انسانی قرار دارد که به آنها ارزش می‌دهد: نگاه، اعتماد و تمرکز مردم. کسی که بتواند توجه را جمع کند، می‌تواند اندیشه را وارد گفت‌وگو سازد، کالا را بفروشد، هویت بیافریند، دشمن معرفی کند، امید بسازد و جامعه‌ای را به حرکت درآورد.

قدرت از جایی آغاز می‌شود که دیگران به سوی کسی یا چیزی نگاه می‌کنند. اما پرسش آزادی از همان لحظه شکل می‌گیرد: چه کسی تصمیم گرفته است که نگاه ما در آنجا بماند؟

فصل پنجم

قدرت توجه؛ ثروت و نفوذ در جهان جدید

قدرت همیشه از زور آغاز نمی‌شود. گاه پیش از آنکه فرمانی صادر شود، پیش از آنکه قانونی نوشته شود یا نهادی به اطاعت واداشته شود، نگاه مردم به سوی موضوعی خاص هدایت شده است. کسی که دیده می‌شود، امکان سخن گفتن پیدا می‌کند؛ کسی که سخنش شنیده می‌شود، می‌تواند معنا بسازد؛ و کسی که معنا می‌سازد، بر تصمیم، احساس و رفتار دیگران اثر می‌گذارد. از همین رو، توجه را نباید فقط سرمایه‌ای اقتصادی یا پدیده‌ای روان‌شناختی دانست. توجه، یکی از سرچشمه‌های قدرت است.

در جهان سنتی، قدرت غالباً از جایگاه رسمی سرچشمه می‌گرفت. پادشاه، روحانی، فرمانده، مالک زمین یا رئیس قبیله به سبب مقامی که در ساختار جامعه داشت، دیده و شنیده می‌شد. مردم به او توجه می‌کردند، زیرا قدرت پیشاپیش در اختیارش بود. در جهان جدید، این رابطه تا اندازه‌ای معکوس شده است. امروز ممکن است فردی نخست توجه گسترده به دست آورد و سپس آن توجه را به ثروت، مقام و نفوذ سیاسی تبدیل کند. شهرت دیگر فقط نتیجه قدرت نیست؛ خود می‌تواند قدرت تولید کند.

این دگرگونی را می‌توان در زندگی چهره‌های رسانه‌ای، ورزشکاران، هنرمندان، فعالان اجتماعی و سیاستمداران مشاهده کرد. کسی که میلیون‌ها نفر او را دنبال می‌کنند، حتی اگر هیچ مقام رسمی نداشته باشد، می‌تواند بازار را جابه‌جا کند، روایت سیاسی بسازد، بر رفتار مصرف‌کنندگان اثر بگذارد و گروه بزرگی را به حمایت یا مخالفت فراخواند. او ممکن است تنها با انتشار یک پیام، ارزش اقتصادی برندی را افزایش یا کاهش دهد، موضوعی را وارد گفت‌وگوی عمومی کند یا موجی از فشار اجتماعی پدید آورد. قدرت او از اختیار قانونی سرچشمه نمی‌گیرد؛ از دسترسی به توجه جمعی ناشی می‌شود.

هر شکل قدرت به منبعی نیاز دارد. قدرت نظامی به نیروی سازمان‌یافته، قدرت اقتصادی به سرمایه و مالکیت، قدرت حقوقی به قانون و نهاد و قدرت فکری به اعتبار و توان اقناع وابسته است. قدرت توجه به توانایی وارد شدن به ذهن دیگران و باقی ماندن در آن وابسته است. کسی که بتواند بارها و در لحظه‌های مهم در برابر نگاه مردم ظاهر شود، امکان بیشتری برای شکل دادن به برداشت آنان خواهد داشت. تکرار حضور، حتی پیش از اثبات شایستگی یا حقیقت، نوعی آشنایی ایجاد می‌کند؛ و آشنایی اغلب با اعتماد، اهمیت یا مشروعیت اشتباه گرفته می‌شود.

از همین‌جا، دیده شدن به امتیازی سیاسی و اجتماعی تبدیل می‌شود. فرد یا نهادی که دیده نمی‌شود، هر اندازه اندیشه، برنامه یا تجربه ارزشمند داشته باشد، در رقابت عمومی حضور مؤثری ندارد. در مقابل، کسی که پیوسته دیده می‌شود، حتی اگر سخنش کم‌مایه یا نادرست باشد، می‌تواند خود را به موضوعی اجتناب‌ناپذیر تبدیل کند. او در حافظه عمومی جای می‌گیرد و دیگران ناچار می‌شوند نسبت خود را با او تعریف کنند. بدین ترتیب، توجه نه تنها امکان اثرگذاری مستقیم، بلکه قدرت تعیین میدان گفت‌وگو را نیز فراهم می‌آورد.

قدرت واقعی گاه در پاسخ دادن به پرسش‌ها نیست؛ در تعیین خود پرسش‌هاست. اگر فرد یا نهادی بتواند جامعه را وادار کند درباره موضوعاتی که او برگزیده است بحث کند، بخشی از قدرت را به دست آورده، حتی اگر همه با پاسخ‌های او موافق نباشند. سیاستمداری که هر روز موضوع تازه‌ای را وارد فضای عمومی می‌کند، مخالفان را نیز وادار می‌سازد در زمین او بازی کنند. رسانه‌ای

که تصمیم می‌گیرد کدام رویداد در صدر باشد، نه فقط خبر را منتقل می‌کند، بلکه سلسله‌مراتب اهمیت می‌سازد. قدرت توجه از همین توانایی برای تعیین دستور کار سرچشمه می‌گیرد.

دستور کار عمومی مجموعه موضوعاتی است که جامعه در یک دوره معین مهم می‌داند. هزاران مسئله هم‌زمان وجود دارند، اما تنها تعداد اندکی وارد مرکز گفت‌وگو می‌شوند. چه کسی تعیین می‌کند کدام مسئله فوریت دارد؟ چرا برخی مشکلات سال‌ها نادیده می‌مانند، اما رویدادی کوچک ناگهان همه فضا را اشغال می‌کند؟ پاسخ همیشه در میزان واقعی اهمیت نهفته نیست. ساختارهای رسانه‌ای، قدرت سیاسی، امکانات مالی، شهرت افراد و قابلیت عاطفی موضوع در این انتخاب نقش دارند. هرکس سهم بیشتری از توجه عمومی در اختیار داشته باشد، توان بیشتری برای تغییر دستور کار خواهد داشت.

این توانایی می‌تواند سازنده باشد. یک پژوهشگر، هنرمند یا فعال اجتماعی ممکن است توجه عمومی را به مسئله‌ای فراموش‌شده جلب کند و زمینه اصلاح را فراهم آورد. بسیاری از پیشرفت‌های اخلاقی و اجتماعی زمانی آغاز شده‌اند که رنج یا حقی نادیده‌گرفته‌شده وارد میدان توجه شده است. خشونت خانگی، تبعیض، تخریب محیط زیست یا حقوق گروه‌های به حاشیه رانده‌شده، در دوره‌هایی از تاریخ وجود داشته‌اند، اما تا زمانی که در مرکز نگاه عمومی قرار نگرفته‌اند، تغییر گسترده‌ای نیز رخ نداده است. توجه می‌تواند دیوار سکوت را بشکند.

اما همان قدرت می‌تواند برای پنهان کردن و جابه‌جایی واقعیت نیز به کار رود. حکومت یا شرکت قدرتمند ممکن است با برجسته کردن مسئله‌ای فرعی، نگاه مردم را از موضوعی زیان‌بار دور کند. چهره‌ای سیاسی می‌تواند با سخنی جنجالی، بحث درباره شکست عملکرد خود را به نزاعی تازه تبدیل کند. رسانه ممکن است برای حفظ مخاطب، حادثه‌ای هیجان‌انگیز را بر مسئله‌ای بنیادی ترجیح دهد. در چنین شرایطی، قدرت توجه نه حقیقت را آشکار، بلکه آن را زیر نورهای جهت‌دار پنهان می‌کند.

نور همیشه به معنای دیدن کامل نیست. وقتی نور شدیدی بر بخشی از صحنه تابیده شود، بخش‌های دیگر تاریک‌تر به نظر می‌رسند. قدرت توجه نیز چنین عمل می‌کند. آنچه به شدت برجسته می‌شود، زمینه و موضوعات پیرامون را از دید خارج می‌کند. جامعه ممکن است هفته‌ها درباره یک جمله، تصویر یا رفتار فردی بحث کند، در حالی که تصمیمی مهم در حوزه اقتصاد، امنیت یا حقوق شهروندی بدون توجه کافی اجرا می‌شود. کنترل سیاسی همیشه به معنای حذف خبر نیست؛ گاه به معنای اشغال فضای ذهنی با موضوعی دیگر است.

از این منظر، توجه و حواس‌پرتی دو روی یک سکه‌اند. کسی که می‌تواند توجه جامعه را به موضوعی جلب کند، هم‌زمان می‌تواند آن را از موضوعی دیگر دور سازد. حواس‌پرتی سیاسی ممکن است تصادفی باشد، اما می‌تواند آگاهانه نیز طراحی شود. ایجاد بحران‌های پی‌درپی، سخنان تحریک‌آمیز، دشمن‌سازی یا تولید نزاع فرهنگی می‌تواند جامعه را در حالت واکنش دائمی نگه دارد. در چنین وضعیتی، شهروندان انرژی زیادی صرف بحث می‌کنند، اما فرصت کمتری برای ارزیابی آرام ساختار قدرت دارند.

قدرت توجه تنها بر آنچه دیده می‌شود اثر نمی‌گذارد؛ بر آنچه واقعی تلقی می‌شود نیز اثر دارد. انسان‌ها برای فهم جهان به تجربه مستقیم محدود نیستند. بخش بزرگی از شناخت آنان از طریق رسانه، روایت و گفته دیگران شکل می‌گیرد. اگر موضوعی دائماً

تکرار شود، بزرگ و فراگیر به نظر می‌رسد؛ اگر مسئله‌ای هرگز دیده نشود، ممکن است حتی وجود آن انکار گردد. رسانه و قدرت سیاسی از این راه نه فقط تصویر واقعیت، بلکه احساس اندازه و اهمیت آن را می‌سازند.

برای مثال، اگر رسانه‌ای هر روز جرمی خاص را برجسته کند، مردم ممکن است تصور کنند آن جرم به سرعت در حال گسترش است، حتی اگر آمار چنین چیزی را نشان ندهد. اگر حکومت دائماً از تهدید خارجی سخن بگوید، جامعه ممکن است امنیت را مسئله اصلی بداند، هرچند مشکلات اقتصادی یا زیست‌محیطی اثر مستقیم‌تری بر زندگی داشته باشند. اگر چهره‌ای سیاسی به طور مداوم در صفحه‌ها حضور داشته باشد، ممکن است از نظر عمومی مهم‌تر از کسانی تلقی شود که مسئولیت، تخصص یا حمایت واقعی بیشتری دارند.

توجه قدرت ادراک اندازه را تغییر می‌دهد. آنچه بزرگ دیده می‌شود، الزاماً بزرگ‌تر نیست؛ ممکن است فقط نزدیک‌تر و پرنورتر باشد. این تفاوت برای سیاست، بازار و فرهنگ اهمیت بنیادین دارد. انسان بر اساس واقعیت خام تصمیم نمی‌گیرد؛ بر اساس تصویری از واقعیت تصمیم می‌گیرد که در ذهن او شکل گرفته است. هرکس در ساختن این تصویر سهم بیشتری داشته باشد، بر تصمیم‌های بعدی نیز اثر بیشتری خواهد گذاشت.

قدرت توجه به اعتبار نیز تبدیل می‌شود. اعتبار نوعی باور جمعی است که می‌گوید سخن یا حضور فرد ارزش توجه دارد. این باور می‌تواند بر پایه دانش، تجربه، صداقت و عملکرد شکل گرفته باشد، اما گاه دیده شدن خود به اعتبار تبدیل می‌شود. رسانه فردی را دعوت می‌کند، زیرا شناخته شده است؛ او شناخته شده‌تر می‌شود، زیرا رسانه دعوتش کرده است. کتاب او بیشتر فروخته می‌شود، چون مشهور است؛ و شهرتش بیشتر می‌شود، چون کتابش پرفروش شده است. چرخه توجه و اعتبار یکدیگر را تقویت می‌کنند.

این چرخه می‌تواند نابرابری را افزایش دهد. کسانی که در آغاز به توجه بیشتری دسترسی دارند، فرصت‌های تازه‌ای برای افزایش همان توجه پیدا می‌کنند. یک نویسنده شناخته شده آسان‌تر منتشر می‌شود، سیاستمدار مشهور آسان‌تر پوشش رسانه‌ای می‌گیرد و شرکت بزرگ‌تر می‌تواند تبلیغات بیشتری بخرد. در مقابل، فرد یا گروهی که خارج از مرکز توجه قرار دارد، برای ورود باید هزینه‌ای بسیار بیشتر بپردازد. به این ترتیب، بازار توجه همانند بازار سرمایه می‌تواند به تمرکز منجر شود.

تمرکز توجه همیشه نتیجه شایستگی بیشتر نیست. شبکه‌های ارتباطی، ثروت، موقعیت جغرافیایی، زبان، ظاهر، دسترسی به رسانه و سازگاری با سلیقه روز در آن نقش دارند. برخی افراد به سبب جایگاه اجتماعی خود از آغاز بلندگوهای بزرگ‌تری در اختیار دارند. برخی گروه‌ها باید نخست ثابت کنند که رنج یا تجربه‌شان شایسته شنیده شدن است. در نتیجه، عدالت در عصر توجه تنها به حق سخن گفتن محدود نمی‌شود؛ به امکان شنیده شدن نیز مربوط است.

ممکن است جامعه‌ای از نظر قانونی آزادی بیان داشته باشد، اما فرصت توجه به شدت نابرابر توزیع شده باشد. همه حق دارند سخن بگویند، اما صدای کسانی که منابع مالی، شبکه رسانه‌ای و شهرت دارند بسیار دورتر می‌رود. از این رو، آزادی بیان بدون تنوع و دسترسی به توجه عمومی می‌تواند صوری باقی بماند. مسئله آن نیست که همه افراد باید سهمی کاملاً مساوی از توجه داشته باشند؛ چنین چیزی نه ممکن است و نه مطلوب. مسئله آن است که انحصار توجه نباید مانع حضور اندیشه، تجربه و نقد تازه شود.

در عرصه اقتصادی، توجه مستقیم به پول تبدیل می‌شود. شرکتی که نگاه مردم را در اختیار دارد، می‌تواند کالا، خدمات و تبلیغات بفروشد. رسانه‌ای با مخاطبان فراوان ارزش اقتصادی بیشتری پیدا می‌کند؛ چهره‌ای مشهور می‌تواند نام خود را به محصول پیوند دهد؛ و پلتفرمی با کاربران فعال، سرمایه‌گذاران بیشتری جذب می‌کند. در این اقتصاد، توجه مانند جریان انرژی است که از مخاطب به سوی تولیدکننده حرکت و در مسیر به درآمد تبدیل می‌شود.

اما رابطه میان توجه و ثروت یک‌طرفه نیست. ثروت نیز می‌تواند توجه بخرد. تبلیغ، روابط عمومی، حمایت مالی، تولید محتوا، برگزاری رویداد و دسترسی به رسانه، همگی راه‌هایی برای تبدیل پول به دیده شدن‌اند. بنابراین، چرخه‌ای شکل می‌گیرد که در آن ثروت، توجه و توجه، ثروت بیشتری تولید می‌کند. کسی که در آغاز سرمایه بیشتری دارد، آسان‌تر می‌تواند در ذهن جامعه جای بگیرد و سپس همان حضور را به سود اقتصادی تازه تبدیل کند.

این چرخه درباره شرکت‌ها به‌روشنی دیده می‌شود. برندهای بزرگ تنها محصول نمی‌فروشند؛ بخشی از فضای ذهنی انسان را در اختیار می‌گیرند. نام، رنگ، شعار و تصویر آنان بارها تکرار می‌شود تا در لحظه نیاز، نخستین گزینه‌ای باشند که به ذهن می‌رسد. قدرت برند دقیقاً در همین جایگاه ذهنی است. مصرف‌کننده ممکن است پیش از مقایسه واقعی کیفیت، به چیزی اعتماد کند که آشناتر است. توجه انباشته‌شده به کاهش تردید و افزایش فروش می‌انجامد.

برندها می‌کوشند از کالا فراتر روند و به هویت تبدیل شوند. خرید یک محصول ممکن است به معنای تعلق به سبک زندگی، طبقه اجتماعی، ارزش یا گروهی خاص معرفی شود. در اینجا شرکت تنها توجه به محصول را نمی‌خواهد؛ می‌خواهد در تعریف فرد از خویشتن حضور یابد. مصرف‌کننده با انتخاب برند به دیگران و خود می‌گوید چه کسی است یا می‌خواهد چه کسی باشد. قدرت اقتصادی با قدرت نمادین در هم می‌آمیزد.

این فرایند در سیاست نیز رخ می‌دهد. رهبر سیاسی به برند تبدیل می‌شود؛ نام، چهره، شعار و رفتار او مجموعه‌ای از احساسات و معانی را فعال می‌کنند. طرفداران ممکن است حمایت از او را بخشی از هویت خود بدانند و مخالفان نیز هویتشان را در مقابله با او تعریف کنند. در هر دو حالت، رهبر سهم بزرگی از توجه را در اختیار دارد. او دیگر فقط فردی با برنامه سیاسی نیست؛ نمادی است که مجموعه‌ای از امیدها، ترس‌ها، خشم‌ها و تعلقات را در خود جمع کرده است.

شخصیت‌محور شدن سیاست یکی از نتایج قدرت توجه است. برنامه‌ها پیچیده‌اند، نهادها نامرئی‌اند و اصلاحات زمان می‌برند، اما چهره انسانی سریع‌تر دیده و به خاطر سپرده می‌شود. رسانه نیز برای روایت سیاست به شخصیت نیاز دارد. اختلاف‌های ساختاری به نزاع میان افراد تبدیل می‌شوند و موفقیت یا شکست یک کشور به ویژگی‌های شخصی رهبران نسبت داده می‌شود. این ساده‌سازی می‌تواند فهم عمومی را کاهش دهد، اما برای بازار توجه جذاب است.

رهبر کاریزماتیک کسی است که می‌تواند توجه جمع را متمرکز کند. حضور، زبان، لحن و نمادهای او به مردم احساس جهت، تعلق یا امید می‌دهند. کاریزما می‌تواند در دوران بحران جامعه را بسیج و اعتماد ایجاد کند. بسیاری از جنبش‌های آزادی‌خواهانه بدون چهره‌هایی که توان تمرکز توجه و امید را داشته‌اند، نمی‌توانستند شکل بگیرند. اما همین قدرت، اگر با قانون و نهاد محدود نشود، می‌تواند به شخص‌پرستی و استبداد بینجامد.

مشکل در محبوبیت یا توان سخن گفتن رهبر نیست؛ در جایی است که توجه جامعه چنان بر یک فرد متمرکز شود که پرسش‌گری، جانشینی و استقلال نهادها از میان برود. هر انتقاد حمله به هویت جمع تلقی می‌شود، هر شکست توجیه می‌گردد و هر دستاورد به شخص نسبت داده می‌شود. ملت به جای آنکه صاحب حکومت باشد، تماشاگر صحنه‌ای می‌شود که یک چهره در مرکز آن قرار دارد.

قدرت توجه زمانی خطرناک‌تر می‌شود که با قدرت رسمی پیوند بخورد. سیاستمداری که هم ابزار دولت و هم دسترسی گسترده به رسانه را در اختیار دارد، می‌تواند میان حکومت، حزب و شخصیت خود مرزها را از میان ببرد. رسانه عمومی به تربیون شخصی تبدیل می‌شود، مناسبت‌های ملی با تصویر او تعریف می‌گردند و نقد سیاست به بی‌احترامی به رهبر یا کشور تعبیر می‌شود. در چنین شرایطی، توجه عمومی از موضوعات و نهادها به شخص منتقل می‌شود.

حکومت‌های اقتدارگرا به خوبی می‌دانند که حضور دائمی رهبر بخشی از حفظ قدرت است. تصویر، سخن، نام و روایت زندگی او در فضای عمومی تکرار می‌شود. این تکرار فقط برای محبوبیت نیست؛ هدف آن است که قدرت در ذهن جامعه طبیعی، دائمی و بدون جایگزین به نظر برسد. رهبر باید چنان در مرکز باشد که تصور کشور بدون او دشوار شود. در اینجا، تصرف توجه به تصرف تخیل سیاسی می‌انجامد.

جمهوری اسلامی ایران نمونه روشنی از این تمرکز است. ساختار رسمی نظام، رهبر را نه تنها در رأس قدرت سیاسی، نظامی و مذهبی، بلکه در مرکز روایت ملی قرار داده است. سخنرانی‌ها، تصاویر، نام‌گذاری‌ها، رسانه‌های رسمی، آیین‌ها و پوشش خبری پیوسته، جامعه را وادار می‌کنند حتی در مخالفت نیز به او توجه کنند. تصمیم‌ها و بحران‌ها با مواضع رهبر تفسیر می‌شوند و آینده حکومت به حضور یا جانشینی او گره می‌خورد.

این تمرکز دو پیامد دارد. نخست، نهادها ضعیف و وابسته می‌شوند، زیرا اعتبار خود را از نزدیکی به مرکز می‌گیرند. دوم، مخالفان نیز ممکن است ناخواسته همه تحلیل خود را بر همان مرکز بنا کنند. هر سخن رهبر ساعت‌ها و روزها تفسیر می‌شود، در حالی که بررسی ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و اداری نظام توجه کمتری دریافت می‌کند. شخص مهم است، اما نظام تنها شخص نیست. تمرکز افراطی بر چهره می‌تواند سازوکارهای گسترده‌تر قدرت را پنهان کند.

قدرت توجه می‌تواند مخالفان را نیز شخص‌محور کند. در جوامع گرفتار استبداد، میل به یافتن نجات‌دهنده قابل فهم است. مردم از پیچیدگی و فرسودگی خسته‌اند و چهره‌ای روشن می‌تواند امید و انسجام ایجاد کند. اما اگر همه توجه به فردی واحد سپرده شود، خطر بازتولید همان فرهنگ سیاسی وجود دارد که کشور را به استبداد رسانده است. رهبر دوران گذار می‌تواند مهم باشد، اما نباید جای قانون، نهاد و مشارکت جمعی را بگیرد.

ایران آینده بیش از چهره‌های مشهور به نهادهای معتبر نیاز خواهد داشت. توجه عمومی باید بتواند از اشخاص به قواعد، از وعده‌ها به برنامه‌ها و از محبوبیت به پاسخ‌گویی حرکت کند. جامعه‌ای که تنها به افراد نگاه می‌کند، با رفتن آنان دوباره دچار خلأ می‌شود. جامعه‌ای که به نهادها توجه می‌کند، می‌تواند از تغییر رهبران عبور کند و ثبات خود را حفظ نماید.

با این همه، نمی‌توان نقش اشخاص را به‌کلی نادیده گرفت. انسان‌ها با انسان‌ها ارتباط برقرار می‌کنند، نه با نمودارهای سازمانی. رهبر، نویسنده، هنرمند و فعال اجتماعی می‌توانند ارزش‌ها و برنامه‌ها را قابل لمس کنند. مسئله آن است که توجه گردآمده پیرامون فرد، به ساخت ظرفیت مشترک تبدیل شود. رهبر مسئول از توجه مردم برای افزایش وابستگی به خود استفاده نمی‌کند؛ آن را به اعتماد به قانون، نهاد و توان جامعه منتقل می‌سازد.

این انتقال یکی از آزمون‌های اصلی رهبری اخلاقی است. آیا رهبر می‌خواهد همیشه مرکز باقی بماند، یا دیگران را قادر می‌سازد بدون او نیز عمل کنند؟ آیا از انتقاد استقبال می‌کند، یا توجه را به ستایش تبدیل می‌سازد؟ آیا شهرت خود را برای برجسته کردن مسئله و نیروهای شایسته به کار می‌برد، یا همه نور را بر خویش نگه می‌دارد؟ قدرت توجه، مانند هر قدرت دیگری، شخصیت و اخلاق صاحب آن را آشکار می‌کند.

نفوذ با اجبار تفاوت دارد. اجبار رفتار انسان را برخلاف میل او تغییر می‌دهد؛ نفوذ می‌کوشد میل و برداشت او را دگرگون سازد. قدرت توجه بیشتر از راه نفوذ عمل می‌کند. کسی که بارها دیده و شنیده می‌شود، فرصت دارد زبان، چارچوب و ارزش‌های خود را وارد ذهن دیگران کند. مخاطب ممکن است احساس کند تصمیم نهایی کاملاً شخصی است، اما مواد اولیه آن تصمیم از جریان‌های توجه تأثیر پذیرفته‌اند.

نفوذ می‌تواند مشروع باشد. آموزگار، والدین، نویسنده و رهبر اجتماعی همگی بر دیگران اثر می‌گذارند. هیچ جامعه‌ای بدون تأثیر متقابل شکل نمی‌گیرد. پرسش اخلاقی آن است که آیا نفوذ، استقلال انسان را افزایش می‌دهد یا کاهش می‌دهد. آموزگار خوب شاگرد را به خود وابسته نمی‌کند؛ توان پرسش و یادگیری مستقل را در او پرورش می‌دهد. رهبر خوب تنها پیرو نمی‌سازد؛ شهروند مسئول و همکار توانمند پرورش می‌دهد.

قدرت توجه هنگامی به سلطه نزدیک می‌شود که صاحب آن از نابرابری اطلاعات، نیاز عاطفی یا دسترسی انحصاری برای محدود کردن انتخاب دیگری بهره بگیرد. چهره‌ای محبوب ممکن است اعتماد هواداران را برای فروش کالایی بی‌کیفیت، انتشار اطلاعات نادرست یا دفاع از رفتاری زیان‌آور به کار برد. رهبر مذهبی می‌تواند نیاز پیروان به معنا و تعلق را به اطاعت شخصی تبدیل کند. سیاستمدار می‌تواند ترس عمومی را برای کاهش آزادی‌ها مورد استفاده قرار دهد.

در همه این موارد، توجه به اعتماد و اعتماد به امکان اقدام تبدیل می‌شود. انسان‌ها به هر کس توجه می‌کنند، لزوماً از او اطاعت نمی‌کنند؛ اما اگر حضور مداوم با اعتبار و پیوند عاطفی همراه شود، قدرت اثرگذاری افزایش می‌یابد. به همین دلیل، مسئولیت چهره‌های پرمخاطب تنها به درست بودن یک جمله محدود نیست. آنان بر فضای عمومی، احساسات جمعی و رفتار کسانی اثر می‌گذارند که شاید فرصت بررسی مستقل همه ادعاها را نداشته باشند.

شهرت نوعی وام اجتماعی است. جامعه بخشی از توجه و اعتماد خود را به فرد می‌سپارد و در برابر آن انتظار دارد او مسئولانه رفتار کند. اما بازار اغلب شهرت را ملک شخصی فرد تلقی می‌کند. چهره مشهور ممکن است بگوید این مخاطبان را خودم ساخته‌ام و حق دارم هرگونه از آنان استفاده کنم. واقعیت پیچیده‌تر است. شهرت از رابطه میان فرد، رسانه، مخاطب، زمان و شرایط اجتماعی پدید می‌آید. هیچ‌کس به تنهایی میلیون‌ها نگاه را نمی‌سازد.

از این رو، قدرت توجه مسئولیتی عمومی نیز ایجاد می‌کند. هرچه دامنه نفوذ بیشتر باشد، پیامد خطا نیز گسترده‌تر است. سخن نادرست یک فرد عادی ممکن است در جمع کوچکی باقی بماند؛ همان سخن از سوی چهره‌ای پرمخاطب می‌تواند بر هزاران یا میلیون‌ها نفر اثر بگذارد. با این حال، ساختار بازار غالباً برای جلب توجه پاداش می‌دهد، نه برای دقت و مسئولیت. فرد ممکن است از جنجال سود ببرد، حتی اگر جامعه هزینه آن راپردازد.

این شکاف میان پاداش خصوصی و هزینه عمومی را در بسیاری از حوزه‌ها می‌توان دید. چهره رسانه‌ای با سخنی افراطی بازدید بیشتری می‌گیرد، اما اعتماد عمومی آسیب می‌بیند. سیاستمدار با دشمن‌سازی حمایت کوتاه‌مدت به دست می‌آورد، اما شکاف اجتماعی عمیق‌تر می‌شود. رسانه با خبر هیجان‌انگیز درآمد کسب می‌کند، اما ترس و آشفتگی در جامعه افزایش می‌یابد. مسئولیت واقعی هنگامی معنا دارد که سازوکارهایی برای پیوند دادن قدرت و پیامد وجود داشته باشند.

در سیاست رسمی، انتخابات، قانون، رسانه آزاد و قوه قضاییه می‌توانند قدرت را پاسخ‌گو کنند. اما قدرت توجه اغلب خارج از این ساختارها عمل می‌کند. چهره مشهور ممکن است مسئولیت رسمی نداشته باشد، اما بر میلیون‌ها نفر اثر بگذارد. پلتفرم خصوصی می‌تواند فضای عمومی را شکل دهد، بدون آنکه مانند نهاد عمومی پاسخ‌گویی مشابهی داشته باشد. این وضعیت یکی از چالش‌های بزرگ حکمرانی در عصر دیجیتال است.

چه کسی باید درباره حدود قدرت یک پلتفرم تصمیم بگیرد؟ آیا شرکتی خصوصی باید بتواند دسترسی یک سیاستمدار، رسانه یا جنبش را به مخاطب محدود کند؟ اگر دولت مداخله کند، چگونه از تبدیل مقررات به سانسور جلوگیری خواهد شد؟ اگر هیچ مقرراتی نباشد، چگونه می‌توان از انحصار، دستکاری و بهره‌برداری از کاربران جلوگیری کرد؟ پاسخ ساده‌ای وجود ندارد، زیرا قدرت توجه در مرز میان اقتصاد، فرهنگ و سیاست قرار گرفته است.

این پیچیدگی نشان می‌دهد که دسته‌بندی‌های قدیمی کافی نیستند. شرکت فناوری ممکن است از نظر حقوقی بنگاهی خصوصی باشد، اما از نظر اجتماعی نقشی شبیه میدان عمومی، رسانه و زیرساخت ارتباطی ایفا کند. تصمیم‌های آن بر انتخابات، امنیت، سلامت و فرهنگ اثر می‌گذارند. بنابراین، قدرتی که در اختیار دارد فقط تجاری نیست. جامعه باید زبان و نهادهای تازه‌ای برای پاسخ‌گو کردن این نوع قدرت بیابد، بی‌آنکه آزادی نوآوری و بیان را نابود سازد.

در سطح بین‌المللی، قدرت توجه به ابزار نفوذ کشورها نیز تبدیل شده است. دولت‌ها برای آنکه تصویر مطلوبی از خود بسازند، در رسانه، فرهنگ، ورزش، دانشگاه، دیپلماسی عمومی و فضای دیجیتال سرمایه‌گذاری می‌کنند. کشوری که بتواند داستان خود را جذاب‌تر روایت کند، ممکن است در افکار عمومی جهانی نفوذ بیشتری به دست آورد. قدرت نظامی و اقتصادی همچنان مهم‌اند، اما توانایی جلب احترام، اعتماد و علاقه دیگر ملت‌ها نیز بخشی از قدرت ملی است.

فرهنگ می‌تواند کاری انجام دهد که زور از انجام آن ناتوان است. فیلم، موسیقی، ادبیات، دانشگاه و فناوری ممکن است تصویری از یک کشور بسازند که مردم دیگر جوامع را به آن نزدیک کند. این جاذبه می‌تواند همکاری، تجارت و نفوذ سیاسی را آسان‌تر سازد. در مقابل، کشوری که تنها با تهدید، خشونت و تبلیغات ایدئولوژیک شناخته شود، حتی اگر قدرت سخت داشته باشد، سرمایه توجه مثبت اندکی خواهد داشت.

ایران از این منظر دارای تناقضی بزرگ است. فرهنگ، تاریخ، هنر، ادبیات، موسیقی و مردم ایران ظرفیت فراوانی برای جلب احترام و علاقه جهانی دارند، اما جمهوری اسلامی بخش بزرگی از توجه بین‌المللی را به برنامه هسته‌ای، گروگان‌گیری، سرکوب، جنگ‌های نیابتی، شعارهای تهدیدآمیز و بنیادگرایی مذهبی پیوند زده است. در نتیجه، تصویر ملت ایران در بسیاری از موارد زیر سایه رفتار حکومت قرار گرفته است.

یکی از وظایف مهم ایرانیان در داخل و خارج کشور، بازپس‌گیری روایت ایران از جمهوری اسلامی است. این کار صرفاً روابط عمومی یا تبلیغات نیست؛ تلاشی برای هدایت توجه جهانی به تفاوت میان ملت و رژیم است. ایران تنها حکومت دینی، تنش منطقه‌ای و سرکوب نیست. ایران مجموعه‌ای گسترده از فرهنگ، تمدن، تنوع اجتماعی، استعداد انسانی و خواست زندگی آزاد است. هر قدر این تصویر بهتر و صادقانه‌تر دیده شود، قدرت اخلاقی و سیاسی ملت افزایش می‌یابد.

اما روایت جایگزین باید معتبر باشد. اغراق، دروغ یا نمایش ساده‌شده شاید در کوتاه‌مدت توجه جلب کند، اما سرمایه اعتماد را فرسوده می‌سازد. قدرت پایدار توجه بر حقیقت، ثبات و کیفیت بنا می‌شود. جامعه‌ای که می‌خواهد در جهان شنیده شود، باید بتواند داستان خود را با شواهد، زبان انسانی و چشم‌اندازی روشن بیان کند. جلب توجه آغاز کار است؛ حفظ اعتماد مرحله دشوارتر آن است.

توجه و اعتماد یکسان نیستند. ممکن است فرد یا رسانه‌ای توجه فراوان اما اعتماد اندک داشته باشد. رسوایی، خشونت و افراط می‌توانند نگاه مردم را جلب کنند، اما الزاماً اعتبار نمی‌سازند. در مقابل، نهادی ممکن است توجه کمتر اما اعتماد عمیق‌تری داشته باشد. قدرتی که تنها بر توجه بنا شود ناپایدار است؛ قدرتی که توجه را به اعتماد تبدیل کند، دوام بیشتری خواهد داشت.

اعتماد به زمان و هماهنگی میان سخن و عمل نیاز دارد. مخاطب باید بارها ببیند که فرد یا نهاد در شرایط مختلف اصول خود را حفظ می‌کند، خطا را می‌پذیرد و حقیقت را قربانی منفعت کوتاه‌مدت نمی‌سازد. بازار توجه اغلب به نتیجه فوری علاقه دارد، اما اعتماد محصول تکرار طولانی رفتار مسئولانه است. از همین رو، چهره‌ای می‌تواند در یک روز مشهور شود، اما برای معتبر شدن به سال‌ها نیاز داشته باشد.

در فضای سیاسی ایران، کمبود اعتماد یکی از موانع اصلی همکاری است. گروه‌ها و چهره‌های مختلف ممکن است توجه زیادی دریافت کنند، اما نتوانند آن را به اعتماد متقابل و سازمان پایدار تبدیل نمایند. اختلاف‌های گذشته، اتهام‌زنی، رقابت شخصی و وعده‌های تحقق نیافته، جامعه را محتاط کرده‌اند. در چنین فضایی، هرکس می‌کوشد سهم بیشتری از توجه به دست آورد، اما سرمایه مشترکی برای اقدام هماهنگ شکل نمی‌گیرد.

قدرت توجه بدون اعتماد می‌تواند جامعه را بسیج کند، اما نمی‌تواند به‌تنهایی آن را اداره کند. موج عاطفی ممکن است مردم را به خیابان یا حمایت از هدفی مشترک فراخواند، اما ساخت حکومت، اقتصاد و نهادهای پایدار نیازمند اعتماد، تخصص، نظم و همکاری است. انقلاب‌ها ممکن است با تمرکز سریع توجه آغاز شوند، اما دولت‌سازی با توجهی متفاوت و طولانی‌مدت ادامه می‌یابد.

این تفاوت برای آینده ایران حیاتی است. عبور از جمهوری اسلامی شاید در لحظه‌ای نیازمند بسیج توجه ملی باشد؛ لحظه‌ای که جامعه بر هدفی مشترک متمرکز شود. اما پس از آن، همان توجه باید از هیجان به سازمان، از شعار به قانون و از چهره‌ها به نهادها منتقل گردد. اگر جامعه در مرحله بسیج باقی بماند، سیاست به صحنه‌ای دائمی از رقابت برای دیده شدن تبدیل خواهد شد و فرصت ساختن از دست خواهد رفت.

قدرت توجه در جنبش‌های اجتماعی نیز دو مرحله دارد. در مرحله نخست، باید مسئله‌ای دیده شود. تصویر، شعار، چهره و روایت انسانی می‌توانند سکوت را بشکنند و گروه‌های پراکنده را به یکدیگر پیوند دهند. در مرحله دوم، توجه باید به ساختار تبدیل شود: شبکه، برنامه، رهبری، منابع، آموزش و هدف‌های روشن. بسیاری از جنبش‌ها در مرحله نخست موفق‌اند، اما نمی‌توانند انرژی توجه را برای مدت کافی حفظ و سازمان‌دهی کنند.

شبکه‌های اجتماعی این مشکل را تشدید کرده‌اند. آنها برای بسیج سریع بسیار توانمندند، اما برای همکاری طولانی‌مدت محدودیت دارند. واکنش فوری آسان است؛ تقسیم مسئولیت، حل اختلاف و ساختن اعتماد دشوارتر است. فرد می‌تواند با یک پیام احساس مشارکت کند، اما نظام سیاسی با پیام ساخته نمی‌شود. قدرت واقعی زمانی پدید می‌آید که توجه پراکنده به توان جمعی منظم تبدیل شود.

در مدیریت سازمانی نیز همین اصل برقرار است. رهبر می‌تواند با سخنرانی یا بحران، توجه کارکنان را برای مدتی متمرکز کند، اما اگر ساختار، منابع و پیگیری وجود نداشته باشد، انرژی از میان می‌رود. سازمان‌ها گاه با برنامه‌های تازه و شعارهای بزرگ موجی از توجه ایجاد می‌کنند، اما چند ماه بعد به الگوهای پیشین بازمی‌گردند. تغییر پایدار نیازمند آن است که توجه در فرایندها، معیارها، بودجه و رفتار روزانه جای گیرد.

توجه لحظه‌ای همانند نور فلاش است؛ صحنه را برای لحظه‌ای روشن می‌کند. توجه سازمان‌یافته شبیه نور مداومی است که امکان کار، یادگیری و ساختن را فراهم می‌آورد. قدرتی که فقط از شوک و هیجان تغذیه کند، ناچار است هر بار محرکی بزرگ‌تر تولید نماید. قدرتی که بر نهاد و اعتماد بنا شده باشد، بدون نمایش دائمی نیز عمل می‌کند.

حکومت‌های اقتدارگرا اغلب به نمایش قدرت نیاز دارند، زیرا مشروعیت نهادی آنان ضعیف است. رژه، مراسم، سخنرانی، جمعیت‌سازی، انتخابات کنترل‌شده و نمایش حمایت عمومی، توجه را به تصویری از قدرت هدایت می‌کنند. هدف تنها متقاعد کردن مخالفان نیست؛ حامیان و کارگزاران حکومت نیز باید باور کنند که نظام همچنان مسلط و بی‌جایگزین است. نمایش توجه جمعی به نمایش مشروعیت تبدیل می‌شود.

تصاویر جمعیت در این میان اهمیت دارند. زاویه دوربین، انتخاب قاب و تکرار تصاویر می‌توانند تجمعی محدود را گسترده یا جمعیتی پراکنده را یکپارچه نشان دهند. حکومت می‌کوشد تصویری از اجماع بسازد، زیرا مردم در ارزیابی موقعیت خود به رفتار دیگران نگاه می‌کنند. اگر فرد باور کند اکثریت از نظام حمایت می‌کنند، ممکن است حتی با وجود مخالفت شخصی سکوت کند.

قدرت توجه در اینجا با ترس اجتماعی پیوند می‌خورد. حکومت لازم نیست همه مردم را متقاعد کند؛ کافی است آنان را درباره تعداد مخالفان و امکان تغییر نامطمئن سازد. هرکس ممکن است تصور کند تنهاست و دیگران ممکن است همین تصور را داشته باشند.

سکوت جمعی تصویری از رضایت ایجاد می‌کند و آن تصویر سکوت را بیشتر می‌سازد. شکستن این چرخه معمولاً زمانی رخ می‌دهد که مردم ناگهان گستردگی نارضایتی را می‌بینند.

اعتراض عمومی نه تنها قدرت خیابانی، بلکه قدرت دیداری دارد. مردم با حضور در کنار یکدیگر درمی‌یابند که تنها نیستند. تصویر جمعیت می‌تواند ترس را کاهش و امید را افزایش دهد. به همین دلیل، حکومت‌های اقتدارگرا می‌کوشند تجمعات را محدود، تصاویر را سانسور و روایت اندازه و معنای اعتراض را کنترل کنند. نبرد بر سر توجه، بخشی از نبرد بر سر واقعیت سیاسی است. در عصر دیجیتال، حتی تصویر اعتراض نیز می‌تواند موضوع دستکاری شود. ویدئوی قدیمی با عنوان تازه منتشر می‌شود، اندازه جمعیت اغراق یا کوچک‌نمایی می‌گردد و تصاویر گزینشی برای تأیید روایت‌های مختلف به کار می‌روند. مخاطب با انبوهی از ادعاهای متعارض روبه‌رو می‌شود و ممکن است در نهایت به هیچ‌چیز اعتماد نکند. این فرسایش اعتماد می‌تواند به سود قدرتی باشد که می‌خواهد حقیقت نامشخص بماند.

از این رو، قدرت توجه و قدرت حقیقت همیشه هم‌سو نیستند. حقیقت ممکن است توجه بگیرد، اما تضمینی وجود ندارد. دروغ نیز می‌تواند پر قدرت، زیبا و عاطفی عرضه شود. آنچه حقیقت را در بلندمدت نیرومند می‌سازد، فقط جلب نگاه نیست؛ نهادهایی است که آن را بررسی، حفظ و بازگو می‌کنند. روزنامه‌نگاری حرفه‌ای، دانشگاه، آرشیو، دادگاه مستقل و جامعه مدنی، ساختارهایی‌اند که توجه لحظه‌ای را به حافظه و پاسخ‌گویی تبدیل می‌کنند.

بدون این نهادها، هر رویداد عمر کوتاهی دارد. حقیقت آشکار می‌شود، موجی از توجه ایجاد می‌کند و سپس در جریان مطالب تازه گم می‌شود. قدرت می‌تواند منتظر فراموشی بماند. اما اگر سند ثبت، تحقیق تکمیل، پرونده پیگیری و خاطره حفظ شود، توجه می‌تواند به عدالت نزدیک شود. قدرت اخلاقی توجه در دوام آن نهفته است.

در سطح فردی، قدرت توجه با توان حضور نیز پیوند دارد. برخی انسان‌ها بدون داشتن شهرت یا مقام، در جمع نفوذ دارند، زیرا می‌توانند کامل گوش دهند، پرسش درست مطرح کنند و حضور خود را به دیگری اختصاص دهند. این نوع توجه اعتماد و احترام می‌سازد. قدرت همیشه در بلندتر سخن گفتن نیست؛ گاه در توانایی دیدن چیزی است که دیگران نادیده گرفته‌اند.

رهبر خوب بیش از آنکه صرفاً توجه دیگران را به خود جلب کند، توجه جمع را به مسئله درست هدایت می‌کند. او می‌داند چه چیزی باید برجسته و چه چیزی باید از هیاهو جدا شود. در بحران، توجه را بر واقعیت و اقدام متمرکز می‌کند؛ در دوران آرامش، مسائل بلندمدت را از فراموشی نجات می‌دهد. او خود را مرکز همه چیز نمی‌سازد، بلکه ظرفیت دیدن و اندیشیدن سازمان را افزایش می‌دهد.

این نوع رهبری را می‌توان «رهبری توجه» نامید. وظیفه رهبر فقط صدور تصمیم نیست؛ حفاظت از میدان توجه سازمان یا جامعه است. باید مانع شود که بحران‌های کوچک همه انرژی را مصرف کنند، اولویت‌های اصلی در میان درخواست‌های روزانه گم شوند و صداهای بلند جای واقعیت را بگیرند. رهبر از طریق آنچه می‌پرسد، آنچه نادیده نمی‌گیرد و آنچه پیگیری می‌کند، فرهنگ توجه را می‌سازد.

رهبری توجه نیازمند خودمهاری است. رهبر ممکن است از مرکز بودن لذت ببرد و هر موفقیت را به حضور خود وابسته سازد. اما اگر همه نگاه‌ها به او دوخته شوند، سازمان توان دیدن مسائل دیگر را از دست می‌دهد. رهبر بالغ می‌تواند گاه از مرکز کنار رود، افراد شایسته را برجسته کند و اجازه دهد اعتبار توزیع شود. این کار شاید سهم شخصی او از توجه را کاهش دهد، اما قدرت کل نظام را افزایش می‌دهد.

در جامعه سالم، توجه میان نهادهای، مسائل و افراد توزیع می‌شود. هیچ چهره‌ای نباید چنان بزرگ شود که همه چیز زیر سایه او قرار گیرد و هیچ نهاد مهمی نباید چنان نامرئی باشد که مردم نقش آن را در زندگی خود درک نکنند. قاضی مستقل، معلم، پژوهشگر، پزشک، مدیر محلی و شهروند مسئول همگی باید بخشی از احترام و توجه عمومی را دریافت کنند. فرهنگ توجه اگر تنها به سرگرمی و سیاستمداران اختصاص یابد، ستون‌های واقعی جامعه ضعیف می‌شوند.

این مسئله در ایران اهمیت دوچندان دارد. دهه‌ها تمرکز اجباری بر رهبران دینی و سیاسی، فرهنگ عمومی را به شخص‌محوری و واکنش به مرکز قدرت عادت داده است. حتی مخالفان گاه همان الگو را تکرار می‌کنند و در جست‌وجوی چهره‌ای هستند که همه امیدها را نمایندگی کند. گذار به دموکراسی مستلزم تغییر این نظم توجه است. مردم باید بتوانند به قانون، شورا، تخصص، همکاری و مسئولیت روزمره نیز همان اندازه اهمیت دهند که به چهره‌های سیاسی می‌دهند.

دموکراسی تنها شیوه انتخاب رهبر نیست؛ شیوه توزیع توجه و قدرت نیز هست. در دموکراسی، هیچ فردی نباید تنها منبع حقیقت و تصمیم باشد. رسانه‌ها، احزاب، جامعه مدنی، دانشگاه، دادگاه و شهروندان همه باید امکان دیده و شنیده شدن داشته باشند. تکرار توجه، مانعی در برابر انحصار قدرت است. هر جا یک صدا همه فضا را اشغال کند، خطر استبداد آغاز می‌شود، حتی اگر آن صدا در آغاز محبوب باشد.

اما تکرار بدون ساختار نیز می‌تواند به آشفتگی بینجامد. اگر هزاران صدا هم‌زمان فریاد بزنند و هیچ سازوکاری برای ارزیابی، اولویت‌بندی و تصمیم وجود نداشته باشد، جامعه از انحصار به پراکندگی می‌رسد. دموکراسی نیازمند آن است که توجه متنوع، از مسیر نهادهای روشن به گفت‌وگو و تصمیم تبدیل شود. آزادی تنها امکان سخن گفتن نیست؛ امکان شنیدن، سنجیدن و نتیجه گرفتن نیز هست.

قدرت توجه از همین رو با مسئولیت شهروندی پیوند دارد. هر فرد با انتخاب آنچه می‌بیند، دنبال می‌کند و باز نشر می‌دهد، در توزیع قدرت سهیم است. توجه به یک چهره، رسانه یا موضوع به آن انرژی می‌دهد. بی‌توجهی نیز می‌تواند قدرت را کاهش دهد. البته همه سکوت‌ها اخلاقی نیستند؛ بی‌توجهی به ظلم می‌تواند آن را تقویت کند. اما توجه بی‌محابا به جنجال نیز می‌تواند همان جنجال را پاداش دهد.

شهروند مسئول باید میان افشا کردن و تقویت کردن تفاوت بگذارد. گاه پاسخ دادن ضروری است، زیرا دروغ یا ظلم نباید بی‌پاسخ بماند. گاه بهترین واکنش آن است که موضوع کم‌ارزشی به مرکز توجه آورده نشود. این تشخیص آسان نیست و به قضاوت، هماهنگی و شناخت سازوکار رسانه نیاز دارد. هر واکنش اخلاقی لزوماً از نظر راهبردی مفید نیست و هر سکوت راهبردی نیز از نظر اخلاقی پذیرفتنی نیست.

قدرت توجه به همین دلیل نیازمند حکمت است. نمی‌توان برای همه موقعیت‌ها قاعده‌ای یکسان تعیین کرد. گاه باید بلند سخن گفت، گاه باید گوش داد؛ گاه باید حادثه را در مرکز قرار داد و گاه باید اجازه داد موج آن فروکش کند؛ گاه چهره‌ای می‌تواند جامعه را متحد کند و گاه همان تمرکز به وابستگی خطرناک تبدیل می‌شود. مسئله اصلی، شناخت اثر توجه و نسبت آن با هدف انسانی است.

در روابط شخصی نیز توجه قدرت می‌آفریند. کسی که توجه خود را پیوسته دریغ می‌کند، می‌تواند دیگری را در وضعیت انتظار و ناامنی نگه دارد. کسی که با توجه افراطی و سپس قطع ناگهانی آن رفتار می‌کند، می‌تواند وابستگی عاطفی ایجاد نماید. محبت و تأیید نیز ممکن است به ابزار کنترل تبدیل شوند. قدرت توجه تنها در سیاست و رسانه نیست؛ در خانواده، دوستی و عشق نیز حضور دارد.

والدین از طریق توجه خود به کودک می‌آموزند چه رفتارهایی ارزشمندند. اگر کودک تنها هنگام خطا یا بحران دیده شود، ممکن است برای جلب توجه رفتارهای ناسالم را تکرار کند. اگر تنها موفقیت‌های ظاهری مورد توجه باشند، ارزش شخصی او به عملکرد وابسته می‌شود. توجه آگاهانه والدین می‌تواند امنیت و استقلال بسازد؛ توجه مشروط و کنترل‌گر می‌تواند وابستگی و اضطراب ایجاد کند.

در محیط کار، توجه مدیر به معنای فرصت، اعتبار و پیشرفت است. کارکنانی که دیده نمی‌شوند، ممکن است از منابع و مسئولیت‌های مهم محروم بمانند، حتی اگر شایسته باشند. برخی افراد توانایی بیشتری برای معرفی خود دارند و برخی کار عمیق انجام می‌دهند، اما کمتر دیده می‌شوند. سازمان عادلانه باید میان دیده شدن و ارزش واقعی تفاوت بگذارد و سازوکارهایی برای شناخت مشارکت‌های نامرئی ایجاد کند.

بخش بزرگی از کارهای ضروری جامعه نامرئی‌اند. مراقبت از کودک و سالمند، نگهداری خانه، کارهای اداری، تعمیر، نظافت، آموزش پایه و بسیاری خدمات روزمره معمولاً توجه کمتری از فعالیت‌های نمایشی دریافت می‌کنند. با این حال، بدون آنها زندگی اجتماعی متوقف می‌شود. فرهنگ توجه می‌تواند ارزش‌ها را وارونه کند: کسانی که بیشتر دیده می‌شوند مهم‌تر به نظر می‌رسند، در حالی که کسانی که زیرساخت زندگی را حفظ می‌کنند کمتر شناخته می‌شوند.

عدالت توجه به معنای آن است که جامعه توان دیدن کارها، رنج‌ها و سهم‌هایی را داشته باشد که بازار شهرت نادیده می‌گیرد. این عدالت الزاماً با مشهور کردن همه افراد حاصل نمی‌شود. گاه احترام، امنیت، دستمزد منصفانه و حضور در تصمیم‌گیری مهم‌تر از شهرت‌اند. مسئله آن است که نامرئی بودن به بی‌ارزش تلقی شدن و محرومیت منجر نشود.

توجه همچنین می‌تواند به دیگری امکان وجود اجتماعی بدهد. انسانی که هرگز شنیده نمی‌شود، ممکن است احساس کند تجربه‌اش حقیقت عمومی ندارد. گروهی که داستانش در رسانه و فرهنگ حضور ندارد، خود را خارج از تصویر ملی می‌بیند. بازنمایی از این جهت فقط مسئله تصویر نیست؛ مسئله تعلق و قدرت است. دیده شدن به گروه‌ها امکان می‌دهد خود را بخشی مشروع از جامعه بدانند.

اما بازنمایی نیز می‌تواند به نمایش سطحی تبدیل شود. شرکت یا نهاد ممکن است چهره‌هایی متنوع را نشان دهد، بدون آنکه قدرت و فرصت واقعی را توزیع کند. گروهی دیده می‌شود، اما تنها در قالبی که بازار یا قدرت از پیش تعیین کرده است. توجه بدون مشارکت می‌تواند به تزئین تبدیل شود. عدالت واقعی زمانی رخ می‌دهد که دیده شدن با حق سخن، تصمیم و دسترسی به منابع همراه باشد.

در جهان جدید، مبارزه بر سر توجه گاه جای مبارزه بر سر حقیقت را می‌گیرد. گروه‌ها می‌کوشند روایت خود را بیشتر منتشر کنند، هشتگ خود را بالا ببرند و چهره‌هایشان را در مرکز نگه دارند. پیروزی با میزان دیده شدن سنجیده می‌شود. اما توجه زیاد لزوماً به تغییر ساختاری نمی‌انجامد. موضوعی ممکن است چند روز همه‌جا باشد و سپس بدون نتیجه فراموش شود.

قدرت توجه زمانی واقعی و پایدار می‌شود که بتواند از مرحله دیده شدن عبور کند. باید به شناخت، اعتماد، سازمان و اقدام تبدیل شود. هر مرحله نیازمند کیفیت متفاوتی از توجه است. جلب نگاه ممکن است با تصویر و شعار ممکن شود؛ فهم به توضیح و زمان نیاز دارد؛ اعتماد با ثبات رفتار ساخته می‌شود؛ و اقدام به سازمان و مسئولیت وابسته است. بسیاری از تلاش‌ها در مرحله نخست متوقف می‌شوند، زیرا بازار همان مرحله را بیشتر پاداش می‌دهد.

فعال سیاسی یا اجتماعی باید از خود بپرسد آیا هدفش دیده شدن است یا تغییر. دیده شدن ممکن است شرط تغییر باشد، اما جای آن را نمی‌گیرد. اگر همه انرژی صرف حفظ حضور رسانه‌ای شود، کارهای کم‌نمایش اما حیاتی مانند آموزش نیروها، تدوین برنامه، جمع‌آوری منابع و حل اختلاف نادیده می‌مانند. شهرت می‌تواند ابزار باشد، اما اگر به هدف تبدیل شود، جنبش را از درون تهی می‌کند.

این خطر برای روشنفکر و نویسنده نیز وجود دارد. اندیشه عمیق نیازمند خلوت، تردید و زمان است، اما بازار توجه حضور مداوم و نظر فوری می‌طلبد. کسی که درباره هر رویداد سخن می‌گوید، ممکن است فرصت اندیشیدن به موضوعات بنیادی را از دست بدهد. مخاطب نیز به واکنش‌های کوتاه عادت می‌کند و از آثار بلند و دشوار فاصله می‌گیرد. در نتیجه، چهره روشنفکری باقی می‌ماند، اما خود روشنفکری ضعیف می‌شود.

قدرت فکری همیشه با توجه گسترده همراه نیست. برخی اندیشه‌های مهم در آغاز مخاطبان کمی داشته‌اند و سال‌ها بعد اثرشان آشکار شده است. بازار روز ممکن است آنها را نبیند، زیرا با نیازهای فوری و قالب‌های جذاب سازگار نیستند. از این رو، فرهنگ سالم باید فضاهایی برای اندیشه‌هایی داشته باشد که هنوز مشهور نشده‌اند. دانشگاه، مجله، کتاب و محفل فکری می‌توانند توجهی صبورتر و غیرتابع بازار فراهم کنند.

این کتاب نیز بر همین تمایز استوار است. هدف از طرح مفهوم حاکمیت بر توجه تنها ساختن اصطلاحی جذاب نیست. اگر این مفهوم صرفاً توجه کوتاه‌مدتی جلب کند و به فهم، زبان و رفتار تازه‌ای منجر نشود، خود در منطق همان بازاری گرفتار خواهد شد که نقد می‌کند. ارزش یک اندیشه در آن نیست که چند بار دیده شود؛ در آن است که آیا می‌تواند شیوه دیدن را تغییر دهد.

قدرت حقیقی توجه در تغییر جهت نگاه نهفته است. گاه یک مفهوم تازه می‌تواند چیزی را که همیشه در برابر ما بوده، برای نخستین بار قابل دیدن کند. انسان سال‌ها از شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده، اعلان دریافت کرده و در معرض تبلیغ قرار گرفته

است، اما ممکن است همه آنها را مسائل جداگانه بدانند. مفهوم حاکمیت بر توجه این تجربه‌ها را در چارچوبی مشترک قرار می‌دهد و پرسشی تازه می‌سازد: چه کسی اختیار ورود به ذهن و زمان من را دارد؟

هرگاه پرسشی تازه در ذهن جمعی جای گیرد، قدرتی تازه پدید می‌آید. مردم شروع می‌کنند رفتار شرکت‌ها، رسانه‌ها و حکومت‌ها را با معیار دیگری بسنجند. چیزی که پیش‌تر طبیعی به نظر می‌رسید، به انتخابی قابل نقد تبدیل می‌شود. تاریخ بسیاری از حقوق انسانی چنین آغاز شده است. پیش از آنکه حق در قانون ثبت شود، باید در ذهن جامعه نام‌گذاری و دیده شود.

بردگی قرن‌ها وجود داشت، اما زمانی به مسئله‌ای اخلاقی و سیاسی تبدیل شد که انسان‌ها توانستند آن را نه سرنوشت طبیعی، بلکه نقض آزادی ببینند. تبعیض علیه زنان و گروه‌های مختلف نیز زمانی به جنبش تبدیل شد که تجربه‌ای خصوصی و پراکنده به زبانی عمومی و حق‌محور دست یافت. حاکمیت بر توجه نیز می‌تواند تلاشی برای نام‌گذاری نوعی سلطه باشد که پیش‌تر بیشتر به صورت عادت، مزاحمت یا مسئله شخصی دیده شده است.

نام‌گذاری قدرت می‌آفریند، زیرا تجربه را قابل بیان و اشتراک می‌کند. فردی که نمی‌تواند وضع خود را توضیح دهد، اغلب آن را ضعف شخصی می‌پندارد. هنگامی که درمی‌یابد میلیون‌ها نفر در محیطی طراحی‌شده برای پراکندگی و وابستگی قرار دارند، مسئله از سطح اراده فردی به سطح اجتماعی و اخلاقی منتقل می‌شود. او همچنان مسئول انتخاب‌های خود است، اما دیگر ساختار را نامرئی نمی‌بیند.

قدرت توجه از طریق نام‌گذاری نه فقط در مقاومت، بلکه در ساختن آینده نیز عمل می‌کند. جامعه‌ای که بتواند مفاهیم درست برای مسائل خود بسازد، بهتر می‌تواند راه‌حل طراحی کند. اگر پراکندگی ذهن تنها «کمبود تمرکز» نامیده شود، راه‌حل به توصیه‌های فردی محدود خواهد شد. اگر آن را بخشی از اقتصاد و مهندسی توجه بدانیم، پرسش‌های تازه‌ای درباره طراحی، آموزش، قانون و مسئولیت شرکت‌ها مطرح می‌شوند.

در سیاست ایران نیز زبان و نام‌گذاری اهمیت بنیادی دارند. جمهوری اسلامی کوشیده است مسائل را با واژگان خود تعریف کند: آزادی زنان را بی‌حجابی، اعتراض را اغتشاش، جامعه مدنی را نفوذ، نقد را سیاه‌نمایی و سیاست فرامرزی را دفاع از امنیت ملی نامیده است. هر واژه توجه را به جنبه‌ای خاص می‌برد. بازپس‌گیری قدرت سیاسی بدون بازپس‌گیری قدرت نام‌گذاری دشوار خواهد بود.

ملت باید بتواند مسئله خود را با زبان خود بیان کند. حجاب اجباری مسئله پوشش نیست؛ مسئله اختیار فرد و مالکیت حکومت بر بدن است. سانسور تنها محدودیت رسانه نیست؛ تصرف حق جامعه برای دانستن و توجه کردن است. پروپاگاندا تنها نشر اطلاعات نادرست نیست؛ مهندسی اولویت‌ها و حافظه جمعی است. دشمن‌سازی تنها سیاست خارجی نیست؛ ابزاری برای نگه داشتن جامعه در حالت اضطراب و اطاعت است.

این تغییر زبان، میدان قدرت را تغییر می‌دهد. حکومت دیگر تنها درباره جزئیات سیاست پاسخ نمی‌دهد؛ باید مشروعیت اصل مداخله خود را توضیح دهد. هنگامی که مردم از حق خود بر بدن، ذهن، داده و توجه سخن می‌گویند، موضوع از چارچوب اخلاق

تحمیلی حکومت خارج و وارد قلمرو حقوق فردی می‌شود. این انتقال مفهومی می‌تواند پیش از تغییر رسمی، پایه فرهنگی آن را بسازد.

با این همه، قدرت توجه نباید تنها برای مقابله با حکومت به کار رود. جامعه آزاد نیز به انضباط توجه نیاز دارد. پس از گذار سیاسی، رقابت رسانه‌ای، تبلیغات، پوپولیسم و شبکه‌های اجتماعی از میان نخواهند رفت. حتی ممکن است با باز شدن فضا شدت بیشتری پیدا کنند. اگر فرهنگ حاکمیت بر توجه شکل نگرفته باشد، جامعه می‌تواند از انحصار حکومتی به آشفتگی تجاری و سیاسی منتقل شود.

آزادی رسانه به معنای نبود مسئولیت نیست. رسانه آزاد می‌تواند دروغ، نفرت و هیجان نیز منتشر کند. انتخابات آزاد می‌تواند تحت تأثیر پول و تبلیغات قرار گیرد. سیاستمداران آزاد می‌توانند از ترس و هویت برای جلب رأی بهره ببرند. بنابراین، دموکراسی تنها به آزادی عرضه اطلاعات نیاز ندارد؛ به شهروندانی نیاز دارد که بتوانند توجه خود را ارزیابی و مدیریت کنند.

قدرت توجه در دموکراسی باید توزیع و پاسخ‌گو شود. شفافیت مالکیت رسانه، رقابت، حمایت از روزنامه‌نگاری مستقل، آموزش عمومی و قواعد روشن تبلیغات سیاسی می‌توانند از تمرکز بیش از اندازه جلوگیری کنند. اما مهم‌تر از همه، جامعه باید ارزش حقیقت و توجه عمیق را حفظ کند. هیچ قانونی نمی‌تواند مردمی را که تنها به هیجان و تأیید باورهای خود علاقه دارند، کاملاً در برابر دستکاری محافظت کند.

از این جهت، حاکمیت بر توجه بخشی از فرهنگ دموکراتیک است. شهروند دموکراتیک تنها حق رأی ندارد؛ توان شنیدن مخالف، تحمل ابهام و تمایز میان واقعیت و تحریک را نیز پرورش می‌دهد. او می‌داند که هر پیام محبوب درست نیست، هر سخن ناخوشایند دشمنی نیست و هر بحران نیازمند واگذاری آزادی نیست. این مهارت‌ها بدون توجه آرام و مستقل شکل نمی‌گیرند. قدرت توجه می‌تواند برای آشتی نیز به کار رود. جامعه گرفتار شکاف معمولاً فقط رنج و روایت گروه خود را می‌بیند. هر طرف شواهدی دارد که حقانیت خود و شرارت دیگری را ثابت می‌کند. آشتی زمانی آغاز می‌شود که توجه از دفاع انحصاری از خود به دیدن تجربه دیگری گسترش یابد. این به معنای برابر دانستن حقیقت و دروغ یا بخشیدن بدون عدالت نیست؛ به معنای آن است که انسان پیچیدگی و انسانیت طرف دیگر را نیز وارد میدان دید کند.

در ایران آینده، بازسازی اعتماد میان گروه‌های سیاسی، قومی، مذهبی و نسلی به چنین گسترشی نیاز خواهد داشت. دهه‌ها سرکوب، تبعیض، مهاجرت و تبلیغات، روایت‌های جداگانه‌ای ساخته‌اند. هر گروه بخشی از رنج را به‌خوبی می‌شناسد و ممکن است رنج دیگران را کمتر ببیند. قدرت ملی زمانی افزایش می‌یابد که توجه جمعی بتواند این تجربه‌ها را در روایتی مشترک، بدون حذف تفاوت‌ها، جای دهد.

ملت‌سازی نیز نوعی سازمان‌دهی توجه است. ملت از مردمی شکل می‌گیرد که بتوانند در کنار زندگی خصوصی و تفاوت‌های خود، به سرنوشت مشترک نیز توجه کنند. نمادها، تاریخ، زبان، قانون و نهادها این توجه مشترک را حفظ می‌کنند. حکومت ایدئولوژیک می‌کوشد آن را به امت، فرقه یا وفاداری به رهبر تبدیل کند؛ دموکراسی باید آن را به شهروندی و مسئولیت مشترک بازگرداند.

قدرت توجه ملی هنگامی سازنده است که به حذف فردیت نینجامد. ملت نباید همه توجه و هویت انسان را مطالبه کند. فرد حق دارد زندگی شخصی، باور، فرهنگ و اولویت‌های خود را داشته باشد. حاکمیت بر توجه در سطح ملی و فردی باید یکدیگر را تقویت کنند: ملت آزاد از انسان‌های صاحب اختیار ساخته می‌شود و انسان آزاد در جامعه‌ای امن و قانونمند بهتر می‌تواند اختیار خود را حفظ کند.

قدرت توجه سرانجام به قدرت ساختن آینده تبدیل می‌شود. آینده پیش از آنکه به واقعیت برسد، باید قابل تصور باشد. جامعه‌ای که نمی‌تواند تصویری از آینده بهتر در ذهن جمعی بسازد، در برابر وضع موجود یا وعده‌های ساده‌انگارانه آسیب‌پذیر می‌ماند. تخیل سیاسی بخشی از قدرت است. کسی که آینده را روایت می‌کند، می‌تواند جهت امید و عمل را تغییر دهد.

حکومت‌های اقتدارگرا اغلب آینده را در دو شکل محدود می‌کنند: یا ادامه خود را تنها امکان معرفی می‌کنند، یا جایگزین را به صورت هرج و مرج، جنگ و فروپاشی نشان می‌دهند. با این کار، توجه جامعه میان ترس از آینده و تحمل حال گرفتار می‌شود. اپوزیسیون مسئول باید بتواند تصویری معتبر، انسانی و عملی از فردای تغییر ارائه دهد. نه رؤیایی بی‌هزینه و نه تهدیدی مبهم، بلکه مسیری که حقوق، نهادها و اولویت‌های آن قابل فهم باشند.

قدرت این تصویر از جذابیت تنها سرچشمه نمی‌گیرد؛ به اعتبار سازندگان و واقع‌بینی آن وابسته است. مردم باید ببینند که آزادی چگونه با امنیت، عدالت با رشد اقتصادی و تنوع با یکپارچگی ملی پیوند می‌خورند. اگر آینده فقط مجموعه‌ای از شعارها باشد، توجه کوتاهی جلب می‌کند، اما اعتماد نمی‌سازد. اگر بیش از اندازه فنی و بی‌روح باشد، نمی‌تواند امید ایجاد کند. رهبری توجه باید میان حقیقت و تخیل، برنامه و معنا پل بسازد.

در سطح فردی نیز انسان به تصویری از آینده نیاز دارد تا توجه امروز خود را سازمان دهد. کسی که نمی‌داند برای چه زندگی می‌کند، آسان‌تر گرفتار محرک‌های لحظه‌ای می‌شود. هدف بلندمدت همه پاسخ‌ها را فراهم نمی‌کند، اما معیاری برای انتخاب می‌سازد. فرد می‌تواند بپرسد آیا این مصرف توجه او را به انسانی که می‌خواهد باشد نزدیک می‌کند یا از آن دور می‌سازد.

قدرت توجه در این معنا از محدود کردن آغاز نمی‌شود؛ از جهت دادن سرچشمه می‌گیرد. تنها گفتن اینکه به شبکه، خبر یا تبلیغ کمتر توجه کن کافی نیست. انسان باید بداند توجه آزادشده را به چه چیزی خواهد سپرد. خلأ توجه معمولاً پایدار نمی‌ماند؛ اگر هدف، رابطه، کار یا معنایی جای آن را نگیرد، محرک پیشین بازمی‌گردد.

جامعه نیز چنین است. نمی‌توان تنها از مردم خواست به پروپاگاندا، نزاع و چهره‌پرستی کمتر توجه کنند. باید موضوعات شایسته‌تری برای توجه وجود داشته باشند: آموزش، آینده اقتصادی، هنر، تاریخ واقعی، برنامه‌های گذار، حقوق فردی و تجربه‌های انسانی. بازپس‌گیری توجه تنها خاموش کردن صداهای زیان‌آور نیست؛ ساختن صدای بهتر و میدان غنی‌تر است.

قدرت توجه را نمی‌توان نابود کرد؛ می‌توان آن را توزیع، هدایت و پاسخ‌گو کرد. همیشه کسانی بیشتر دیده خواهند شد، برخی سخنان نفوذ بیشتری خواهند داشت و جوامع نیازمند تمرکز موقت بر مسائل مشترک خواهند بود. هدف برابری مکانیکی یا پراکندگی کامل نیست. هدف آن است که توجه به انحصاری غیرقابل نقد تبدیل نشود و کسی نتواند بدون رضایت، شفافیت و مسئولیت، ذهن جمعی را ملک خود بداند.

قدرتی که از توجه به دست می‌آید باید همانند دیگر قدرت‌ها محدود شود. محدودیت آن تنها از بیرون و از طریق قانون نیست؛ اخلاق، فرهنگ، رقابت، سواد عمومی و خودمهارى صاحبان نفوذ نیز اهمیت دارند. چهره‌ای که می‌تواند میلیون‌ها نفر را به واکنش وادارد، باید بداند هر سخنش در خلأ منتشر نمی‌شود. رسانه‌ای که دستور کار می‌سازد، باید میان منفعت کوتاه‌مدت و سلامت فضای عمومی انتخاب کند. شهروند نیز باید بداند توجهش رأی روزانه در توزیع قدرت است.

این فصل نشان داد که توجه چگونه از یک ظرفیت ذهنی به نیروی اقتصادی، فرهنگی و سیاسی تبدیل می‌شود. دیده شدن می‌تواند اعتبار بسازد، اعتبار به نفوذ بینجامد و نفوذ به توان تعیین دستور کار و رفتار دیگران تبدیل شود. ثروت می‌تواند توجه بخرد و توجه می‌تواند ثروت تازه تولید کند. شهرت می‌تواند مقام بسازد و مقام می‌تواند شهرت را دائمی کند. این چرخه اگر بدون محدودیت ادامه یابد، به تمرکز قدرت می‌انجامد.

اما توجه می‌تواند قدرتی رهایی‌بخش نیز باشد. می‌تواند رنج پنهان را آشکار کند، حقیقت فراموش‌شده را به حافظه بازگرداند، مردم پراکنده را به یکدیگر پیوند دهد و آینده‌ای تازه را قابل تصور سازد. تفاوت میان سلطه و رهایی در خود توجه نیست؛ در هدف، روش، توزیع و پاسخ‌گویی آن است.

فصل بعدی از این قدرت وارد میدان سیاست و پروپاگاندا خواهد شد. در آنجا خواهیم دید چگونه حکومت‌ها، احزاب، جنبش‌ها و رسانه‌ها برای تصاحب توجه عمومی رقابت می‌کنند؛ چگونه تبلیغ از معرفی و اقناع به ساخت دشمن، ترس و واقعیت سیاسی تبدیل می‌شود؛ و چرا کنترل دستور کار ذهنی جامعه گاه از کنترل مستقیم رفتار آن مؤثرتر است.

تا اینجا، مسیر کتاب از قلمرو فردی آغاز و به ساختارهای گسترده قدرت رسیده است. توجه نخست حق انسان بود، سپس سرمایه او، بعد کالا و موضوع مهندسی و اکنون سرچشمه نفوذ است. هر مرحله نشان می‌دهد آنچه در ظاهر لحظه‌ای ساده از نگاه کردن یا شنیدن است، در باطن به شبکه‌ای از ثروت، هویت، مشروعیت و فرمانروایی پیوند دارد.

در جهان جدید، قدرتمندترین فرد همیشه کسی نیست که بیشترین ثروت، بالاترین مقام یا بزرگ‌ترین ارتش را در اختیار دارد. گاه قدرتمندترین کسی است که می‌تواند تعیین کند میلیون‌ها انسان امروز درباره چه چیزی سخن بگویند، از چه چیزی بترسند، به چه کسی امید ببندند و چه حقیقتی را فراموش کنند.

قدرت توجه از نگاه انسان‌ها ساخته می‌شود. از همین رو، بازپس‌گیری آن نیز از همان‌جا آغاز خواهد شد: از لحظه‌ای که انسان درمی‌یابد نگاهش تنها واکنشی بی‌اهمیت نیست، بلکه بخشی از قدرتی است که هر روز در جهان توزیع می‌کند.

فصل ششم

از تبلیغات تا پروپاگاندا؛ مهندسی واقعیت در ذهن جمعی

انسان همیشه کوشیده است بر نظر دیگران اثر بگذارد. فروشنده درباره کالای خود سخن می گوید، آموزگار شاگرد را به ارزش دانستن دعوت می کند، سیاستمدار برای برنامه اش حمایت می طلبد، هنرمند می کوشد مخاطب را با جهانی تازه روبه رو سازد و والدین ارزش ها و تجربه های خود را به فرزندان منتقل می کنند. زندگی اجتماعی بدون اقناع ممکن نیست، زیرا انسان ها برای همکاری، انتخاب و تصمیم گیری ناچارند با یکدیگر سخن بگویند، دلیل بیاورند و برداشت های خود را در معرض داوری قرار دهند.

اما همه شکل های اقناع یکسان نیستند. میان توضیح دادن و فریب دادن، میان دعوت کردن و وادار ساختن، میان معرفی یک دیدگاه و بستن راه دیدگاه های دیگر فاصله ای عمیق وجود دارد. تبلیغ می تواند تنها تلاشی برای جلب توجه و معرفی یک کالا، اندیشه یا نامزد سیاسی باشد؛ اما هنگامی که همین تلاش با انحصار رسانه، تحریف حقیقت، تکرار سازمان یافته، تحریک ترس، حذف زمینه و ساختن دشمن همراه شود، از تبلیغ عادی عبور می کند و به پروپاگاندا نزدیک می شود.

پروپاگاندا فقط مجموعه ای از دروغ ها نیست. اگر چنین بود، شناخت و مقابله با آن آسان تر می شد. پروپاگاندا می تواند از حقیقت، نیمه حقیقت، تصویر واقعی، حادثه تاریخی و احساسات انسانی استفاده کند، اما آنها را در چارچوبی قرار دهد که نتیجه ای از پیش تعیین شده بسازند. قدرت آن در این نیست که همیشه چیزی را از هیچ خلق کند؛ در این است که انتخاب کند چه چیزی دیده شود، چه چیزی تکرار گردد، چه زمینه ای حذف شود و چه احساسی بر فهم مخاطب غلبه کند.

گاهی پروپاگاندا دروغی آشکار می گوید، اما گاه بسیار مؤثرتر از آن، حقیقتی ناقص عرضه می کند. بخشی از واقعیت را چنان پررنگ می سازد که بخش های دیگر نامرئی شوند. حادثه ای واقعی را از زمینه اش جدا می کند، عددی درست را بدون امکان مقایسه ارائه می دهد یا سخنی واقعی را در موقعیتی متفاوت قرار می دهد. مخاطب ممکن است احساس کند بر پایه واقعیت داوری کرده است، در حالی که مواد اولیه داوری او به دقت گزینش شده اند.

از این رو، تفاوت اصلی میان اطلاع رسانی و پروپاگاندا را نمی توان تنها در درست یا نادرست بودن جمله ها جست و جو کرد. باید به رابطه پیام با اختیار مخاطب توجه کرد. اطلاع رسانی مسئولانه می کوشد توان فهم و داوری انسان را افزایش دهد. پروپاگاندا می کوشد نتیجه داوری را پیش از شکل گیری آن تعیین کند. اطلاع رسانی زمینه، پیچیدگی و عدم قطعیت را تا حد امکان آشکار می سازد؛ پروپاگاندا آنها را حذف می کند تا پیام روشن تر، سریع تر و عاطفی تر اثر بگذارد.

اطلاع رسانی به مخاطب اجازه می دهد پس از دریافت پیام با فرستنده مخالفت کند. پروپاگاندا مخالفت را نه صرفاً خطا، بلکه نشانه خیانت، جهل یا فساد معرفی می کند. در فضای سالم، پیام یکی از گزینه های موجود است؛ در فضای تبلیغاتی بسته، پیام رسمی تنها راه مشروع دیدن جهان تلقی می شود. این تفاوت، پروپاگاندا را از ابزار ارتباطی به ابزار قدرت تبدیل می کند.

ریشه پروپاگاندا را می توان در نیاز حکومت ها، نهادهای مذهبی، ارتش ها و جنبش های سیاسی برای بسیج جمعی یافت. هر قدرتی که بخواهد شمار زیادی از انسان ها را در زمانی کوتاه به رفتاری مشترک وادارد، نیازمند زبان، نماد و روایتی ساده است. جنگ،

انقلاب، اصلاحات بزرگ و بحران‌های ملی نمی‌توانند تنها با توضیح‌های پیچیده و طولانی اداره شوند. مردم باید بدانند خطر چیست، هدف کدام است و چه رفتاری از آنان انتظار می‌رود.

این نیاز همیشه نامشروع نیست. جامعه در هنگام خطر واقعی باید بتواند سریع ارتباط برقرار کند و منابع خود را بسیج نماید. مشکل زمانی پدید می‌آید که حالت اضطرار دائمی شود، دشمن به بخش ثابت هویت سیاسی تبدیل گردد و حکومت برای حفظ اطاعت، پیوسته جامعه را در وضعیت جنگی یا انقلابی نگه دارد. در این حالت، پروپاگاندا دیگر پاسخی موقت به بحران نیست؛ خود به سازنده بحران و شیوه عادی حکمرانی تبدیل می‌شود.

حکومت‌هایی که مشروعیت خود را از رضایت آزادانه، عملکرد قابل سنجش و نهادهای پاسخ‌گو به دست می‌آورند، همچنان از تبلیغات و روابط عمومی استفاده می‌کنند، اما ناچارند با رسانه‌های مستقل، احزاب رقیب و امکان نقد روبه‌رو شوند. حکومت ایدئولوژیک یا اقتدارگرا می‌کوشد این رقابت را محدود کند. برای چنین حکومتی کافی نیست که صدای خود را به گوش مردم برساند؛ باید امکان شنیده شدن صداهای دیگر را کاهش دهد و چارچوبی بسازد که در آن روایت رسمی طبیعی‌ترین یا تنها روایت ممکن به نظر برسد.

از همین رو، سانسور و پروپاگاندا دو بخش جدا از یکدیگر نیستند. سانسور فضای خالی ایجاد می‌کند و پروپاگاندا آن فضا را پر می‌سازد. اگر حکومت تنها اطلاعات مخالف را حذف کند، مردم ممکن است نبود اطلاعات را احساس کنند. اما اگر هم‌زمان روایت، تصویر، آمار، کارشناس و دشمنی جایگزین ارائه شود، خلأ کمتر دیده می‌شود. شهروند احساس می‌کند اطلاعات دریافت کرده است، در حالی که میدان انتخاب او محدود شده است.

قدرت پروپاگاندا در تکرار نهفته است. ذهن انسان به چیزی که بارها می‌شنود آشناتر می‌شود و آشنایی اغلب احساس اعتبار ایجاد می‌کند. جمله‌ای که نخست افراطی یا عجیب به نظر می‌رسد، پس از تکرار فراوان بخشی از زبان عادی می‌شود. حکومت لازم نیست هر بار مردم را با استدلال تازه‌ای متقاعد کند؛ کافی است همان واژه‌ها، نمادها و چارچوب‌ها را در مدرسه، رسانه، مراسم، هنر رسمی و سخنرانی‌ها بازتولید نماید.

تکرار فقط باور نمی‌سازد؛ مرزهای تخیل را نیز محدود می‌کند. هنگامی که جامعه سال‌ها تنها دو گزینه را می‌شنود، ممکن است امکان سوم را فراموش کند. اگر حکومت پیوسته بگوید جایگزین آن هرچومرج، جنگ داخلی یا سلطه بیگانه است، شهروند ممکن است حتی با وجود نارضایتی عمیق، توان تصور‌گذار قانونمند را از دست بدهد. پروپاگاندا در این حالت به آینده نیز دست‌اندازی می‌کند؛ نه فقط آنچه مردم درباره گذشته و حال می‌اندیشند، بلکه آنچه ممکن می‌دانند را شکل می‌دهد.

ساختن دشمن یکی از قدیمی‌ترین و مؤثرترین روش‌های پروپاگانداست. دشمن، جهانی پیچیده را ساده می‌کند. مشکلات گوناگون اقتصادی، اجتماعی و سیاسی را می‌توان به عامل واحدی نسبت داد. شکست حکومت از نتیجه تصمیم‌های نادرست به اثر توطئه بیرونی تبدیل می‌شود و نقد داخلی به همدستی با دشمن تعبیر می‌گردد. جامعه به جای پرسش درباره مسئولیت صاحبان قدرت، به دفاع از خود در برابر تهدیدی بزرگ‌تر فراخوانده می‌شود.

وجود دشمن واقعی، استفاده تبلیغاتی از آن را ناممکن نمی‌کند. کشورها و جوامع ممکن است واقعاً با تهدید خارجی، رقابت منطقه‌ای یا عملیات خصمانه مواجه باشند. پروپاگاندا زمانی شکل می‌گیرد که اندازه، ماهیت و پیامد تهدید در خدمت هدف سیاسی داخلی بازسازی شود. خطری محدود می‌تواند به تهدیدی وجودی تبدیل گردد، اختلافی قابل مدیریت به نبردی ابدی و منتقد داخلی به امتداد دشمن خارجی معرفی شود.

دشمن در پروپاگاندا تنها عامل خطر نیست؛ ابزار هویت‌سازی نیز هست. حکومت می‌گوید ما آن چیزی هستیم که دشمن با آن مخالف است. هرچه دشمن زشت‌تر، غیرانسانی‌تر و فراگیرتر نمایش داده شود، هویت رسمی منسجم‌تر به نظر می‌رسد. مردم نه بر پایه توافق آزاد درباره آینده، بلکه از طریق ترس و نفرت مشترک به یکدیگر پیوند داده می‌شوند.

این پیوند از نظر عاطفی نیرومند اما از نظر اجتماعی شکننده است. جامعه‌ای که وحدتش تنها بر دشمنی بنا شده باشد، با کاهش خطر یا تغییر شرایط دچار بحران معنا می‌شود. حکومت برای حفظ انسجام ناچار است دشمنی تازه یا شکل جدیدی از همان دشمن تولید کند. از این رو، برخی نظام‌ها نمی‌توانند بدون بحران زندگی کنند. صلح، عادی‌سازی و کاهش تنش، نه فقط سیاست خارجی، بلکه بنیان مشروعیت داخلی آنان را تهدید می‌کند.

پروپاگاندا دشمن را از انسانیت تهی می‌کند. او دیگر فردی با زندگی، خانواده، ترس و پیچیدگی نیست؛ نمادی از شر است. این غیرانسانی‌سازی راه را برای خشونت، تبعیض و حذف اخلاقی هموار می‌سازد. هنگامی که گروهی انگل، خائن، نجس، مزدور یا عامل بیگانه نامیده شود، حقوقش کمتر قابل دفاع به نظر می‌رسد. زبان پیش از عمل خشونت‌آمیز، فاصله اخلاقی لازم را ایجاد می‌کند.

در سیاست داخلی، همین روش علیه مخالفان، اقلیت‌ها و معترضان به کار می‌رود. قدرت به جای پاسخ دادن به مطالبه، هویت مطالبه‌کننده را هدف قرار می‌دهد. اگر معترض مزدور، روشنفکر وابسته، زن معترض فریب‌خورده و روزنامه‌نگار عامل دشمن معرفی شوند، دیگر نیازی نیست محتوای سخن آنان بررسی شود. حمله به شخص و هویت، توجه را از مسئله اصلی منحرف می‌کند.

این روش به‌ویژه زمانی مؤثر است که جامعه پیشاپیش با ترس، تعصب یا خاطره تاریخی خاصی زندگی کند. پروپاگاندا احساسات را از هیچ نمی‌سازد؛ آنها را کشف، فعال و جهت‌دهی می‌کند. خاطره جنگ، اشغال، استعمار، تبعیض، انقلاب یا شکست ملی می‌تواند به منبعی دائمی برای بسیج سیاسی تبدیل شود. حکومت بخشی از حافظه را انتخاب و چنان تکرار می‌کند که رویداد گذشته همچنان در زمان حال زنده بماند.

حافظه جمعی همیشه‌گزینشی است. هیچ ملتی نمی‌تواند همه گذشته خود را با یک شدت به یاد آورد. تاریخ در کتاب‌ها، آیین‌ها، موزه‌ها، فیلم‌ها و داستان‌های خانوادگی بازسازی می‌شود. مسئله آن است که چه کسی این‌گزینش را انجام می‌دهد و آیا جامعه امکان بازنگری و طرح روایت‌های دیگر را دارد. در نظام تبلیغاتی، تاریخ نه حوزه پژوهش، بلکه مخزن مشروعیت سیاسی است.

قهرمانان برگزیده می‌شوند، شکست‌ها تغییر معنا می‌دهند، مخالفان حذف می‌شوند و تناقض‌ها از میان می‌روند. شخصیت تاریخی پیچیده به نمادی یک‌بعدی تبدیل می‌شود که باید نیازهای امروز حکومت را برآورده کند. رخدادها به سوی نتیجه‌ای حرکت

می‌کنند که گویی از آغاز اجتناب‌ناپذیر بوده است. حکومت خود را نقطه طبیعی و نهایی تاریخ معرفی می‌کند و هر مخالفتی را نه اختلاف سیاسی، بلکه ایستادن در برابر مسیر تاریخ می‌داند.

این بازنویسی گذشته بر توجه نسل‌های آینده اثر می‌گذارد. کودکی که تنها یک روایت را در مدرسه می‌آموزد، پیش از آنکه توان بررسی مستقل داشته باشد، قهرمان، دشمن و معنای ملیت را از حکومت دریافت می‌کند. کتاب درسی فقط اطلاعات نمی‌دهد؛ میدان عاطفی و اخلاقی می‌سازد. تعیین می‌کند کودک به چه چیزی افتخار کند، از چه کسی شرم داشته باشد و کدام رنج را مهم بداند.

جمهوری اسلامی از همان آغاز دریافت که کنترل آموزش برای بقای ایدئولوژیک حیاتی است. بازنویسی تاریخ، اسلامی کردن کتاب‌ها، حذف یا کم‌رنگ کردن دوره‌های ناسازگار با روایت رسمی و برجسته ساختن انقلاب، جنگ و روحانیت، بخشی از تلاش برای ساختن نسلی بود که جهان را از چارچوب حکومت ببیند. هدف تنها انتقال دانش دینی نبود؛ بازتعریف هویت ایرانی در چارچوب اسلام سیاسی بود.

در این روایت، تاریخ ایران باید به مقدمه‌ای برای انقلاب اسلامی تبدیل می‌شد. بخش‌های گسترده تمدن پیش از اسلام، سنت‌های سکولار، تنوع اندیشه و کوشش‌های آزادی‌خواهانه یا نادیده گرفته می‌شدند یا در چارچوبی محدود بازتفسیر می‌گردیدند. ایران به جای ملتی تاریخی با هویتی چندلایه، بخشی از پروژه‌ای مذهبی و فرامرزی معرفی شد. توجه ملی از تجربه ایران به مأموریتی ایدئولوژیک منتقل گردید.

این تغییر فقط در کتاب‌ها باقی نماند. تقویم، نام خیابان‌ها، مراسم رسمی، رسانه‌ها و نمادهای شهری همان روایت را تکرار کردند. انقلاب، جنگ، شهادت، عاشورا، دشمن و مقاومت به محورهای دائمی فضای عمومی تبدیل شدند. زندگی روزمره مردم در میان شبکه‌ای از یادآوری‌های ایدئولوژیک قرار گرفت. شهروند حتی اگر باور نداشت، ناچار بود بخش بزرگی از محیط دیداری و زبانی خود را از مسیر حکومت دریافت کند.

پروپاگاندا با اشغال فضا قدرت می‌گیرد. اگر تصویر، شعار و صدای رسمی در همه‌جا حضور داشته باشند، پیام از یک ادعا به بخشی از محیط تبدیل می‌شود. انسان ممکن است دیگر آگاهانه به آن توجه نکند، اما همان حضور دائمی حدود امر عادی را تعیین می‌کند. چیزی که همه‌جا دیده می‌شود، طبیعی‌تر و ماندگارتر به نظر می‌رسد.

در مقابل، حذف نیز نوعی پیام است. نبودن تصاویر زنان مستقل، اقلیت‌ها، مخالفان، زندگی عادی و فرهنگ‌های متنوع از رسانه رسمی، به جامعه می‌گوید چه کسانی و چه تجربه‌هایی در تعریف رسمی ملت جای ندارند. نامرئی کردن گروه‌ها، آنان را از حافظه و مشروعیت عمومی دور می‌کند. پروپاگاندا نه فقط با آنچه نشان می‌دهد، بلکه با آنچه حذف می‌کند سخن می‌گوید.

تصویر در پروپاگاندا اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا پیش از استدلال به احساس راه می‌یابد. تصویر کودک زخمی، سرباز قهرمان، رهبر در میان جمعیت یا دشمنی مسلح می‌تواند روایتی کامل را در لحظه‌ای کوتاه منتقل کند. مخاطب پیش از بررسی زمینه، واکنشی عاطفی نشان می‌دهد. همین واکنش می‌تواند چارچوبی برای دریافت اطلاعات بعدی بسازد.

تصویر واقعی نیز می‌تواند فریبنده باشد، اگر زمینه آن پنهان شود. ویدئویی از زمانی دیگر با عنوان تازه منتشر می‌شود، بخشی کوتاه از سخنی طولانی جدا می‌گردد یا تصویری از اقلیتی کوچک به عنوان نماینده کل جامعه ارائه می‌شود. در این موارد، محتوا الزاماً ساختگی نیست؛ رابطه میان محتوا و ادعاست که دروغین است.

عصر دیجیتال این امکان را چند برابر کرده است. سرعت انتشار از سرعت بررسی بیشتر است. تصویری تحریک‌آمیز در چند ساعت میلیون‌ها نفر را تحت تأثیر قرار می‌دهد، در حالی که بررسی منبع و توضیح زمینه دیرتر و با جذابیت کمتر منتشر می‌شود. مخاطب معمولاً اثر نخستین را حفظ می‌کند. حتی هنگامی که تکذیب را می‌پذیرد، احساس ایجادشده ممکن است باقی بماند.

با گسترش ابزارهای ساخت تصویر و صدا، مرز میان سند و تولید مصنوعی پیچیده‌تر می‌شود. انسان دیگر نمی‌تواند صرف دیدن یا شنیدن چیزی، به اصالت آن اطمینان کند. این تحول دو خطر هم‌زمان ایجاد می‌کند. از یک سو، محتوای جعلی می‌تواند به عنوان واقعیت منتشر شود؛ از سوی دیگر، صاحبان قدرت می‌توانند اسناد واقعی را نیز جعلی بخوانند. هنگامی که اعتماد عمومی به امکان تشخیص واقعیت از میان برود، پروپاگاندا به مرحله‌ای تازه وارد می‌شود.

هدف پروپاگاندا جدید همیشه این نیست که مردم روایت مشخصی را باور کنند. گاه هدف آن است که آنان باور کنند حقیقت اساساً دست‌یافتنی نیست. وقتی همه ادعاها مشکوک، همه رسانه‌ها متهم و همه تصاویر قابل جعل به نظر برسند، شهروند از تلاش برای فهم خسته می‌شود. او ممکن است بگوید هیچ‌کس راست نمی‌گوید و بهتر است در سیاست دخالت نکنیم. این کناره‌گیری به سود قدرتی است که منابع و سازمان بیشتری در اختیار دارد.

بدبینی کامل، برخلاف ظاهر مستقل و هوشمندانه‌اش، می‌تواند محصول پروپاگاندا باشد. انسانی که هیچ منبعی را معتبر نمی‌داند، ناچار به احساس، تعلق گروهی یا تکرار بیشتر تکیه می‌کند. در غیاب معیار مشترک حقیقت، قوی‌ترین و پرمصدق‌ترین روایت برتری می‌یابد. به همین دلیل، نابود کردن اعتماد به رسانه‌ها، دانشگاه، دادگاه و کارشناسان می‌تواند مقدمه تمرکز قدرت باشد.

این به معنای آن نیست که نهادها همیشه درست یا بی‌طرف‌اند. اعتماد سالم نباید کور باشد. نهادها باید شفاف، پاسخ‌گو و قابل نقد باشند. تفاوت اعتماد انتقادی با بدبینی مطلق در این است که اولی امکان ارزیابی، اصلاح و مقایسه را حفظ می‌کند؛ دومی همه معیارها را ویران می‌سازد. پروپاگاندا از ویرانه معیارهای مشترک سود می‌برد.

آمار نیز می‌تواند ابزار پروپاگاندا باشد. عدد ظاهری بی‌طرف و علمی دارد، اما انتخاب شاخص، دوره زمانی، مبنای مقایسه و نحوه نمایش می‌تواند نتیجه را تغییر دهد. حکومت ممکن است رشد بخشی محدود را برجسته و کاهش کلی رفاه را پنهان کند؛ تعداد مطلق خدمات را اعلام کند، بی‌آنکه نسبت آن به جمعیت یا نیاز را نشان دهد؛ یا سالی استثنایی را مبنای مقایسه قرار دهد.

عدد درست می‌تواند برداشت نادرست بسازد. اگر حکومت بگوید هزاران واحد مسکونی ساخته شده است، بدون آنکه وعده اولیه، نیاز واقعی یا کیفیت پروژه‌ها را بیان کند، مخاطب تصویری ناقص دریافت می‌کند. اگر نرخ مشارکت یا حمایت براساس داده‌های کنترل‌شده اعلام شود، ظاهر علمی برای مشروعیت سیاسی به کار می‌رود. پروپاگاندا در اینجا نه با کنار گذاشتن علم، بلکه با استفاده گزینشی از زبان آن عمل می‌کند.

کارشناس رسمی نیز بخشی از این سازوکار است. حکومت می‌کوشد پیام را تنها از زبان سیاستمدار بیان نکند؛ چهره دانشگاهی، تحلیلگر، پزشک، اقتصاددان یا نظامی می‌تواند به آن اعتبار فنی ببخشد. مخاطب ممکن است نتواند استقلال، تخصص و ارتباط فرد با قدرت را ارزیابی کند. عنوان حرفه‌ای جای استدلال را می‌گیرد.

در رسانه‌های آزاد نیز خطر مشابهی وجود دارد. چهره‌ای ممکن است به دلیل توان سخن گفتن، حضور تلویزیونی یا هماهنگی با روایت رسانه، بارها دعوت شود و به تدریج اعتبار عمومی به دست آورد، حتی اگر تخصص او محدود باشد. تکرار حضور از او «کارشناس» می‌سازد. بازار توجه و پروپاگاندا در اینجا به یکدیگر نزدیک می‌شوند: هر دو به چهره‌ای نیاز دارند که پیام پیچیده را سریع، قطعی و جذاب بیان کند.

پروپاگاندا از قطعیت تغذیه می‌کند. جمله‌های مشروط، تردید، احتمال و پیچیدگی برای بسیج سریع مناسب نیستند. پیام باید ساده باشد: ما حقیق، آنان باطل‌اند؛ پیروزی نزدیک است؛ دشمن در حال فروپاشی است؛ رهبر می‌داند؛ مردم متحدند. قطعیت به مخاطب آرامش و جهت می‌دهد، به‌ویژه در دوران بحران. اما همین آرامش ممکن است به قیمت کنار گذاشتن واقعیت به دست آید.

زبان قطعی در اپوزیسیون نیز می‌تواند رواج یابد. پیش‌بینی پیوسته سقوط فوری، اعلام پیروزی پیش از دستیابی به آن و معرفی هر رویداد به عنوان نقطه پایان نظام، توجه و امید کوتاه‌مدت ایجاد می‌کند. اما وقتی وعده‌ها تکرار و محقق نمی‌شوند، جامعه خسته و بی‌اعتماد می‌شود. پروپاگاندا فقط ابزار حکومت نیست؛ هر جنبشی که حقیقت را قربانی بسیج کند، می‌تواند به آن گرفتار شود. تفاوت میان پیام سیاسی مسئولانه و پروپاگاندا در احترام به حقیقت و اختیار مخاطب است. جنبش آزادی‌خواه اگر برای رسیدن به هدف خود از همان دروغ، حذف و غیرانسانی‌سازی استفاده کند، شاید دشمنش را نقد کند، اما فرهنگ او را بازتولید خواهد کرد. آزادی نمی‌تواند فقط در مقصد حضور داشته باشد؛ باید در شیوه ارتباط، سازمان‌دهی و رفتار نیز دیده شود.

این اصل به‌ویژه در دوران گذار اهمیت دارد. جامعه‌ای که از نظام تبلیغاتی خارج می‌شود، ممکن است برای مدتی با انفجار روایت‌ها و اطلاعات مواجه شود. رسانه‌های تازه، گروه‌های سیاسی، دولت‌های خارجی، چهره‌های مشهور و شبکه‌های اجتماعی همگی می‌کوشند سهمی از توجه عمومی به دست آورند. مردم که سال‌ها از دسترسی آزاد محروم بوده‌اند، ممکن است میان شایعه، خبر، امید و ترس سرگردان شوند.

گذار سیاسی بدون زیرساخت حقیقت می‌تواند به آشفتگی اطلاعاتی بینجامد. ایجاد رسانه‌های مستقل، حفاظت از روزنامه‌نگاران، دسترسی به اسناد، آرشیو جنایت‌ها، آموزش سواد رسانه‌ای و شفافیت نهادهای موقت، بخشی از امنیت دوران گذارند. امنیت تنها حفاظت از خیابان و مرز نیست؛ حفاظت از میدان اطلاعات و اعتماد عمومی نیز هست.

در خلأ اطلاعات معتبر، شایعه به سرعت رشد می‌کند. انسان در شرایط نامطمئن نیازمند توضیح است و اگر پاسخ رسمی قابل اعتماد وجود نداشته باشد، روایت‌های غیررسمی جای آن را می‌گیرند. برخی شایعات از نگرانی طبیعی مردم سرچشمه می‌گیرند، اما برخی می‌توانند آگاهانه برای ایجاد ترس، انتقام یا درگیری ساخته شوند. جامعه‌ای که می‌خواهد از خشونت دور بماند، باید جریان سریع و صادقانه اطلاعات را جدی بگیرد.

پروپاگاندا اغلب از زخم‌های واقعی جامعه استفاده می‌کند. اختلاف قومی، مذهبی، طبقاتی یا سیاسی می‌تواند با تصاویر و روایت‌های گزینشی تشدید شود. حادثه‌ای محلی به نشانه نقشه‌ای گسترده تبدیل می‌گردد و رفتار فردی به کل گروه نسبت داده می‌شود. هر طرف تنها قربانیان خود را می‌بیند و خشونت دیگری را برجسته می‌کند. چرخه‌ای از ترس و انتقام شکل می‌گیرد که شکستن آن دشوار است.

یکی از نشانه‌های پروپاگاندا، تبدیل فرد به نماینده کامل گروه است. اگر عضوی از یک قوم، مذهب یا جریان سیاسی خطایی کند، همه گروه متهم می‌شود؛ اما خطای عضو گروه خودی فردی و استثنایی تلقی می‌گردد. این معیار دوگانه امکان گفت‌وگوی عادلانه را از میان می‌برد. انسان‌ها نه براساس رفتار شخصی، بلکه با هویتی جمعی داوری می‌شوند.

پروپاگاندا همچنین از تکرار زخم بدون ارائه راه خروج بهره می‌گیرد. یادآوری رنج برای عدالت و حافظه ضروری است، اما اگر رنج تنها برای تولید نفرت، هویت قربانی و وابستگی سیاسی تکرار شود، جامعه در گذشته متوقف می‌ماند. قدرت می‌تواند از قربانی بودن مشروعیت بسازد و هر نقدی را بی‌احترامی به رنج تاریخی معرفی کند.

حکومت جمهوری اسلامی بارها از روایت مظلومیت برای توجیه قدرت استفاده کرده است. رخدادهای تاریخی، جنگ، تحریم و دشمنی‌های واقعی یا ادعایی در چارچوبی قرار گرفته‌اند که حکومت را همواره مدافع مظلوم و مخالفان را در کنار ظالم نشان دهد. این روایت تناقض بنیادینی را پنهان می‌کند: حکومتی می‌تواند در برابر قدرتی خارجی احساس مظلومیت کند و هم‌زمان در داخل سرکوبگر باشد.

پروپاگاندا از مخاطب می‌خواهد یکی از دو تصویر را بپذیرد و امکان هم‌زمانی آنها را نبیند. اگر حکومت در برابر دشمن خارجی ایستاده است، پس باید در داخل مشروع باشد؛ اگر مخالفی از سیاست خارجی آن انتقاد می‌کند، پس با دشمن همراه است. این دوگانه، پیچیدگی اخلاقی و سیاسی را حذف می‌کند. ملت می‌تواند هم مخالف دخالت خارجی باشد و هم حکومت خود را ناقض حقوق بداند. پروپاگاندا نمی‌خواهد این استقلال فکری شکل گیرد.

تقدس نیز سپری در برابر نقد می‌سازد. هنگامی که سیاست با دین، خون شهدا، امنیت ملی یا هویت تاریخی پیوند بخورد، بررسی عملکرد به تعرض به امر مقدس تبدیل می‌شود. سیاستمدار از خود دفاع نمی‌کند؛ خود را پشت ارزشی قرار می‌دهد که جامعه از آن احترام یا ترس دارد. هر پرسش درباره هزینه و نتیجه، بی‌وفایی به ارزش معرفی می‌شود.

جمهوری اسلامی با ترکیب دین و دولت، ظرفیت گسترده‌ای برای این نوع مصونیت ایجاد کرد. تصمیم‌های سیاسی به تکلیف شرعی، رهبری سیاسی به ولایت مذهبی و اطاعت از حکومت به وظیفه دینی پیوند خوردند. در چنین ساختاری، مخالفت نه تنها جرم سیاسی، بلکه گناه یا انحراف اعتقادی تلقی می‌شود. پروپاگاندا مرز میان باور شخصی و وفاداری حکومتی را از میان می‌برد.

این پیوند به دین نیز آسیب می‌زند. وقتی حکومت از امر مقدس برای توجیه فساد، خشونت و ناکارآمدی استفاده کند، بی‌اعتمادی به قدرت ممکن است به بی‌اعتمادی به دین و اخلاق مذهبی نیز گسترش یابد. چیزی که قرار بود منبع معنای فردی باشد، به ابزار کنترل سیاسی تبدیل می‌شود. در نهایت، هم شهروند و هم ایمان قربانی می‌شوند.

پروپاگاندا به زبان ویژه‌ای نیاز دارد. این زبان معمولاً ساده، تکرارشونده، عاطفی و سرشار از دوگانه‌هاست. انقلاب و ضدانقلاب، خودی و غیرخودی، مستضعف و مستکبر، شهید و خائن، مقاومت و سازش، مردم و دشمن. هر واژه جهان پیچیده را به صف‌بندی روشن تبدیل می‌کند. فرد باید جای خود را انتخاب کند و فضای میانه مشکوک می‌شود.

فضای میانه برای پروپاگاندا خطرناک است، زیرا محل پرسش، مقایسه و استقلال است. کسی که می‌گوید بخشی از ادعای این طرف و بخشی از نقد آن طرف درست است، به‌سادگی در دسته‌بندی قرار نمی‌گیرد. از این رو، نظام‌های تبلیغاتی می‌کوشند میانه را بی‌اخلاق، ترسو یا بی‌هویت نشان دهند. مردم باید یا کاملاً همراه باشند یا دشمن تلقی شوند.

اما جامعه سالم دقیقاً به همین فضای میانی نیاز دارد. حقیقت سیاسی اغلب ترکیبی از تجربه‌ها، منافع و خطاهای گوناگون است. گفت‌وگو زمانی ممکن است که انسان بتواند بدون تغییر هویت، با بخشی از سخن مخالف موافقت کند. پروپاگاندا این توان را تضعیف می‌کند، زیرا پذیرش هر نکته از طرف مقابل را شکست یا خیانت می‌داند.

طنز نیز می‌تواند هم ابزار مقاومت و هم ابزار پروپاگاندا باشد. طنز قدرت را کوچک می‌کند، ترس را می‌شکند و تناقض‌های رسمی را آشکار می‌سازد. در حکومت‌های بسته، شوخی گاه یکی از معدود راه‌های بیان حقیقت است. اما طنز می‌تواند انسانیت دیگری را نیز از میان ببرد، کلیشه را تقویت کند و گروهی را چنان مضحک سازد که سخنش دیگر شایسته شنیدن به نظر نرسد.

تمسخر در سیاست توجه را از استدلال به شخصیت منتقل می‌کند. مخاطب ممکن است به جای بررسی برنامه، از تصویر یا لقب خنده‌دار فرد تأثیر بپذیرد. در فضای دیجیتال، قطعه‌ای کوتاه یا تصویری دستکاری‌شده می‌تواند بیش از سخن اصلی او دیده شود. سیاست به مسابقه تولید نشانه‌های ساده و قابل انتشار تبدیل می‌شود.

تکرار همین نشانه‌ها هویت عمومی فرد را می‌سازد. سیاستمداری ممکن است سال‌ها فعالیت پیچیده داشته باشد، اما با یک تصویر، اشتباه لفظی یا لقب شناخته شود. پروپاگاندا از این کاهش انسان به نشانه استفاده می‌کند. وقتی چهره مخالف به کاریکاتوری ساده تبدیل شود، نقد او آسان‌تر و شنیدن سخنش دشوارتر می‌شود.

شخصیت‌کشی یکی از روش‌های مؤثر حذف توجه است. اگر قدرت نتواند سخن مخالف را پاسخ دهد، می‌کوشد او را از نظر اخلاقی، مالی، جنسی یا ملی بی‌اعتبار سازد. هدف آن است که مخاطب پیش از شنیدن پیام، فرستنده را رد کند. حتی اگر اتهام بعداً نادرست ثابت شود، لکه اولیه ممکن است باقی بماند.

در نظام‌های اقتدارگرا، اعتراف اجباری شکل افراطی همین روش است. فرد در برابر دوربین قرار می‌گیرد تا روایت حکومت را با صدای خود تکرار کند. هدف تنها کسب اطلاعات یا مجازات او نیست؛ حکومت می‌خواهد اعتبار اجتماعی فرد را نابود و قدرت خود را نمایش دهد. مخاطب باید ببیند که حتی مخالف نیز سرانجام زبان قدرت را به کار می‌گیرد.

اعتراف تلویزیونی واقعی نمایشی می‌سازد. نشانه‌های اجبار پنهان می‌شوند و صحنه به شکلی تنظیم می‌گردد که سخن داوطلبانه به نظر برسد. مخاطب ممکن است به اجبار باور نداشته باشد، اما نمایش همچنان پیامی دارد: حکومت می‌تواند بدن، صدا و تصویر فرد را در اختیار گیرد. این مهندسی توجه با ایجاد ترس، دیگران را به سکوت دعوت می‌کند.

پروپاگاندا تنها به محتوای پیام وابسته نیست؛ زمان‌بندی نیز اهمیت دارد. انتشار خبری در لحظه بحران، مراسم، انتخابات یا اعتراض می‌تواند اثر متفاوتی داشته باشد. حکومت ممکن است موضوعی حساس را در زمانی منتشر کند که توجه جامعه جای دیگری است یا برعکس، خبری را برای تغییر فضای عمومی برجسته سازد. کنترل تقویم رسانه‌ای بخشی از کنترل سیاسی است.

حجم نیز می‌تواند ابزار باشد. گاه هدف پنهان کردن اطلاعات از طریق کمبود نیست؛ از طریق فراوانی است. اگر صدها گزارش، شایعه، تحلیل و تکذیب هم‌زمان منتشر شوند، مخاطب توان بررسی را از دست می‌دهد. حقیقت در میان انبوه مطالب باقی است، اما یافتن آن پرهزینه می‌شود. این روش نوعی خفه کردن توجه با اطلاعات است.

انسان خسته آسان‌تر به روایت ساده پناه می‌برد. وقتی بررسی همه ادعاها ممکن نیست، به منبع آشنا، گروه خودی یا احساس نخستین اعتماد می‌کند. پروپاگاندا با افزایش بار شناختی می‌تواند استقلال داوری را کاهش دهد. مخاطب تصور می‌کند اطلاعات فراوانی دریافت کرده، اما عملاً توان فهمش کمتر شده است.

این نکته به رابطه پروپاگاندا با سرعت بازمی‌گردد. هرچه چرخه خبر سریع‌تر باشد، فرصت بررسی، تأمل و پاسخ‌گویی کمتر می‌شود. قدرت می‌تواند ادعایی را مطرح کند، موجی ایجاد نماید و پیش از روشن شدن حقیقت به موضوعی دیگر برود. رسانه‌ها نیز به دلیل رقابت ناچارند هم‌زمان حرکت کنند. نتیجه، فضایی است که در آن آغاز ادعا دیده می‌شود، اما پایان بررسی کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

پروپاگاندا از نابرابری میان تولید دروغ و اصلاح آن بهره می‌گیرد. ساختن ادعایی ساده چند ثانیه زمان می‌برد؛ بررسی آن ممکن است ساعت‌ها یا روزها طول بکشد. دروغ می‌تواند با زیان قطعی و تصویری هیجان‌آور منتشر شود، اما پاسخ علمی معمولاً همراه با توضیح، محدودیت و جزئیات است. بازار توجه غالباً به نخستین محتوا پاداش بیشتری می‌دهد.

برای مقابله با این نابرابری، حقیقت باید تنها دقیق نباشد؛ باید قابل فهم، سریع و انسانی نیز عرضه شود. این به معنای تقلید از فریب نیست. می‌توان پیچیدگی را بدون تحریف توضیح داد و شواهد را در قالبی روشن ارائه کرد. نهادهای معتبر اگر زبان ارتباط با مردم را ندانند، میدان را به کسانی واگذار می‌کنند که پاسخ ساده اما نادرست دارند.

روشنفکران و کارشناسان گاه از این مسئولیت غفلت می‌کنند. آنان ممکن است تصور کنند حقیقت به دلیل درست بودن، خودبه‌خود شنیده خواهد شد. اما در بازار و میدان سیاسی توجه، حقیقت برای حضور نیازمند زبان، روایت و اعتماد است. اگر متخصص نتواند با مردم سخن بگوید، واسطه‌هایی جای او را می‌گیرند که شاید دقت علمی را قربانی جذابیت کنند.

با این حال، ساده‌سازی همیشه پروپاگاندا نیست. هر ارتباطی نیازمند انتخاب و خلاصه کردن است. مسئله آن است که آیا ساده‌سازی، حقیقت اصلی را حفظ می‌کند یا آن را به نتیجه‌ای گمراه‌کننده تبدیل می‌نماید. توضیح خوب راهی به سوی فهم عمیق‌تر باز می‌کند؛ پروپاگاندا راه را در همان پاسخ ساده می‌بندد.

یکی از آزمون‌های مهم پیام آن است که آیا مخاطب را به پرسیدن تشویق می‌کند یا از پرسش می‌ترساند. اطلاع‌رسانی مسئولانه می‌گوید این شواهد، این محدودیت‌ها و این نتیجه موقت ماست. پروپاگاندا می‌گوید پاسخ روشن است و هرکس تردید کند با حقیقت، ملت یا اخلاق دشمن است. نخستین رویکرد شهروند می‌سازد؛ دومین، پیرو.

پروپاگاندا به پیرو نیاز دارد، زیرا پیرو نه تنها پیام را می‌پذیرد، بلکه آن را بازتولید می‌کند. هر فرد به رسانه‌ای کوچک تبدیل می‌شود که شعار، تصویر و اتهام را به شبکه خود می‌فرستد. در عصر دیجیتال، مرز میان تولیدکننده و مخاطب از میان رفته است. حکومت، حزب یا گروه سیاسی می‌تواند با فعال کردن هواداران، پیام را بدون پرداخت هزینه مستقیم در سراسر جامعه گسترش دهد.

هوادار احساس می‌کند از حقیقت یا هویت خود دفاع می‌کند. او ممکن است از نظر شخصی صادق باشد، اما بخشی از سازوکاری بزرگ‌تر شود که اطلاعات گزینشی را تکثیر می‌کند. پروپاگاندا زمانی نیرومندتر می‌شود که مردم آن را پیام رسمی ندانند، بلکه سخن دوستان، خانواده یا افراد شبیه خود ببینند. اعتماد اجتماعی به وسیله انتقال پیام سیاسی تبدیل می‌شود.

در این شرایط، مسئولیت فردی افزایش می‌یابد. بازنشر عملی خنثی نیست. هر بار که انسان مطلبی را بدون بررسی به دیگری می‌فرستد، بخشی از اعتبار و رابطه خود را به آن قرض می‌دهد. گیرنده تنها محتوا را نمی‌بیند؛ می‌بیند چه کسی آن را فرستاده است. پروپاگاندا از همین اعتبارهای کوچک و شخصی شبکه‌ای گسترده می‌سازد.

البته نمی‌توان از همه شهروندان انتظار داشت هر خبر را مانند پژوهشگر حرفه‌ای بررسی کنند. مسئولیت اصلی همچنان بر دوش تولیدکنندگان، رسانه‌ها، نهادها و صاحبان قدرت است. اما چند عادت ساده می‌تواند سرعت گسترش فریب را کاهش دهد: مکث پیش از بازنشر، بررسی منبع، جست‌وجوی زمینه، توجه به تاریخ و پرسیدن اینکه محتوا چه احساسی را می‌خواهد فوراً فعال کند. احساس شدید همیشه نشانه دروغ نیست. تصاویر واقعی ظلم و بحران باید احساس برانگیزند. مسئله آن است که احساس جای بررسی را نگیرد. اگر مطلبی ما را به خشم یا ترس فوری وامی‌دارد، دقیقاً همان لحظه‌ای است که باید اندکی مکث کنیم. پروپاگاندا می‌خواهد فاصله میان احساس و عمل را حذف کند.

مکث سیاسی نوعی مقاومت است. قدرت تبلیغاتی بر سرعت تکیه دارد: سریع بترس، سریع خشمگین شو، سریع طرف خود را انتخاب کن و سریع پیام را گسترش بده. مکث این چرخه را مختل می‌کند. به انسان اجازه می‌دهد بپرسد چه کسی از این واکنش سود می‌برد، چه چیزی از تصویر حذف شده و آیا پاسخ دیگری ممکن است.

اما مقاومت تنها فردی نیست. جامعه به نهادهایی نیاز دارد که حقیقت را بررسی و حافظه را حفظ کنند. روزنامه‌نگاری تحقیقی، مراکز بررسی ادعاها، آرشیوهای عمومی، دانشگاه مستقل و آموزش تاریخی، همه بخشی از دفاع جمعی در برابر پروپاگاندا هستند. هیچ شهروندی نمی‌تواند به تنهایی همه ادعاها را ارزیابی کند؛ اعتماد به تقسیم کار اجتماعی دانش ضروری است.

این اعتماد باید با پاسخ‌گویی همراه باشد. رسانه و دانشگاه اگر خطا را پنهان کنند یا به منافع سیاسی وابسته شوند، سرمایه اعتماد را از میان می‌برند. یکی از بهترین روش‌های مقابله با پروپاگاندا، اعتراف روشن به خطا و اصلاح علنی آن است. نهادی که هرگز خطا نمی‌پذیرد، شبیه همان قدرتی می‌شود که ادعای حقیقت مطلق دارد.

شفافیت در منابع مالی و مالکیت رسانه نیز اهمیت دارد. مخاطب باید بداند چه کسی هزینه تولید پیام را می‌پردازد و چه منافعی ممکن است در کار باشد. حمایت مالی به خودی خود پیام را باطل نمی‌کند، اما پنهان بودن رابطه امکان فریب را افزایش می‌دهد. استقلال واقعی فقط شعار نیست؛ ساختار مالی و مدیریتی آن باید قابل مشاهده باشد.

در فضای رسانه‌ای فارسی‌زبان، این مسئله حساس‌تر است. رسانه‌های حکومتی، دولت‌های خارجی، سرمایه‌گذاران خصوصی، جریان‌های سیاسی و چهره‌های مستقل همگی در میدان حضور دارند. مخاطب ممکن است نداند هر رسانه با چه هدف، منابع و محدودیت‌هایی فعالیت می‌کند. شفافیت می‌تواند امکان داوری آگاهانه‌تری فراهم سازد، هرچند هیچ منبعی را به‌طور کامل بی‌طرف نمی‌کند.

بی‌طرفی مطلق شاید دست‌نیافتنی باشد، اما صداقت روشی ممکن است. رسانه می‌تواند ارزش‌ها و دیدگاه کلی خود را آشکار کند، میان خبر و نظر تفاوت بگذارد، منابع را نشان دهد و امکان اصلاح فراهم سازد. مشکل هنگامی است که موضع سیاسی در پوشش حقیقت بی‌طرف عرضه شود یا خبر براساس نتیجه مورد نظر انتخاب و تنظیم گردد.

جنبش‌های سیاسی نیز باید درباره رسانه‌های وابسته به خود صادق باشند. اگر رسانه‌ای برای پیشبرد هدف مشخصی فعالیت می‌کند، بهتر است این هدف آشکار باشد. مخاطب حق دارد بداند با روزنامه‌نگاری مستقل، رسانه حزبی یا تبلیغات سازمان‌یافته روبه‌روست. پنهان کردن ماهیت پیام، خود بخشی از دستکاری توجه است.

پروپاگاندا در محیط‌های بسته غالباً ادعا می‌کند که تنها رسانه‌های مخالف تبلیغاتی‌اند و رسانه رسمی حقیقت را بازتاب می‌دهد. در واقع، یکی از نشانه‌های فضای تبلیغاتی همین ناتوانی در دیدن موضع خود است. هر روایت دیگری دارای انگیزه معرفی می‌شود، اما روایت رسمی طبیعی، ملی و بی‌طرف تلقی می‌گردد.

شناخت موضع خود دشوار است، زیرا انسان از درون چارچوبش به جهان نگاه می‌کند. آنچه بارها شنیده و با هویت او پیوند خورده است، بدیهی به نظر می‌رسد. سواد رسانه‌ای واقعی تنها کشف دروغ طرف مقابل نیست؛ بررسی پیش‌فرض‌های خود نیز هست. انسان باید بتواند بپرسد چرا این روایت برای من به‌سرعت قابل قبول بود و آیا اگر همان ادعا علیه گروه مورد علاقه‌ام مطرح می‌شد، باز هم آن را می‌پذیرفتم.

این آزمون تقارن می‌تواند بسیاری از تعصب‌ها را آشکار کند. آیا برای اتهام علیه مخالف به شواهد کمتری نیاز داریم؟ آیا خطای گروه خود را استثنا و خطای دیگری را ماهیت او می‌دانیم؟ آیا خشونت خودی را دفاع و خشونت طرف مقابل را نشانه شرارت می‌نامیم؟ پروپاگاندا دقیقاً از این معیارهای دوگانه تغذیه می‌کند.

انسان کاملاً بی‌طرف نیست و نباید وانمود کند هیچ ارزش یا تعلقی ندارد. می‌توان آزادی، تمامیت ارضی، عدالت یا سکولار دموکراسی را ارزش دانست و همچنان درباره شواهد منصف بود. تعهد اخلاقی با تعطیل کردن عقل یکسان نیست. برعکس، کسی که به آزادی متعهد است باید بیش از دیگران مراقب باشد آزادی حقیقت را قربانی هدف سیاسی نکند.

هدف خوب، روش نادرست را پاک نمی‌کند. دروغ به سود آزادی همچنان دروغ است و غیرانسانی کردن دشمن، فرهنگ آزادی را تضعیف می‌کند. جنبشی که با شایعه، حذف و اطاعت داخلی رشد کند، پس از پیروزی نیز ممکن است همان روش‌ها را ادامه دهد. ابزارها فقط وسیله رسیدن به آینده نیستند؛ بخشی از همان آینده را در زمان حال می‌سازند.

برای ایران، خروج از جمهوری اسلامی باید هم‌زمان خروج از فرهنگ پروپاگاندا باشد. تغییر پرچم، رهبر یا رسانه کافی نیست، اگر زیان حقیقت مطلق، دشمن‌سازی و شخصیت‌کشی باقی بماند. جامعه باید بیاموزد اختلاف را بدون حذف، نقد را بدون خیانت‌نامیدن و امید را بدون دروغ سازمان دهد. این تحول فرهنگی شاید از تغییر حکومت دشوارتر و طولانی‌تر باشد.

نخستین گام، به رسمیت شناختن حق شهروند بر دانستن است. اطلاعات دولتی، بودجه، تصمیم‌ها، قراردادهای داده‌های عمومی نباید ملک حاکمان باشند. دولت در دموکراسی صاحب حقیقت نیست؛ امانت‌دار اطلاعاتی است که به مردم تعلق دارد. شفافیت نه لطف حکومت، بلکه بخشی از حاکمیت شهروندی است.

حق دانستن با حق پرسیدن پیوند دارد. روزنامه‌نگار، پژوهشگر و شهروند باید بتوانند بدون ترس از مجازات، ادعاهای رسمی را بررسی کنند. حکومت باید بار اثبات تصمیم و ادعای خود را بپذیرد. در نظام تبلیغاتی، شهروند باید بی‌گناهی و وفاداری‌اش را ثابت کند؛ در نظام پاسخ‌گو، قدرت باید مشروعیت و کارآمدی خود را توضیح دهد.

حق ندانستن و فاصله گرفتن نیز بخشی از حاکمیت بر توجه است. دولت و رسانه نباید شهروند را با تبلیغات اجباری، پیام‌های دائمی و حضور همه‌جانبه رهبران محاصره کنند. فضای عمومی باید متعلق به جامعه باشد، نه نمایشگاه دائمی قدرت. نمادهای ملی باید مردم را به یکدیگر پیوند دهند، نه آنان را به اطاعت از حکومت یا شخصی خاص فراخوانند.

آموزش آینده ایران باید تاریخ را نه به عنوان داستانی مقدس و بسته، بلکه به صورت حوزه‌ای برای پژوهش و گفت‌وگو ارائه کند. دانش‌آموز باید با منابع، اختلاف روایت‌ها و دشواری دآوری تاریخی آشنا شود. هدف آموزش نباید ساختن حافظه‌ای مطیع، بلکه پرورش ذهنی پرسشگر باشد. ملتی که از پرسش درباره گذشته می‌ترسد، برای تکرار خطاهای آن آماده می‌ماند.

رسانه عمومی نیز باید از رسانه حکومت جدا شود. وظیفه آن تبلیغ سیاست روز یا ساختن تصویر رهبر نیست؛ باید به شهروندان اطلاعات، فرهنگ، آموزش و امکان شنیدن دیدگاه‌های متنوع ارائه کند. استقلال مدیریتی و مالی چنین رسانه‌ای برای جلوگیری از بازگشت پروپاگاندا ضروری است.

هیچ ساختار حقوقی به تنهایی تضمین‌کننده استقلال نیست. فرهنگ حرفه‌ای، شفافیت، رقابت و حضور جامعه مدنی نیز لازم‌اند. حتی در دموکراسی‌ها، دولت‌ها و احزاب می‌کوشند روایت مطلوب خود را برجسته کنند. تفاوت در این است که آیا رسانه و مردم امکان بررسی و مخالفت دارند یا نه.

پروپاگاندا هرگز به‌طور کامل از سیاست حذف نخواهد شد، زیرا رقابت برای توجه و تفسیر واقعیت همواره وجود دارد. هدف جامعه آزاد حذف همه اقناع‌ها نیست؛ ایجاد محیطی است که در آن هیچ روایت واحدی انحصار حقیقت نداشته باشد، ادعاها قابل بررسی باشند و شهروند بتواند میان منابع گوناگون انتخاب کند.

تکثر به خودی خود حقیقت تولید نمی‌کند. ممکن است ده‌ها منبع همگی شایعه یا تعصب منتشر کنند. اما تکثر همراه با نهادهای حرفه‌ای، آموزش و پاسخ‌گویی امکان اصلاح را افزایش می‌دهد. در نظام بسته، خطای رسمی می‌تواند سال‌ها بدون رقابت باقی بماند؛ در فضای باز، دست‌کم امکان آشکار شدن آن وجود دارد.

آزادی بیان همچنین شامل حق شنیدن سخنان ناخوشایند است. جامعه‌ای که هر دیدگاه مخالف را با حذف پاسخ دهد، به تدریج همان منطق پروپاگندا را بازسازی می‌کند. البته آزادی بیان به معنای آزادی از مسئولیت، تهدید یا افترا نیست. مرزها باید روشن، محدود و قانونی باشند، نه تابع سلیقه سیاسی و موج عاطفی.

یکی از دشوارترین وظایف دموکراسی، حفظ فضای مشترک واقعیت در کنار اختلاف نظر است. مردم می‌توانند درباره ارزش‌ها، سیاست‌ها و تفسیرها اختلاف داشته باشند، اما برای تصمیم‌گیری جمعی به مجموعه‌ای از واقعیت‌های قابل بررسی نیاز دارند. اگر حتی درباره وجود رویداد، شمار قربانیان یا متن قانون توافقی ممکن نباشد، گفت‌وگو به نبرد هویت‌ها تبدیل می‌شود.

پروپاگاندا این فضای مشترک را هدف می‌گیرد. هر گروه واقعیت خود را می‌سازد و تنها منابع خود را می‌پذیرد. در چنین جامعه‌ای، انتخابات و گفت‌وگو دشوار می‌شوند، زیرا طرف‌ها نه تنها پاسخ‌های متفاوت، بلکه جهان‌های متفاوتی دارند. بازسازی اعتماد به روش‌های شناخت، یکی از مهم‌ترین وظایف عصر جدید است.

این بازسازی از فروتنی آغاز می‌شود. هیچ فرد یا نهادی همه حقیقت را در اختیار ندارد. پذیرش محدودیت دانش، امکان گفت‌وگو و اصلاح را ایجاد می‌کند. پروپاگاندا از قطعیت می‌ترسد؟ برعکس، از قطعیت تغذیه می‌کند؛ اما حقیقت علمی و سیاسی اغلب موقت، قابل بازنگری و وابسته به شواهد تازه است.

فروتنی به معنای بی‌تصمیمی نیست. دولت و جامعه ناچارند با اطلاعات ناقص تصمیم بگیرند. مسئله آن است که میان تصمیم ضروری و ادعای حقیقت مطلق تفاوت گذاشته شود. رهبر مسئول می‌تواند بگوید براساس شواهد موجود این مسیر را انتخاب می‌کنیم و اگر داده تازه‌ای برسد، بازنگری خواهیم کرد. رهبر تبلیغاتی هر تغییر را ضعف می‌داند و خطا را پنهان می‌کند.

پنهان کردن خطا معمولاً به دروغ‌های تازه نیاز دارد. نخست نتیجه‌ای نادرست اعلام می‌شود؛ سپس آمار، مقصر و روایتی برای حفظ آن ساخته می‌شوند. سازمان به جای اصلاح عملکرد، انرژی خود را صرف دفاع از تصویر می‌کند. در نهایت، فاصله میان واقعیت و گزارش رسمی چنان بزرگ می‌شود که تصمیم‌گیری نیز آسیب می‌بیند. حاکمان خود قربانی پروپاگاندایی می‌شوند که برای مردم ساخته‌اند.

این پدیده در حکومت‌های بسته رایج است. کارگزاران می‌آموزند خبری را گزارش کنند که رهبر می‌خواهد بشنود. شکست‌ها پنهان و موفقیت‌ها بزرگ‌نمایی می‌شوند. رهبر که دسترسی‌اش به واقعیت از طریق همین ساختار است، به تدریج در جهان ساخته‌شده توسط دستگاه تبلیغاتی زندگی می‌کند. پروپاگاندا از ابزار کنترل جامعه به مانعی برای شناخت خود حکومت تبدیل می‌شود.

نظامی که حقیقت را مجازات می‌کند، توان اصلاح را از دست می‌دهد. بحران‌ها دیرتر دیده می‌شوند، تصمیم‌های نادرست تکرار می‌گردند و هزینه‌ها افزایش می‌یابند. آزادی بیان فقط حقی اخلاقی برای شهروند نیست؛ سازوکاری برای بقای عقلانی نظام اجتماعی است. جامعه به پیام‌رسانان خبر بد نیاز دارد، حتی اگر سخن آنان ناخوشایند باشد.

در سازمان‌ها نیز همین اصل برقرار است. مدیری که تنها خبر خوب می‌خواهد، به‌زودی از واقعیت جدا می‌شود. کارکنان اعداد را آرایش می‌کنند، مشکلات را پنهان می‌سازند و جلسات به نمایش موفقیت تبدیل می‌شوند. پروپاگاندا در مقیاس کوچک نیز می‌تواند سازمان را فلج کند. فرهنگ حقیقت باید از خانواده و محل کار تا دولت گسترش یابد.

خانواده‌ای که در آن ظاهر از واقعیت مهم‌تر است، ممکن است مشکلات را پنهان کند تا تصویر موفقیت حفظ شود. کودکان می‌آموزند درباره احساسات، شکست یا اختلاف سخن نگویند. چنین خانواده‌ای نیز نوعی روایت رسمی می‌سازد. حاکمیت بر توجه از نزدیک‌ترین روابط آغاز می‌شود: آیا ما اجازه می‌دهیم واقعیت ناخوشایند دیده شود یا تنها چیزی را می‌پذیریم که تصویر دلخواه را حفظ کند؟

پروپاگاندا همیشه از بالا به پایین نیست. جوامع و گروه‌ها نیز روایت‌هایی برای حفظ تصویر خود می‌سازند. هر ملت ممکن است قهرمانی‌هایش را بزرگ و خطاهایش را کوچک کند. هر حزب ممکن است شکست را به خیانت دیگران نسبت دهد. هر فرد نیز داستانی از زندگی خود می‌سازد که در آن نقش خود را مطلوب‌تر می‌بیند. گرایش به خودفریبی بخشی از طبیعت انسانی است و قدرت سیاسی می‌تواند آن را در مقیاس جمعی سازمان دهد.

شناخت این گرایش نباید به نسبی‌گرایی کامل منجر شود. اینکه همه انسان‌ها زاویه دید دارند، به معنای نبود حقیقت نیست. میان روایت ناقص و دروغ سازمان‌یافته تفاوت وجود دارد. شواهد، روش، امکان بررسی و آمادگی برای اصلاح معیارهایی‌اند که می‌توانند ما را به حقیقت نزدیک‌تر کنند، هرچند هرگز مالک کامل آن نباشیم.

حاکمیت بر توجه به انسان کمک می‌کند در برابر پروپاگاندا نه با باور به مصونیت خود، بلکه با پذیرش آسیب‌پذیری‌اش مقاومت کند. کسی که می‌گوید من هرگز فریب نمی‌خورم، احتمالاً کمتر مراقب سازوکارهای فریب است. همه ما از تکرار، ترس، تعلق و تصویر تأثیر می‌پذیریم. آزادی از شناخت همین واقعیت آغاز می‌شود.

مقاومت به معنای بی‌احساس شدن نیست. انسان نمی‌تواند و نباید همه پیام‌ها را با سردی محاسباتی دریافت کند. همدلی، خشم اخلاقی و امید برای زندگی و سیاست ضروری‌اند. مسئله آن است که احساس به تنهایی فرمان ندهد. عقل و احساس باید در گفت‌وگو باشند؛ احساس مسئله را به ما نشان دهد و عقل مسیر واکنش را بسنجد.

پروپاگاندا می‌کوشد این گفت‌وگو را قطع کند. تصویر را چنان تکان‌دهنده، دشمن را چنان خطرناک و انتخاب را چنان فوری می‌سازد که فرصتی برای داوری نماند. به همین دلیل، دفاع از توجه دفاع از زمان نیز هست. انسان باید حق داشته باشد پیش از پذیرش، محکوم کردن یا بازنشر کردن فکر کند.

این حق در سیاست حیاتی است. قدرت‌ها اغلب می‌خواهند در شرایطی تصمیم گرفته شود که جامعه ترسیده، خشمگین یا سوگوار است. در چنین زمان‌هایی، مردم ممکن است اختیاراتی واگذار کنند که در حالت آرام نمی‌پذیرفتند. قانون اساسی و نهادهای مستقل برای همین ساخته می‌شوند که تصمیم‌های بنیادی تنها تابع موج عاطفی لحظه نباشند.

حکومت قانون نوعی محافظت از توجه جمعی است. قانون سرعت تصمیم‌های سیاسی را کاهش می‌دهد، مراحل بررسی ایجاد می‌کند و امکان اعتراض و بازبینی فراهم می‌آورد. این کندی گاه ناکارآمد به نظر می‌رسد، اما مانعی در برابر تبدیل احساس لحظه‌ای به قدرت دائمی است. استبداد سریع عمل می‌کند، زیرا نیاز ندارد توجه و رضایت متنوع جامعه را در نظر بگیرد.

دموکراسی پرسروصدا، کند و پیچیده است، اما همین پیچیدگی می‌تواند نشانه توزیع قدرت باشد. مشکل زمانی آغاز می‌شود که بازار توجه این فرایند را به نمایش ساده‌ای از برنده و بازنده، قهرمان و دشمن تبدیل کند. شهروند ممکن است از گفت‌وگوی طولانی خسته شود و پاسخ قطعی رهبر پوپولیست را ترجیح دهد. دفاع از دموکراسی نیازمند بازسازی تحمل پیچیدگی است.

فصل‌های پیشین نشان دادند که توجه سرمایه، کالا، موضوع مهندسی و سرچشمه قدرت است. این فصل آشکار کرد که قدرت چگونه از طریق پروپاگاندا می‌کوشد نه فقط نظر، بلکه واقعیت ذهنی جامعه را شکل دهد. پروپاگاندا تعیین می‌کند چه چیزی دیده، چه چیزی فراموش، چه کسی دشمن و چه کسی نجات‌دهنده معرفی شود. گذشته را گزینش می‌کند، حال را قاب می‌گیرد و آینده را محدود می‌سازد.

در جمهوری اسلامی، پروپاگاندا حاشیه حکومت نبوده است؛ بخشی از خود حکومت بوده است. نظامی که مشروعیتش را از ایدئولوژی دینی، دشمنی دائمی و مأموریت تاریخی می‌گیرد، ناچار است پیوسته جهان نمادین خود را بازتولید کند. اگر مردم بتوانند زندگی، تاریخ و منافع خود را خارج از آن چارچوب ببینند، بخش بزرگی از قدرت نظام فرومی‌ریزد.

از همین رو، مبارزه برای آزادی ایران فقط مبارزه بر سر دولت، خیابان یا قانون نیست؛ مبارزه بر سر حق دیدن و نام‌گذاری واقعیت نیز هست. ملتی که بتواند گذشته را آزادانه بررسی، حال را بدون سانسور توصیف و آینده را مستقل از ترس حکومت تصور کند، پیش از تغییر رسمی بخشی از حاکمیت خود را بازپس گرفته است.

اما خطر پروپاگاندا با پایان جمهوری اسلامی از میان نخواهد رفت. هر قدرت تازه‌ای وسوسه خواهد شد روایت خود را حقیقت ملی معرفی کند، خطاهایش را کوچک و مخالفانش را بی‌اعتبار سازد. تنها قانون، رسانه مستقل، آموزش انتقادی و فرهنگ احترام به حقیقت می‌توانند این وسوسه را محدود کنند.

آزادی از پروپاگاندا به معنای رسیدن به جهانی بدون تبلیغ، اقناع و رقابت روایت‌ها نیست. چنین جهانی نه ممکن است و نه مطلوب. آزادی یعنی هیچ روایت واحدی نتواند راه‌های دیگر دیدن را ببندد؛ هیچ قدرتی نتواند پرسش را جرم بداند؛ و هیچ شهروندی ناچار نباشد برای شناخت واقعیت، از دیوار ترس، سانسور و دروغ عبور کند.

پروپاگاندا می‌گوید به ما نگاه کن، از دشمن بترس و پرسش نکن. حاکمیت بر توجه می‌گوید ببین، مقایسه کن، مکث کن و خود داوری کن.

فصل آینده به نمونه‌ای می‌پردازد که همه این سازوکارها را در گستره‌ای ملی و طی دهه‌ها به کار گرفته است: جمهوری اسلامی و تصرف توجه ایرانیان. در آن فصل، خواهیم دید چگونه حکومت دینی از انقلاب، جنگ، سوگواری، حجاب، دشمن خارجی، برنامه هسته‌ای، بحران اقتصادی و مداخله منطقه‌ای برای اشغال دستور کار ذهنی ملت استفاده کرده است؛ و چگونه جامعه ایران، با وجود این فشار مداوم، بارها کوشیده نگاه خود را از حکومت پس بگیرد و به زندگی، آزادی و آینده بازگرداند.

پروپاگاندا زمانی شکست می‌خورد که مردم تنها دروغی خاص را کشف نمی‌کنند، بلکه حق حکومت برای تعیین تمام واقعیت را زیر سؤال می‌برند. از آن لحظه، هر شعار رسمی باید با تجربه زندگی سنجیده شود، هر دشمن معرفی شده باید دوباره بررسی گردد و هر امر مقدس سیاسی باید در برابر حق انسان پاسخگو باشد.

آزادی سیاسی شاید با تغییر قدرت آغاز شود، اما آزادی ذهنی زمانی آغاز می‌شود که انسان دیگر اجازه ندهد قدرت، پیش از او تصمیم بگیرد چه چیزی را ببیند، از چه چیزی بترسد و چه چیزی را حقیقت بنامد.

فصل هفتم

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

هر حکومت برای ادامه کار خود به اندازه‌ای از توجه شهروندان نیاز دارد. قوانین باید شناخته شوند، تصمیم‌ها باید توضیح داده شوند، خطرهای عمومی باید اعلام گردند و مردم باید بدانند نهادهای کشور چگونه عمل می‌کنند. در یک نظام سالم، توجه شهروندان وسیله‌ای برای مشارکت آگاهانه است. حکومت اطلاعات لازم را در اختیار جامعه قرار می‌دهد، اما همه ذهن، زمان و زندگی مردم را مطالبه نمی‌کند. شهروند می‌تواند به کار، خانواده، دانش، هنر، تفریح و آینده شخصی خود پردازد، بی‌آنکه حکومت در هر لحظه خود را به او یادآوری کند.

در حکومت ایدئولوژیک، رابطه میان دولت و توجه به شکلی دیگر درمی‌آید. حکومت به اطاعت قانونی بسنده نمی‌کند؛ می‌خواهد در ذهن مردم حضور دائمی داشته باشد. می‌خواهد نه تنها رفتار عمومی، بلکه زبان، حافظه، احساس، ترس، امید و تعریف انسان از خویش را شکل دهد. شهروند نباید فقط قانون را رعایت کند؛ باید جهان را از چارچوب حکومت ببیند یا دست کم چنان درگیر حکومت باشد که فرصت ساختن چارچوبی مستقل پیدا نکند.

جمهوری اسلامی از آغاز چنین حکومتی بود. این نظام تنها ساختمان‌های دولتی، ارتش، پلیس، دادگاه، منابع مالی و ابزارهای اداری ایران را تصرف نکرد؛ کوشید میدان توجه ملت را نیز در اختیار گیرد. انقلاب باید در همه جا دیده می‌شد، دین حکومتی باید در همه چیز حضور می‌یافت، رهبران باید پیوسته شنیده می‌شدند، دشمن باید همواره نزدیک می‌ماند و بحران باید هرگز به طور کامل پایان نمی‌یافت. زندگی عادی نمی‌بایست از سیاست رسمی جدا شود، زیرا استقلال زندگی روزمره می‌توانست به استقلال ذهن و سپس به استقلال سیاسی بینجامد.

این تصرف در یک روز و با یک فرمان انجام نشد. به تدریج در مدرسه، دانشگاه، اداره، رسانه، خیابان، تقویم، پوشش، هنر، ورزش، عبادت، خانواده و حتی مراسم خصوصی نفوذ کرد. هر حوزه بخشی از استقلال خود را از دست داد و به صحنه‌ای برای یادآوری حضور حکومت تبدیل شد. جمهوری اسلامی می‌خواست انسان ایرانی، هر جا که می‌رود و هر کاری که انجام می‌دهد، با نشانه‌ای از قدرت، ایدئولوژی یا ممنوعیت روبه‌رو شود.

در نتیجه، حکومت نه فقط بر آنچه مردم انجام می‌دادند، بلکه بر مقدار توجهی که ناچار بودند به حکومت اختصاص دهند مسلط شد. حتی مخالفت، فرار، پنهان کاری و بی‌اعتنایی به انرژی ذهنی نیاز داشتند. شهروندی که به نظام باور نداشت نیز باید بداند چه چیزی ممنوع است، چه سخنی خطر دارد، کجا باید سکوت کند، چگونه از سانسور عبور نماید و چه زمانی ممکن است رفتار عادی او به مسئله‌ای امنیتی تبدیل شود. حکومت در ذهن مخالف خود نیز حضور داشت.

این حضور اجباری را باید یکی از عمیق‌ترین اشکال سلطه دانست. زندان تنها جایی نیست که دیوار و در آهنی دارد. جامعه‌ای که در آن انسان پیش از هر سخن و رفتار ناچار است واکنش حکومت را در ذهن خود محاسبه کند، بخشی از زندان را با خود حمل می‌کند. مأمور همیشه لازم نیست در کنار فرد ایستاده باشد؛ کافی است احتمال حضور او در ذهن باقی بماند. سانسور کامل زمانی رخ می‌دهد که شهروند پیش از رسیدن پیام به سانسورچی، خود آن را حذف کند.

جمهوری اسلامی از این جهت توانست مرز میان قدرت بیرونی و مراقبت درونی را کم‌رنگ سازد. مردم یاد گرفتند در محیط‌های مختلف چهره‌ها و زبان‌های متفاوتی داشته باشند. سخنی در خانه گفته می‌شد، سخنی دیگر در مدرسه، سخنی در اداره و سخنی رسمی در برابر دوربین. این چندپارگی تنها مسئله اخلاقی یا رفتاری نبود؛ هزینه‌ای دائمی بر توجه و شخصیت تحمیل می‌کرد. فرد باید همواره به یاد می‌داشت کجا ایستاده، چه کسی می‌شنود و کدام نسخه از خود را باید نشان دهد.

در جامعه آزاد، بخش بزرگی از رفتارهای روزمره نیازی به محاسبه سیاسی ندارند. لباس پوشیدن، موسیقی شنیدن، جشن گرفتن، دوستی، عشق، مطالعه و تفریح عمدتاً در قلمرو انتخاب شخصی قرار می‌گیرند. در جمهوری اسلامی، بسیاری از همین اعمال ساده به مسئله حکومت تبدیل شدند. هرگاه قدرت بتواند امور عادی زندگی را سیاسی کند، سهم بیشتری از توجه انسان به دست می‌آورد. فرد دیگر فقط لباس نمی‌پوشد؛ درباره احتمال تذکر، بازداشت یا قضاوت می‌اندیشد. موسیقی تنها شنیده نمی‌شود؛ باید مجاز یا غیرمجاز بودن آن سنجیده شود. جشن تنها لحظه شادی نیست؛ ممکن است به صحنه‌ای برای ورود مأموران تبدیل شود.

بدین ترتیب، حکومت زندگی را به مجموعه‌ای از نقاط تماس اجباری با قدرت تبدیل کرد. حتی شهروندی که نمی‌خواست سیاسی باشد، با سیاست حکومتی روبه‌رو می‌شد، زیرا حکومت درباره جزئی‌ترین بخش‌های زندگی او تصمیم می‌گرفت. جمهوری اسلامی مخالفان را تنها با سرکوب فعالیت سیاسی تولید نکرد؛ با سیاسی کردن زندگی خصوصی، میلیون‌ها انسان عادی را نیز به مسئله حکومت پیوند زد.

یکی از نخستین حوزه‌های تصرف توجه، ظاهر جامعه بود. پوشش زنان، جداسازی جنسیتی، تابلوها، تصاویر رسمی، شعارهای دیواری و نشانه‌های مذهبی، چهره شهر را دگرگون کردند. حکومت دریافت که تسلط بر فضای دیداری، راهی برای طبیعی ساختن ایدئولوژی است. شهروند باید هر روز از میان جهانی عبور می‌کرد که حکومت آن را نام‌گذاری و تصویرپردازی کرده بود.

تصویر رهبران، کشته‌شدگان مورد تأیید نظام، شعارهای ضد خارجی و نشانه‌های مذهبی، تنها آرایه‌های شهری نبودند. آنها به جامعه یادآوری می‌کردند که چه کسی صاحب فضای عمومی است. دیوار، خیابان و میدان دیگر سطحی خنثی برای زندگی مشترک نبودند؛ به تربیون قدرت تبدیل شده بودند. حکومت از فضای متعلق به همه برای تکرار روایت خود استفاده می‌کرد، در حالی که روایت‌های دیگر اجازه حضور آزادانه نداشتند.

این نابرابری دیداری اهمیت زیادی دارد. وقتی یک روایت در همه‌جا دیده می‌شود و روایت دیگر تنها در خلوت، زیرزمین، شبکه‌های پنهان یا حافظه فردی باقی می‌ماند، حکومت تصویری از اکثریت و طبیعی بودن می‌سازد. شهروند ممکن است بداند بسیاری از مردم باور رسمی را نمی‌پذیرند، اما فضای عمومی خلاف آن را نمایش می‌دهد. شکاف میان تجربه خصوصی و تصویر عمومی، احساس تنهایی و بی‌قدرتی ایجاد می‌کند.

حجاب اجباری را نیز باید در همین چارچوب فهمید. حجاب برای جمهوری اسلامی تنها حکم مذهبی یا قانون پوشش نبود؛ پرچم متحرک حضور حکومت بر بدن زنان بود. هر زن در فضای عمومی باید نشانه‌ای از قدرت ایدئولوژیک نظام را با خود حمل می‌کرد.

حکومت از طریق بدن زن، چهره شهر را مطابق روایت خود می‌ساخت و به جامعه یادآوری می‌کرد که حتی ظاهر انسان نیز کاملاً در اختیار خودش نیست.

اجبار حجاب هزینه‌ای بزرگ بر توجه زنان تحمیل کرده است. زن باید پیش از خروج از خانه درباره پوشش، محل حضور، شدت نظارت و احتمال برخورد فکر کند. در خیابان به خودروها، مأموران، دوربین‌ها و نگاه‌های مشکوک توجه نماید. در اداره و دانشگاه قواعد متفاوتی را رعایت کند و در هر لحظه احتمال دهد که ظاهرش به پرونده‌ای سیاسی، شغلی یا قضایی تبدیل شود.

این هزینه معمولاً در آمارهای اقتصادی دیده نمی‌شود، اما بخشی از زندگی ذهنی میلیون‌ها زن را مصرف کرده است. انرژی‌ای که می‌توانست صرف تحصیل، خلاقیت، کار، رابطه و لذت از فضای عمومی شود، به مراقبت در برابر دخالت حکومت اختصاص یافته است. اجبار تنها پارچه‌ای بر سر نمی‌گذارد؛ بخشی از توجه را نیز به اسارت می‌گیرد.

مقاومت زنان در برابر حجاب اجباری از همین رو فراتر از پوشش است. زن با کنار گذاشتن اجبار اعلام می‌کند که حکومت حق ندارد بدن، تصویر و توجه روزانه او را در اختیار بگیرد. این عمل، بازپس‌گیری قلمروی شخصی از قدرت سیاسی است. هر بار که زنی بدون نشانه تحمیلی در فضای عمومی حاضر می‌شود، نه فقط قانون، بلکه ادعای مالکیت ایدئولوژیک حکومت بر جامعه را به چالش می‌کشد.

شعار «زن، زندگی، آزادی» نیز به همین دلیل توانست توجه ملی را دگرگون سازد. این شعار زبان حکومت را تکرار نکرد. از شهادت، دشمن، امت، انقلاب و تکلیف سخن نگفت؛ زن، زندگی و آزادی را در مرکز قرار داد. در چند واژه، دستور کار ذهنی جامعه را از جهان مرگ‌محور حکومت به سوی جهان زندگی‌محور ملت منتقل کرد.

قدرت این شعار تنها در زیبایی یا کوتاهی آن نبود؛ در جابه‌جایی مرکز توجه قرار داشت. جمهوری اسلامی دهه‌ها کوشیده بود سیاست را به دفاع از نظام، مبارزه با دشمن و اطاعت از امر مقدس پیوند دهد. «زن، زندگی، آزادی» گفت نقطه آغاز سیاست، زندگی انسان و حق او بر خویشتن است. حکومت می‌خواست بدن زن را نماد اطاعت سازد؛ جنبش همان بدن را به نماد آزادی تبدیل کرد.

این نبرد بر سر معنا، بخشی از نبرد بزرگ‌تر بر سر توجه بود. حکومتی که می‌خواست مرگ در راه ایدئولوژی را عالی‌ترین فضیلت معرفی کند، با نسلی روبه‌رو شد که زندگی را مطالبه می‌کرد. نظامی که از اطاعت سخن می‌گفت، با خواست اختیار مواجه شد. قدرتی که گذشته مقدس را تکرار می‌کرد، با جوانانی روبه‌رو گردید که درباره آینده خود می‌پرسیدند.

جمهوری اسلامی برای حفظ تصرف توجه، از انقلاب ۱۳۵۷ به عنوان لحظه‌ای پایان‌ناپذیر استفاده کرده است. در یک جامعه عادی، انقلاب رویدادی تاریخی است که پس از آن نهادهای تازه شکل می‌گیرند و کشور وارد مرحله‌ای جدید می‌شود. در جمهوری اسلامی، انقلاب نباید پایان می‌یافت، زیرا پایان انقلاب به معنای آغاز حکومت عادی و در نتیجه الزام به پاسخ‌گویی درباره عملکرد بود.

نظام خود را نه دولتی موقت در تاریخ، بلکه حامل مأموریتی دائمی معرفی کرد. هر نسل باید دوباره انقلابی می‌شد، هر نهاد باید ارزش‌های انقلاب را حفظ می‌کرد و هر انتقاد با معیار وفاداری به انقلاب سنجیده می‌شد. حکومت به جای آنکه براساس کیفیت اداره کشور مشروعیت بگیرد، از شهروندان می‌خواست همچنان به لحظه تأسیس و آرمان‌های اعلام‌شده آن توجه کنند.

این بازگرداندن دائمی جامعه به گذشته، امکان ارزیابی حال را کاهش می‌داد. اگر حکومت با معیار وعده‌های واقعی درباره رفاه، آزادی، عدالت و استقلال سنجیده می‌شد، شکاف بزرگی میان ادعا و نتیجه آشکار می‌گردید. اما وقتی معیار، وفاداری به انقلاب، مقاومت در برابر دشمن و ادامه مسیر شهدا باشد، شکست‌های عملی می‌توانند به عنوان هزینه انجام مأموریتی مقدس توجیه شوند.

جنگ ایران و عراق فرصت بزرگی برای تثبیت این ساختار توجه فراهم آورد. حمله عراق واقعیتی سخت و خطری جدی برای ایران بود و دفاع از کشور ضرورتی ملی به شمار می‌رفت. میلیون‌ها ایرانی، فارغ از باور سیاسی، برای حفاظت از سرزمین خود ایستادند و هزینه‌ای سنگین پرداختند. اما حکومت تجربه دفاع ملی را در روایت ایدئولوژیک خود جذب کرد و کوشید مالکیت معنای جنگ را در اختیار گیرد.

دفاع از ایران به دفاع از نظام و انقلاب پیوند خورد. کشته‌شدگان جنگ به سرمایه دائمی مشروعیت تبدیل شدند و هر انتقاد بعدی می‌توانست بی‌احترامی به فداکاری آنان معرفی شود. حکومت از خاطره رنج و قهرمانی مردم برای ساختن فرهنگی استفاده کرد که در آن مرگ، فداکاری، دشمن و اطاعت جایگاهی مرکزی داشتند.

جنگ به پایان رسید، اما زیان جنگ باقی ماند. میدان سیاست، اقتصاد، فرهنگ و حتی انتخابات با واژگان جبهه، دشمن، نفوذ، عملیات و فرماندهی توصیف شد. جامعه در حالتی قرار گرفت که گویی هنوز در سنگر است. حکومت می‌توانست هر مطالبه‌ای را با ضرورت حفظ جبهه مقایسه کند و از مردم بخواهد خواسته‌های خود را به تعویق اندازند.

حالت جنگی برای قدرت اقتدارگرا سودمند است، زیرا اولویت را از حقوق به امنیت، از پرسش به اطاعت و از عملکرد به بقا منتقل می‌کند. در جنگ، فرمانده فرصت گفت‌وگوی گسترده درباره هر تصمیم را ندارد و سرباز نیز نمی‌تواند در میانه نبرد درباره ساختار فرماندهی مذاکره کند. اگر حکومت بتواند حالت جنگ را دائمی نگه دارد، می‌تواند همین منطق را به سراسر جامعه تعمیم دهد.

دشمن خارجی در این معماری نقشی بنیادی داشت. آمریکا، اسرائیل، غرب، استعمار، صهیونیسم و عوامل داخلی آنان در روایت رسمی به شبکه‌ای واحد تبدیل شدند که گویا در هر ناکامی و اعتراض حضور داشت. این دشمن ممکن بود شکل عوض کند، اما نباید از میدان توجه خارج شود. زیرا بدون دشمن، پرسش اصلی به سوی داخل بازمی‌گشت: چه کسی مسئول وضعیت کشور است؟

دشمن، مسئولیت را جابه‌جا می‌کند. فساد به تحریم، ناکارآمدی به توطئه، نارضایتی به تحریک خارجی و اعتراض به عملیات دشمن نسبت داده می‌شود. این بدان معنا نیست که فشارها و مداخلات خارجی وجود نداشته‌اند. ایران در تاریخ معاصر بارها هدف رقابت و دخالت قدرت‌های خارجی بوده است. مسئله آن است که حکومت از این واقعیت برای پوشاندن سهم خود در بحران‌ها استفاده کرده است.

در روایت جمهوری اسلامی، دشمن تقریباً همه چیز را توضیح می‌دهد و بنابراین هیچ چیز را دقیق توضیح نمی‌دهد. اگر اقتصاد آسیب می‌بیند، دشمن مقصر است؛ اگر مردم اعتراض می‌کنند، دشمن آنان را فریب داده؛ اگر نخبگان مهاجرت می‌کنند، دشمن آنان را جذب کرده؛ و اگر جامعه از دین رسمی فاصله می‌گیرد، دشمن جنگ فرهنگی به راه انداخته است. این روایت حکومت را از بررسی رابطه میان سیاست‌های خود و نتایج اجتماعی معاف می‌کند.

دشمن همچنین به حکومت امکان می‌دهد توجه مردم را از اختلاف‌های واقعی منافع دور کند. شهروندی که می‌پرسد چرا درآمد ملی صرف مداخلات منطقه‌ای می‌شود، با پاسخ امنیتی روبه‌رو می‌گردد. گفته می‌شود اگر در بیرون نجنبیم، باید در داخل بجنگیم. بدین ترتیب، انتخاباتی سیاسی و قابل بحث به ضرورتی طبیعی و تغییرناپذیر تبدیل می‌شود.

مفهوم «عمق راهبردی» نمونه‌ای از همین مهندسی زبان است. این واژه دخالت نظامی، حمایت از گروه‌های مسلح و مصرف منابع ایران در خارج را در پوششی تخصصی و امنیتی قرار می‌دهد. توجه از هزینه انسانی، اقتصادی و سیاسی سیاست به نقشه‌ای انتزاعی از دفاع منتقل می‌شود. شهروند عادی ممکن است نتواند ادعای امنیتی را ارزیابی کند و هر مخالفی با خطر متهم شدن به ناآگاهی یا خیانت روبه‌رو شود.

در واقع، جمهوری اسلامی مرز میان امنیت کشور و امنیت نظام را آگاهانه مخدوش کرده است. هر تهدید علیه حکومت، تهدید علیه ایران معرفی می‌شود و هر اقدامی برای بقای نظام، دفاع از منافع ملی نام می‌گیرد. این یکی‌سازی برای تصرف توجه ضروری است. اگر مردم بتوانند میان ایران و جمهوری اسلامی تفاوت بگذارند، می‌توانند از کشور دفاع کنند و هم‌زمان حکومت را مسئول بدانند.

تفکیک ایران از جمهوری اسلامی یکی از مهم‌ترین مراحل بازپس‌گیری حاکمیت توجه ملی است. ایران پیش از این حکومت وجود داشته و پس از آن نیز ادامه خواهد یافت. فرهنگ، مردم، سرزمین و تاریخ ایران ملک نظام سیاسی خاصی نیستند. جمهوری اسلامی کوشیده است هر حمله به خود را حمله به ایران و هر حمایت از ایران را حمایت از خود جلوه دهد. این مصادره مفهومی باید شکسته شود.

ملت ایران می‌تواند با جنگ، تحریم، تجزیه و دخالت خارجی مخالف باشد و در همان حال جمهوری اسلامی را منبع بخش بزرگی از بحران‌ها بداند. استقلال فکری دقیقاً در توانایی نگه داشتن هم‌زمان این دو حقیقت آشکار می‌شود. پروپاگاندا از مردم می‌خواهد یکی را انتخاب کنند: یا با حکومت باشند یا با دشمن. حاکمیت بر توجه می‌گوید ملت می‌تواند دستور کار و منافع خود را مستقل از هر دو تعیین کند.

برنامه هسته‌ای نیز طی سال‌ها به یکی از بزرگ‌ترین میدان‌های تصرف توجه تبدیل شد. موضوعی فنی و راهبردی به هسته هویت، عزت، مقاومت و سیاست خارجی کشور بدل گردید. حکومت بحث را چنان تنظیم کرد که هر پرسش درباره هزینه، روش، شفافیت یا نتیجه به مخالفت با حق ملی تعبیر شود.

حق برخورداری از دانش و فناوری با حق حکومت برای پیشبرد هر سیاستی درهم آمیخت. مردم باید میان تسلیم کامل و حمایت بی‌قید و شرط از برنامه رسمی یکی را انتخاب می‌کردند. امکان بحث درباره نوع برنامه، هزینه فرصت، رابطه آن با امنیت و پیامدهای تحریم محدود شد. سیاستی قابل ارزیابی به نمادی مقدس تبدیل گردید.

در این روند، میلیاردها دلار منابع و سال‌ها از توجه ملی صرف موضوعی شد که حکومت آن را تعیین کرده بود. مذاکرات، قطعنامه‌ها، تحریم‌ها، تهدیدها و پیش‌بینی جنگ، بخش بزرگی از فضای خبری و ذهنی ایرانیان را اشغال کردند. زندگی مردم با نرخ ارز، تورم، کمبود دارو، آینده شغلی و مهاجرت به نتیجه تصمیم‌هایی گره خورد که درباره آنها امکان مشارکت واقعی نداشتند.

مردم هزینه می‌پرداختند، اما اطلاعات کامل، حق انتخاب و امکان پاسخ‌گو کردن تصمیم‌گیران را در اختیار نداشتند. این همان ساختار سلطه بر توجه است: حکومت مسئله را تعریف می‌کند، هزینه آن را به جامعه منتقل می‌سازد و سپس خود را مدافع حق معرفی می‌کند که نحوه استفاده از آن را هرگز به رأی آزاد مردم نگذاشته است.

مذاکره و تنش نیز به چرخه‌ای دائمی تبدیل شدند. هر دور مذاکره امیدی کوتاه ایجاد می‌کرد، بازار و زندگی مردم را تحت تأثیر قرار می‌داد و سپس با شکست، تهدید یا دور تازه‌ای از گفت‌وگو جایگزین می‌شد. شهروندان ناچار بودند آینده شخصی خود را به سخنان مقام‌ها، بیانیه‌ها و احتمال توافقی گره بزنند که هیچ کنترلی بر آن نداشتند.

این انتظار دائمی خود نوعی تصرف توجه است. زندگی در حالت تعلیق قرار می‌گیرد. خانواده نمی‌داند مهاجرت کند یا بماند، سرمایه‌گذار نمی‌داند تصمیمی بلندمدت بگیرد یا منتظر توافق باشد، جوان نمی‌داند آینده‌ای در کشور تصور کند یا نه. حکومت با سیاست‌های ناپایدار خود افق زمانی جامعه را کوتاه و ذهن مردم را به پیش‌بینی بحران بعدی مشغول می‌کند.

اقتصاد بی‌ثبات تنها قدرت خرید را کاهش نمی‌دهد؛ توجه را نیز می‌بلعد. تورم، ارزش پول، قیمت مسکن، کمبود کالا، قطع برق، آب و گاز، بخش بزرگی از توان ذهنی خانواده‌ها را مصرف می‌کنند. مردمی که ناچارند هر روز درباره تأمین نیازهای اولیه و حفظ ارزش اندک دارایی خود بیندیشند، فرصت کمتری برای مشارکت مدنی، مطالعه، هنر و برنامه‌ریزی بلندمدت دارند.

فقر مالی به فقر توجه می‌انجامد. فرد گرفتار اقتصاد ناپایدار، پیوسته محاسبه می‌کند، مقایسه می‌نماید و نگران است. هر افزایش قیمت، تغییر مقررات یا قطع خدمت عمومی برنامه او را به هم می‌ریزد. حکومت ناکارآمد نه تنها درآمد مردم را می‌گیرد؛ بخشی از ذهن آنان را نیز در خدمت مدیریت بحران‌هایی قرار می‌دهد که خود ایجاد کرده است.

صف، کمبود و بوروکراسی پیچیده نیز اشکالی از اتلاف توجه‌اند. ساعت‌هایی که برای دریافت مجوز، پیگیری پرونده، یافتن دارو، ثبت‌نام، عبور از فیلترینگ یا حل مشکلی اداری صرف می‌شوند، از زندگی مردم کسر می‌گردند. در جامعه‌ای کارآمد، نهادها باید بار شناختی شهروند را کاهش دهند. در جمهوری اسلامی، نهادها اغلب خود به منبع اضطراب، ابهام و اتلاف تبدیل شده‌اند.

فساد این هزینه را افزایش می‌دهد، زیرا قواعد روشن و یکسان نیستند. شهروند نمی‌داند قانون کافی است یا رابطه، پرداخت غیررسمی و وابستگی سیاسی نیز لازم خواهد بود. او باید نه تنها فرایند رسمی، بلکه شبکه پنهان قدرت را بشناسد. این عدم اطمینان، توجه را از کار اصلی به یافتن راه عبور از مانع منتقل می‌کند.

کارآفرین به جای نوآوری به مجوز، ارز، بخشنامه و نفوذ می‌اندیشد. دانشجوی به جای تمرکز بر تحصیل، نگران گزینش، محدودیت، آینده شغلی و خروج از کشور است. هنرمند پیش از آفرینش اثر به سانسور فکر می‌کند. روزنامه‌نگار پیش از نوشتن، خطوط قرمز متغیر را در ذهن مرور می‌نماید. حکومت در همه این موارد بخشی از توجه حرفه‌ای را پیش از آغاز کار مصادره کرده است.

سانسور تنها حذف محصول نهایی نیست؛ دخالت در فرایند خلق است. نویسنده‌ای که می‌داند جمله‌ای ممکن است مجوز کتاب را متوقف کند، از همان آغاز مسیر اندیشه خود را تغییر می‌دهد. فیلم‌ساز داستانی را کنار می‌گذارد، پژوهشگر از پرسشی حساس دور می‌شود و استاد موضوعی را در کلاس مطرح نمی‌کند. آثار نانوشته و پرسش‌های ناپرسیده در هیچ فهرستی دیده نمی‌شوند، اما بخشی از خسارت فرهنگی‌اند.

این نوع سانسور به مرور تخیل جامعه را محدود می‌کند. وقتی برخی تجربه‌ها امکان بیان ندارند، زیان عمومی برای توصیف آنها نیز ضعیف می‌شود. انسان رنج، میل یا پرسشی دارد، اما واژه و روایت مشترکی برای آن پیدا نمی‌کند. قدرت سیاسی با محدود کردن بیان، امکان فهم جمعی را نیز کاهش می‌دهد.

در مقابل، ادبیات، سینما، موسیقی و طنز ایرانی بارها کوشیده‌اند فضاهای آزاد توجه بسازند. هنرمندان با استعاره، سکوت، چندمعنایی و روایت‌های غیرمستقیم چیزهایی را بیان کرده‌اند که زبان رسمی اجازه نمی‌داد. هنر در ایران تنها فعالیتی زیباشناختی نبوده؛ پناهگاهی برای حفظ واقعیت انسانی در برابر روایت حکومتی نیز بوده است.

موسیقی زیرزمینی، سینمای مستقل، شعر، داستان و طنز اینترنتی راه‌هایی برای بازپس‌گیری صدا و نگاه بوده‌اند. حکومت می‌خواست تعیین کند چه چیزی شنیده و دیده شود، اما جامعه پیوسته مسیرهای تازه‌ای ایجاد کرد. این مقاومت نشان می‌دهد حاکمیت بر توجه هیچ‌گاه به‌طور کامل از میان نمی‌رود. قدرت می‌تواند فضا را محدود کند، اما نمی‌تواند نیاز انسان به بیان و دیدن جهان از چشم خود را نابود سازد.

ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در دوره‌های مختلف انحصار رسانه‌ای حکومت را شکستند. برای نخستین بار، بسیاری از ایرانیان توانستند روایت‌های دیگر را بدون عبور از صداوسیما رسمی دریافت کنند. این تحول بخشی از حاکمیت توجه را به مردم بازگرداند، اما هم‌زمان مسائل تازه‌ای نیز ایجاد کرد.

فراوانی رسانه به معنای آزادی کامل از دستکاری نبود. رسانه‌های برون‌مرزی، شبکه‌های سیاسی، چهره‌های مشهور و پلتفرم‌های جهانی نیز برای جلب توجه رقابت می‌کردند. جامعه از انحصار رسمی وارد بازاری پرهیاهو شد که در آن خبر، تحلیل، شایعه، امید و تبلیغات درهم آمیخته بودند. حکومت دیگر نمی‌توانست همه اطلاعات را کنترل کند، اما می‌توانست با فیلترینگ، قطع اینترنت، تولید اطلاعات نادرست و ایجاد آشفتگی، هزینه دسترسی به حقیقت را افزایش دهد.

فیلترینگ شکلی مستقیم از تصرف توجه است. حکومت تصمیم می‌گیرد شهروند به چه منبعی دسترسی داشته باشد و برای عبور از محدودیت چه مقدار زمان، پول و خطر بپردازد. کاربر باید ابزار دور زدن پیدا کند، نگران امنیت باشد و هر بار با اختلال تازه‌ای روبه‌رو شود. توجهی که در جامعه آزاد صرف فهم محتوا می‌شود، در ایران ابتدا باید صرف رسیدن به محتوا گردد.

قطع اینترنت در زمان اعتراض، تنها توقف ارتباط نیست؛ تلاشی برای نابینا کردن جامعه و جدا کردن افراد از یکدیگر است. حکومت می‌داند که مردم وقتی بتوانند گستردگی اعتراض، خشونت مأموران و حضور دیگران را ببینند، کمتر احساس تنهایی می‌کنند. قطع ارتباط می‌خواهد هر شهروند را دوباره در فضای محدود و تحت کنترل محلی قرار دهد.

نبرد بر سر تصویر اعتراض، نبرد بر سر واقعیت سیاسی است. حکومت شمار معترضان را کاهش می‌دهد، آنان را آشوبگر می‌نامد و تصاویر خشونت را گزینشی نمایش می‌دهد. معترضان می‌کوشند حضور، شعارها و سرکوب را ثبت کنند. هر تصویر می‌تواند بر ترس، امید و تصور جامعه از امکان تغییر اثر بگذارد.

در چنین شرایطی، تلفن همراه شهروند به ابزاری برای شکستن انحصار روایت تبدیل می‌شود. فرد عادی می‌تواند چیزی را ثبت کند که رسانه رسمی پنهان می‌سازد. اما همین توان او را در معرض نظارت و خطر نیز قرار می‌دهد. حکومت از دوربین، داده، مکان و شبکه ارتباطی برای شناسایی استفاده می‌کند. فناوری هم‌زمان ابزار آزادی و کنترل است.

جمهوری اسلامی به تدریج از سرکوب سنتی به نظارت دیجیتال حرکت کرده است. دوربین، تشخیص چهره، داده‌های ارتباطی و خدمات الکترونیکی می‌توانند شبکه‌ای بسازند که رفتار شهروند را در فضای عمومی و خصوصی ردیابی کند. قدرت دیگر تنها پس از وقوع عمل وارد نمی‌شود؛ می‌کوشد پیش از آن احتمال مخالفت را شناسایی و مهار کند.

نظارت اثر روانی مهمی دارد، حتی اگر همیشه دقیق و کامل نباشد. کافی است شهروند نداند چه زمانی دیده می‌شود. عدم قطعیت او را محتاط می‌کند. همان‌گونه که احتمال حضور مأمور در خیابان رفتار را تغییر می‌دهد، احتمال ثبت دیجیتال نیز می‌تواند خودسانسوری ایجاد کند. حکومت برای کنترل کامل لازم نیست همه را همیشه ببیند؛ باید این احساس را ایجاد کند که شاید ببیند.

این حضور احتمالی، مرز خلوت را از میان می‌برد. انسان برای داشتن اندیشه مستقل به فضایی نیاز دارد که در آن از داوری و مجازات فوری در امان باشد. اگر فرد احساس کند جست‌وجو، گفت‌وگو، ارتباط و حرکتش همواره قابل ثبت‌اند، حتی فرایند شکل‌گیری فکر نیز تحت تأثیر قرار می‌گیرد. حریم خصوصی فقط پنهان کردن خطا نیست؛ شرط پرورش شخصیت و استقلال است.

جمهوری اسلامی علاوه بر نظارت، از اعتراف اجباری و نمایش تلویزیونی برای تصرف مخالفان استفاده کرده است. فرد بازداشت‌شده نه تنها از آزادی جسمی محروم می‌شود؛ حکومت می‌کوشد صدا و چهره او را نیز به ابزار روایت خود تبدیل کند. قربانی باید در برابر دوربین سخنی بگوید که بازجو و دستگاه تبلیغاتی تعیین کرده‌اند.

هدف این نمایش فقط متقاعد کردن مردم به صحت اعتراف نیست. بسیاری از مخاطبان ممکن است اجبار را درک کنند. پیام عمیق‌تر آن است که حکومت می‌تواند حتی تصویر و صدای مخالف را در اختیار بگیرد. می‌تواند او را وادار کند علیه خود سخن بگوید و دیگران را با دیدن سرنوشتش بترساند.

اعدام نیز در این ساختار تنها مجازات فرد نیست؛ پیامی برای میدان توجه عمومی است. حکومت با اعلام، زمان‌بندی یا پنهان کردن آن می‌کوشد ترس را تنظیم کند. جسد و خبر مرگ به ابزار انضباط اجتماعی تبدیل می‌شوند. هدف، اثرگذاری بر هزاران انسانی است که مجازات نشده‌اند، اما باید امکان آن را در ذهن خود حمل کنند.

سرکوب‌های مکرر مؤثر است که فراتر از قربانی مستقیم عمل کند. بازداشت یک روزنامه‌نگار باید صدها روزنامه‌نگار دیگر را محتاط کند؛ اخراج یک استاد باید دانشگاه را ساکت سازد؛ برخورد با یک زن باید هزاران زن را به مراقبت بیشتر وادارد. قدرت با نمونه‌سازی، هزینه توجه را میان کل جامعه توزیع می‌کند.

با این حال، استفاده بیش از حد از ترس می‌تواند نتیجه معکوس داشته باشد. هنگامی که شمار بزرگی از مردم احساس کنند دیگر چیزی برای از دست دادن ندارند یا هزینه سکوت از هزینه اعتراض بیشتر شده است، ترس فردی به خشم جمعی تبدیل می‌شود. در این لحظه، توجه از مأمور به جمعیت منتقل می‌شود. شهروند به جای پرسیدن «حکومت با من چه خواهد کرد؟» می‌پرسد «ما با یکدیگر چه می‌توانیم انجام دهیم؟»

اعتراض‌های مختلف ایران را می‌توان مراحل بازپس‌گیری توجه جمعی دانست. هر موج، موضوعی را که حکومت می‌خواست پنهان یا محدود کند، به مرکز آورد. اعتراض‌های دانشجویی مسئله آزادی و استقلال دانشگاه را برجسته کردند؛ جنبش سبز حق رأی و حقیقت انتخابات را به میدان آورد؛ اعتراض‌های اقتصادی شکاف میان شعارهای حکومت و زندگی مردم را آشکار ساختند؛ و جنبش «زن، زندگی، آزادی» حق مالکیت فرد بر بدن و زندگی را در مرکز قرار داد.

در هر مرحله، حکومت کوشید دستور کار اعتراض را تغییر دهد. مطالبه مشخص به آشوب، فتنه، اغتشاش یا عملیات دشمن تبدیل شد. این تغییر نام، تلاشی برای جابه‌جایی توجه بود. به جای آنکه جامعه درباره علت نارضایتی سخن بگوید، باید درباره امنیت، خشونت یا دخالت خارجی بحث می‌کرد.

یکی از مهم‌ترین وظایف جنبش‌های اجتماعی، حفظ نام و معنای مطالبه خود است. اگر حکومت بتواند جنبش را با زبان خود تعریف کند، بخشی از نبرد را برده است. معترضان باید پیوسته یادآوری کنند چرا اعتراض آغاز شد، چه حقوقی نقض گردید و چه تغییراتی مطالبه می‌شود. حافظه جنبش نباید زیر انبوهی از حوادث، شایعات و اختلاف‌ها گم شود.

این مسئله برای اپوزیسیون خارج از کشور نیز اهمیت دارد. رسانه‌ها و فعالان بیرون از ایران دسترسی و آزادی بیشتری دارند، اما خود در معرض منطق بازار توجه‌اند. نزاع‌های شخصی، رقابت برای مخاطب، پیش‌بینی‌های هیجان‌انگیز و تمرکز بر چهره‌ها می‌توانند موضوع اصلی، یعنی آزادی مردم و ساخت آینده، را به حاشیه ببرند.

حکومت از اختلاف طبیعی میان مخالفان بهره می‌گیرد و آن را به مرکز توجه آنان تبدیل می‌کند. هر گروه زمان زیادی صرف پاسخ دادن به دیگری می‌کند، در حالی که برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی و ارتباط با جامعه داخل کشور کمتر دیده می‌شود. مخالفت با جمهوری اسلامی به جای آنکه به همکاری بر سر اصول مشترک منجر شود، ممکن است به بازار رقابت برای مالکیت توجه مخالفان تبدیل گردد.

تصرف توجه اپوزیسیون همیشه به دخالت مستقیم حکومت نیاز ندارد. ساختار رسانه‌ای و روانی می‌تواند خود این کار را انجام دهد. چهره‌ها می‌دانند حمله به رقیب بیشتر از توضیح برنامه بازدید می‌گیرد. مخاطبان خشمگین‌تر بیشتر واکنش نشان می‌دهند. الگوریتم نیز همان مطالب را برجسته می‌کند. در نتیجه، فضایی شکل می‌گیرد که در آن اختلاف سودآور و همکاری کم‌جاذبه است. اگر اپوزیسیون نتواند بر این منطق غلبه کند، ممکن است در مخالفت با جمهوری اسلامی باقی بماند، اما از ساختن جایگزین ناتوان شود. جایگزین سیاسی با توجه طولانی به قانون، اقتصاد، امنیت، عدالت انتقالی، ساختار دولت و حقوق شهروندی ساخته می‌شود. این موضوعات به اندازه نزاع شخصی هیجان تولید نمی‌کنند، اما آینده کشور به آنها وابسته است.

بازپس‌گیری توجه ملی به معنای انتقال مرکز گفت‌وگو از جمهوری اسلامی به ایران است. تا زمانی که همه سیاست با واکنش به سخن، بحران و اقدام حکومت تعریف شود، نظام همچنان دستور کار را در اختیار دارد. اپوزیسیون باید بتواند در کنار پاسخ ضروری به سرکوب، درباره ایران پس از نظام نیز به‌طور مداوم و قابل فهم سخن بگوید.

پرسش مرکزی نباید تنها این باشد که جمهوری اسلامی چه کرده یا چه خواهد کرد. باید پرسید مردم ایران چه می‌خواهند، چه نهادی به آزادی آنان خدمت می‌کند، چگونه می‌توان نظم و امنیت را در گذار حفظ کرد، اقتصاد را بازسازی نمود، حقوق زنان و اقلیت‌ها را تضمین کرد و رابطه دین و دولت را به شکلی عادلانه سامان داد. این پرسش‌ها توجه را از قدرت موجود به قدرت آینده منتقل می‌کنند.

جمهوری اسلامی می‌کوشد آینده بدون خود را تاریک نشان دهد. هرج‌ومرج، تجزیه، جنگ داخلی، انتقام و سلطه خارجی به عنوان نتایج اجتناب‌ناپذیر تغییر مطرح می‌شوند. این روایت بر ترس واقعی مردم از بی‌ثباتی تکیه دارد. ایرانیان تجربه انقلاب، جنگ، خشونت منطقه و فروپاشی کشورهای دیگر را دیده‌اند و نگرانی آنان را نمی‌توان نادیده گرفت.

پاسخ مسئولانه به این ترس، انکار یا تمسخر آن نیست. باید برنامه، نهاد، توافق و تضمین‌هایی ارائه شود که امکان گذار منظم را قابل تصور سازند. اگر مخالفان فقط وعده دهند همه چیز پس از سقوط حکومت خوب خواهد شد، به مهندسی امید روی آورده‌اند. حاکمیت بر توجه ایجاب می‌کند امید با واقعیت، برنامه و مسئولیت همراه باشد.

ملت زمانی از اسارت ترس بیرون می‌آید که بتواند آینده‌ای متفاوت را نه به صورت رؤیا، بلکه به شکل مجموعه‌ای از مراحل و تصمیم‌های قابل فهم ببیند. تصور آینده خود نوعی قدرت است. حکومتی که انحصار آینده را در اختیار دارد، می‌تواند مردم را میان تحمل حال و ترس از فردا گرفتار کند. شکستن این انحصار از مهم‌ترین وظایف فکری و سیاسی مخالفان است.

تصرف توجه در جمهوری اسلامی با تصرف زمان تاریخی نیز پیوند دارد. نظام گذشته را گزینش می‌کند، حال را در بحران نگه می‌دارد و آینده را به ظهور، پیروزی نهایی یا ادامه مبارزه موکول می‌سازد. انسان در این ساختار کمتر فرصت می‌یابد زمان را از منظر زندگی محدود خود ببیند. از او خواسته می‌شود برای هدفی تاریخی صبر کند، هزینه بدهد و خواسته‌های شخصی را به تعویق اندازد.

اما عمر انسان محدود است. نسلی که جوانی اش را در انتظار اصلاح، توافق، پایان تحریم یا تغییر رفتار حکومت گذرانده، نمی تواند زمان ازدست رفته را بازگرداند. حکومت از ملت می خواهد با مقیاس تاریخی ببیندیشد، اما هزینه را افراد در سال های واقعی زندگی خود می پردازند. فاصله میان زمان ایدئولوژی و زمان انسان یکی از بزرگ ترین بی عدالتی های نظام است.

برای حکومت، دهه ای دیگر از مقاومت ممکن است بخشی از مأموریت تاریخی باشد؛ برای جوان، همان دهه می تواند تمام دوره تحصیل، کار، ازدواج و ساختن زندگی باشد. برای حکومت، مهاجرت آماری قابل توجیه است؛ برای خانواده، جدایی ای جبران ناپذیر است. برای ایدئولوژی، نسل ها ابزار ادامه مسیرند؛ برای هر انسان، تنها یک زندگی وجود دارد.

حاکمیت بر توجه بدون بازپس گیری ارزش زمان ممکن نیست. ملت باید حق داشته باشد بپرسد تا چه زمانی باید برای آرمان هایی که انتخاب نکرده هزینه بپردازد. چه مقدار از زندگی امروز باید قربانی وعده ای نامعلوم در آینده شود؟ چه کسی حق دارد عمر میلیون ها انسان را سرمایه پروژه ایدئولوژیک خود کند؟

مهاجرت یکی از پاسخ های فردی به این تصرف بوده است. میلیون ها ایرانی برای یافتن آزادی، امنیت و امکان برنامه ریزی کشور را ترک کرده اند. مهاجرت ممکن است فرصت های تازه ای فراهم کند، اما خود هزینه ای سنگین بر توجه، هویت و روابط تحمیل می نماید. مهاجر باید زبان، نظام اجتماعی و زندگی تازه ای بسازد و هم زمان بخشی از ذهنش در ایران باقی می ماند.

ایرانیان خارج کشور اغلب میان دو میدان توجه زندگی می کنند. زندگی روزمره آنان در کشور جدید جریان دارد، اما خبر، نگرانی، خانواده و سیاست ایران بخش بزرگی از ذهنشان را اشغال می کند. هر بحران آنان را دوباره به ایران بازمی گرداند. احساس مسئولیت، دلتنگی، خشم و ناتوانی در هم می آمیزند.

جمهوری اسلامی از دور نیز می تواند توجه مهاجر را تصرف کند. تهدید خانواده، فشار کنسولی، تبلیغات، عملیات نفوذ و بحران های پی در پی، اجازه نمی دهند فاصله جغرافیایی به فاصله ذهنی کامل تبدیل شود. بسیاری از ایرانیان آزادانه زندگی می کنند، اما همچنان روز خود را با خبرهای نظام آغاز و پایان می دهند.

این پیوند می تواند منبع فعالیت و همبستگی باشد، اما اگر همه زندگی مهاجر در واکنش به جمهوری اسلامی خلاصه شود، حکومت همچنان مرکز هویت او باقی می ماند. ایرانی خارج کشور نیز نیاز دارد میان مسئولیت سیاسی و حق زندگی شخصی تعادل برقرار کند. مقاومت نباید به معنای آن باشد که استبداد از دور نیز تمام شادی، رابطه و خلاقیت او را مصرف کند.

بازپس گیری توجه، برای ایرانیان داخل و خارج، به معنای فراموش کردن رنج یا کنار گذاشتن مبارزه نیست. به معنای آن است که حکومت نتواند تنها موضوع زندگی باقی بماند. انسان باید حق داشته باشد دوست بدارد، بیافریند، بخندد، خانواده بسازد و آینده ای شخصی داشته باشد، بی آنکه احساس کند با این کار از مسئولیت ملی فاصله گرفته است.

زندگی خود شکلی از مقاومت در برابر حکومتی مرگ محور است. شادی، موسیقی، رقص، عشق و زیبایی در جمهوری اسلامی بارها سیاسی شده اند، زیرا از جهانی سخن می گویند که حکومت مرکز آن نیست. وقتی جوانان در فضای عمومی می رقصند یا زنان آزادانه ظاهر می شوند، تنها عملی تفریحی انجام نمی دهند؛ نشان می دهند زندگی می تواند خارج از چارچوب ایدئولوژی جریان یابد.

حکومت از شادی مستقل می‌ترسد، زیرا شادی توجه را از قدرت دور می‌کند. انسانی که می‌تواند معنا، لذت و تعلق را بیرون از آیین رسمی تجربه کند، کمتر به حکومت برای تعریف زندگی نیاز دارد. به همین دلیل، نظام‌های تمامیت‌خواه می‌کوشند حتی جشن و اندوه را نیز سازمان دهند.

در جمهوری اسلامی، سوگواری رسمی جایگاه بسیار بزرگی یافته است. مراسم، تصاویر، نوحه‌ها و تقویم مذهبی فضای عاطفی جامعه را بارها به سوی اندوه، مظلومیت و شهادت هدایت می‌کنند. سوگواری بخشی طبیعی و محترم از فرهنگ انسانی و مذهبی است، اما هنگامی که حکومت آن را به زبان مسلط سیاست تبدیل می‌کند، توازن عاطفی جامعه برهم می‌خورد.

ملت تنها با اندوه زنده نمی‌ماند. به جشن، امید، طنز، موسیقی و زیبایی نیز نیاز دارد. حکومت با تمرکز بر شهادت، از مرگ سرمایه سیاسی ساخته است؛ جامعه با توجه به زندگی می‌تواند این نسبت را معکوس کند. احترام به قربانی نباید به ستایش دائمی مرگ منجر شود. بهترین یادبود قربانیان استبداد، ساختن جامعه‌ای است که در آن انسان‌ها بتوانند آزاد و شاد زندگی کنند.

جمهوری اسلامی همچنین کوشیده است توجه دینی مردم را تصرف کند. ایمان شخصی، اخلاق، معنویت و آیین‌های مذهبی در چارچوب نهادهای حکومتی قرار گرفتند. روحانیت رسمی، نماز جمعه، رسانه مذهبی و مناسبت‌های دولتی می‌خواستند رابطه انسان با امر مقدس را از مسیر قدرت سیاسی عبور دهند.

در نتیجه، دین از حوزه انتخاب، معنا و تجربه فردی به زبان اطاعت و مشروعیت دولتی نزدیک شد. حکومت نه تنها رفتار، بلکه وجدان دینی را نیز مطالبه کرد. شهروند باید باور صحیح را از نهاد رسمی دریافت می‌کرد و مخالفت سیاسی می‌توانست نشانه ضعف ایمان معرفی شود.

این تصرف به جدایی گسترده بخشی از جامعه از دین رسمی انجامیده است. بسیاری از مردم نه لزوماً با معنویت، بلکه با حکومتی مخالفت کرده‌اند که خود را نماینده انحصاری آن معرفی کرده است. وقتی قدرت با دین یکی شود، شکست و خشونت حکومت بر اعتبار دین نیز اثر می‌گذارد.

سکولاریسم در چنین زمینه‌ای تنها اصل حقوق جدایی نهاد دین و دولت نیست؛ آزادسازی توجه دینی و غیردینی مردم نیز هست. انسان باید بتواند مؤمن، نامؤمن، جست‌وجوگر یا بی‌تفاوت باشد، بی‌آنکه حکومت ذهن و رفتار او را در این حوزه سازمان دهد. ایمان زمانی اصیل است که از اجبار سیاسی آزاد باشد و بی‌ایمانی نیز زمانی حق است که مجازات نشود.

جمهوری اسلامی از آموزش برای انتقال ایدئولوژی و شکل دادن به نسل‌های آینده استفاده کرده است. مراسم صبحگاهی، محتوای درسی، گزینش معلمان، حضور نهادهای مذهبی و امنیتی و حذف روایت‌های دیگر، مدرسه را به یکی از نخستین میدان‌های تماس کودک با قدرت تبدیل کرده‌اند.

کودک پیش از آنکه توان سنجش تاریخی و فلسفی داشته باشد، با مجموعه‌ای از قهرمانان، دشمنان و ارزش‌های رسمی روبه‌رو می‌شود. از او انتظار می‌رود شعارها و روایت‌هایی را تکرار کند که معنای کاملشان را نمی‌داند. تکرار، آشنایی و احساس تعلق ایجاد می‌کند و حکومت می‌کوشد پیش از شکل‌گیری استقلال فکری، چارچوب اولیه ذهن را بنا سازد.

اما شکاف میان آموزش رسمی و تجربه زندگی، اثر این فرایند را محدود کرده است. کودک در کتاب چیزی می‌خواند و در خانه، خیابان و اینترنت واقعی دیگر می‌بیند. خانواده‌ها روایت‌های متفاوتی منتقل می‌کنند و نسل تازه تناقض‌ها را زودتر تشخیص می‌دهد. نتیجه همیشه پذیرش ایدئولوژی نیست؛ گاه بی‌اعتمادی گسترده به همه آموزش‌های رسمی است.

این بی‌اعتمادی نیز هزینه دارد. دانش‌آموز ممکن است میان محتوای علمی، اخلاقی و تبلیغاتی تفاوت نگذارد و کل نهاد آموزش را غیرقابل اعتماد بداند. وقتی حکومت در کتاب درسی دروغ یا تحریف وارد می‌کند، تنها یک روایت را تحمیل نمی‌کند؛ رابطه کودک با دانش رسمی را نیز آسیب می‌زند.

دانشگاه از آغاز برای جمهوری اسلامی فضایی خطرناک بود، زیرا توجه مستقل، گفت‌وگو و سازمان‌یابی در آن امکان دارد. انقلاب فرهنگی، پاک‌سازی استادان، گزینش، محدودیت انجمن‌ها و سرکوب دانشجویان، تلاش‌هایی برای کنترل این فضا بودند. حکومت می‌دانست دانشگاه فقط محل انتقال تخصص نیست؛ می‌تواند محل تولید زبان و تخیل سیاسی تازه باشد.

کنترل دانشگاه به معنای کنترل آینده نیز هست. نسلی که پرسیدن، بحث کردن و همکاری مستقل را تجربه کند، کمتر آماده اطاعت بی‌چون‌وچرا خواهد بود. از این رو، نظام کوشید محیط دانشگاه را میان آموزش تخصصی محدود و نظارت سیاسی تقسیم کند. دانشجوی می‌توانست مهندس یا پزشک شود، اما نباید آزادانه درباره ساختار قدرت پرسش کند.

با این حال، دانشگاه بارها به محل مقاومت تبدیل شد. دانشجویان توانستند موضوعاتی را به توجه عمومی وارد کنند که حکومت می‌خواست محدود بمانند. همین استمرار نشان می‌دهد توجه را می‌توان سرکوب کرد، اما نمی‌توان برای همیشه در قالب رسمی نگه داشت.

جمهوری اسلامی در مدیریت بحران‌ها نیز از تصرف توجه بهره برده است. هنگام وقوع حادثه، نخستین تلاش اغلب کنترل روایت، کاهش مسئولیت و تعیین مقصر بوده است. اطلاعات ناقص منتشر می‌شود، مقام‌ها سخنان متناقض می‌گویند و رسانه‌ها از پرسش‌های اصلی دور می‌شوند. مردم ناچارند میان شایعات و منابع گوناگون حقیقت را جست‌وجو کنند.

حادثه فقط رنج جسمی و مالی ایجاد نمی‌کند؛ بحران شناخت نیز می‌سازد. خانواده قربانی نمی‌داند چه رخ داده، شهروند نمی‌داند به چه منبعی اعتماد کند و جامعه پیش از سوگواری ناچار است برای اثبات خود حادثه مبارزه کند. پنهان کردن حقیقت، رنج را دوچندان می‌کند.

حکومت‌های پاسخ‌گو می‌دانند پذیرش خطا و ارائه اطلاعات دقیق برای حفظ اعتماد ضروری است. جمهوری اسلامی اغلب تصویر خود را بر حقیقت مقدم دانسته است. همین امر سبب شده حتی توضیح درست احتمالی نیز با تردید روبه‌رو شود. سرمایه اعتماد چنان فرسوده شده که هر روایت رسمی پیشاپیش مشکوک به نظر می‌رسد.

فروپاشی اعتماد یکی از مهم‌ترین پیامدهای چند دهه پروپاگانداس است. وقتی مردم بارها با انکار، تناقض و پنهان‌کاری مواجه شوند، دیگر تنها به حکومت بی‌اعتماد نمی‌مانند؛ ممکن است نسبت به همه نهادها، کارشناسان و حتی یکدیگر نیز بدبین شوند. جامعه‌ای که اعتماد ندارد، بخش بزرگی از توجه خود را صرف بررسی، احتیاط و دفاع می‌کند.

در چنین جامعه‌ای، همکاری دشوار می‌شود. هر گروه دیگری را متهم به نفوذ، وابستگی یا هدف پنهان می‌کند. حتی پروژه‌های مشترک مخالفان با سوءظن روبه‌رو می‌شوند. حکومت از این بی‌اعتمادی سود می‌برد، زیرا جامعه پراکنده کمتر می‌تواند بدیلی سازمان‌یافته بسازد.

بازسازی ایران در آینده بدون بازسازی اعتماد ممکن نخواهد بود. اعتماد با شعار و دعوت اخلاقی بازمی‌گردد. به شفافیت، پاسخ‌گویی، ثبات رفتار و امکان بررسی نیاز دارد. مردم باید ببینند که خطا پذیرفته، اطلاعات منتشر و قدرت محدود می‌شود. تنها در این صورت بخشی از توجهی که اکنون صرف مراقبت و سوءظن می‌شود، برای همکاری آزاد خواهد شد.

جمهوری اسلامی به سبب ضعف مشروعیت، ناچار است پیوسته نشانه‌های قدرت تولید کند. مراسم، رژه، موشک، جمعیت سازمان‌یافته، سخنرانی و تهدید، همگی می‌خواهند تصویری از تسلط و دوام بسازند. حکومت می‌داند قدرت تنها آن چیزی نیست که در اختیار دارد؛ آن چیزی نیز هست که مردم تصور می‌کنند در اختیار دارد.

اگر جامعه باور کند نظام همه‌چیز را می‌بیند، همه‌جا حضور دارد و هیچ جایگزینی وجود ندارد، حتی بدون استفاده دائمی از زور نیز مطیع‌تر می‌شود. بنابراین، نمایش قدرت بخشی از خود قدرت است. حکومت باید بزرگ، منسجم و بی‌پایان دیده شود، حتی اگر در درون با اختلاف، فساد و ضعف روبه‌رو باشد.

در مقابل، حکومت می‌کوشد مخالفان را کوچک، پراکنده و بی‌اثر نشان دهد. اعتراض محدود، خواسته‌ها مبهم و جمعیت ناچیز معرفی می‌شوند. چهره‌های مخالف یا نادیده گرفته می‌شوند یا در قالبی منفی نمایش داده می‌گردند. نبرد بر سر اندازه ادراک شده، بخشی از نبرد بر سر امید است.

وقتی مردم گستردگی نارضایتی را ببینند، محاسبه آنان تغییر می‌کند. فرد ممکن است سال‌ها مخالف باشد، اما چون خود را تنها می‌پندارد سکوت کند. ظهور ناگهانی جمعیت نشان می‌دهد مخالفت فردی بخشی از واقعیتی عمومی است. توجه مشترک، تنهایی را به همبستگی تبدیل می‌کند.

از همین رو، شعار در اعتراض اهمیت دارد. شعار تجربه‌های پراکنده را به جمله‌ای مشترک تبدیل می‌کند. مردم با تکرار آن نه فقط پیام را به حکومت می‌رسانند؛ حضور و هم‌فکری خود را به یکدیگر اعلام می‌کنند. شعار نوعی هماهنگ‌سازی توجه است.

اما شعار نمی‌تواند جای برنامه را بگیرد. پس از ایجاد همبستگی، جامعه نیازمند گفت‌وگوی پیچیده‌تر درباره روش و آینده است. اگر توجه فقط در سطح شعار باقی بماند، انرژی اعتراض ممکن است بدون ساختار سیاسی پایدار از میان برود. گذار از فریاد مشترک به تصمیم مشترک یکی از دشوارترین مراحل جنبش است.

جمهوری اسلامی از این فاصله بهره می‌برد. نظام می‌داند اعتراض می‌تواند توجه را برای مدتی متمرکز کند، اما حفظ آن دشوار است. سرکوب، قطع ارتباط، خستگی، اختلاف و ظهور بحران تازه می‌توانند میدان توجه را پراکنده سازند. حکومت زمان را به عنوان ابزار خود به کار می‌گیرد و منتظر فرسایش موج می‌ماند.

جنبش موفق باید حافظه و سازمان داشته باشد. باید بداند چگونه پس از کاهش حضور خیابانی، تجربه، شبکه و مطالبه را حفظ کند. هر موج نباید از نقطه صفر آغاز شود. توجه موقت باید به دانش و ظرفیت انباشته تبدیل گردد.

این کتاب از «حاکمیت بر توجه» سخن می‌گوید، زیرا آزادی ایران تنها با شکست توان نظام برای سرکوب کامل نمی‌شود. حتی اگر ساختار سیاسی تغییر کند، آثار دهه‌ها تصرف توجه در زبان، عادت، بی‌اعتمادی، شخصیت‌محوری و فرهنگ بحران باقی خواهند ماند. جامعه باید آگاهانه این میراث را بازیابی کند.

ممکن است حکومت سقوط کند، اما مردم همچنان هر اختلاف را خیانت، هر رهبر را نجات‌دهنده، هر خبر را بحران و هر گفت‌وگو را نبرد ببینند. ممکن است سانسور رسمی پایان یابد، اما خودسانسوری و ترس از تفاوت ادامه پیدا کند. ممکن است رسانه‌ها آزاد شوند، اما بازار شایعه و خشم جای پروپاگاندای دولتی را بگیرد.

آزادی سیاسی شرط ضروری است، اما کافی نیست. حاکمیت بر توجه نیازمند فرهنگی است که در آن انسان بتواند مکث کند، پرسش بپرسد، منبع را بررسی کند و بدون از دست دادن هویت خود نظرش را تغییر دهد. جامعه باید از حالت آماده‌باش دائمی به توان تمرکز بلندمدت برسد.

ایران پس از جمهوری اسلامی با بحران‌های واقعی فراوانی روبه‌رو خواهد بود. اقتصاد، محیط زیست، زیرساخت، عدالت، امنیت، روابط خارجی و اعتماد عمومی نیازمند توجه فوری خواهند بود. خطر آن است که جامعه از فرط فراوانی مسائل بار دیگر پراکنده شود و گروه‌های مختلف هر یک مسئله خود را تنها اولویت بدانند.

رهبری دوران گذار باید پیش از هر چیز توان سازمان‌دهی توجه ملی را داشته باشد. باید میان فوریت و اهمیت تفاوت بگذارد، چند اولویت روشن تعیین کند، اطلاعات صادقانه ارائه دهد و اجازه ندهد حادثه‌ها مسیر اصلی را نابود کنند. این رهبری نباید توجه را بر شخص متمرکز سازد؛ باید آن را به قانون، نهاد و هدف‌های مشترک منتقل کند.

مردم نیز باید بدانند بازسازی کشور با موج‌های کوتاه توجه ممکن نیست. آموزش، حاکمیت قانون، اصلاح اقتصاد و بازسازی اعتماد پروژه‌هایی چندساله و حتی چندنسلی‌اند. جامعه‌ای که به نتیجه فوری عادت کرده، ممکن است از کندی تغییر ناامید شود. رهبران پوپولیست می‌توانند از این بی‌حوصلگی استفاده و وعده‌های ساده عرضه کنند.

فرهنگ حاکمیت بر توجه، جامعه را برای صبر فعال آماده می‌کند. صبر فعال به معنای پذیرش ناکارآمدی یا تعویق بی‌پایان نیست؛ یعنی حفظ هدف، اندازه‌گیری پیشرفت و ادامه کار در حالی که نتیجه نهایی هنوز به دست نیامده است. این همان کیفیتی است که حکومت بحران‌ساز طی دهه‌ها از جامعه گرفته است.

بازپس‌گیری توجه ملی باید با تغییر تقویم عاطفی جامعه نیز همراه باشد. ایران آینده باید بتواند قربانیان را به یاد آورد، اما در سوگواری دائمی متوقف نشود. باید روزهای آزادی، دانش، هنر، طبیعت و دستاوردهای مدنی را نیز گرامی بدارد. ملت به آیین‌هایی نیاز دارد که امید و زندگی مشترک را تقویت کنند.

فضای عمومی نیز باید از انحصار تصویر رهبران و ایدئولوژی آزاد شود. خیابان و میدان متعلق به همه شهروندان اند. نام گذاری ها و یادبودها باید تاریخ متنوع ایران را بازتاب دهند و امکان گفت و گو درباره گذشته را فراهم سازند. هدف نباید جایگزین کردن یک کیش شخصیت با کیشی دیگر باشد.

رسانه عمومی آینده باید به جای تکرار صدای دولت، میدان شنیدن جامعه باشد. باید خبر را از نظر جدا کند، به گروه های مختلف امکان حضور دهد و درباره خطاهای خود پاسخ گو باشد. شهروند نباید برای دانستن حقیقت ناچار به عبور از جنگ روایت ها و حدس زدن معنای پنهان سخنان رسمی باشد.

آموزش باید کودک را از موضوع تبلیغاتی به شهروند صاحب حق تبدیل کند. مدرسه نباید بگوید به چه کسی عشق بورزد و از چه کسی متنفر باشد. باید به او بیاموزد چگونه شواهد را بسنجد، تاریخ را از منابع مختلف بخواند و میان باور شخصی و قانون عمومی تفاوت بگذارد.

دین نیز باید از اجبار حکومت آزاد شود. مسجد، کلیسا، کنیسه، آیین های دیگر و حق بی باوری باید در برابر قدرت سیاسی از حمایت برابر برخوردار باشند. هیچ نهاد مذهبی نباید حق انحصاری برای شکل دادن به توجه و وجدان عمومی داشته باشد. جدایی دین و دولت، هم از آزادی انسان و هم از اصالت ایمان محافظت می کند.

زنان باید بتوانند بدون محاسبه دائمی نگاه حکومت در فضای عمومی حضور داشته باشند. پایان حجاب اجباری تنها لغو یک قانون نیست؛ آزادسازی میلیون ها ساعت از توجه زنان و خانواده هاست. بدن انسان باید از میدان نمایش قدرت بیرون آید و به صاحب آن بازگردد.

این اصل درباره همه قلمروهای خصوصی صادق است. عشق، خانواده، موسیقی، هنر، پوشش و سبک زندگی نباید به ابزار سنجش وفاداری سیاسی تبدیل شوند. دولت آزاد موظف است امنیت و حق را حفظ کند، نه اینکه الگوی واحدی از انسان مطلوب بسازد.

اقتصاد نیز باید از تولید دائمی اضطراب فاصله بگیرد. ثبات قانون، شفافیت، خدمات قابل اعتماد و کاهش فساد بخشی از آزادی توجه اند. شهروند باید بتواند بدون ترس از تصمیم ناگهانی، برای آینده برنامه ریزی کند. کارآفرین باید به محصول و نوآوری بیندیشد، نه شبکه نفوذ و بخشنامه متغیر.

بازسازی زیرساخت، آب، برق و محیط زیست نیز به همین دلیل فقط پروژه فنی نیست. هر قطع و کمبود، زندگی ذهنی مردم را مختل می کند. دولت کارآمد با قابل اعتماد ساختن زندگی روزمره، توجه شهروندان را برای کارهای خلاقانه تر آزاد می سازد.

امنیت واقعی نیز باید بازتعریف شود. امنیت تنها بقای حکومت یا نبود اعتراض نیست. امنیت آن است که انسان از بازداشت خودسرانه، فقر ناگهانی، تبعیض، قطع خدمات و تصمیم غیرقابل پیش بینی در امان باشد. امنیت باید توجه را آزاد کند، نه آنکه با ترس، آن را در اختیار قدرت قرار دهد.

یکی از دشوارترین وظایف آینده، عدالت انتقالی خواهد بود. جنایت‌ها باید ثبت، مسئولان پاسخ‌گو و قربانیان دیده شوند. اما عدالت نباید به بازار انتقام و نفرت تبدیل شود. جامعه باید بتواند هم به گذشته توجه کند و هم در آن زندانی نماند.

فراموشی اجباری بی‌عدالتی است، اما یادآوری بی‌پایان بدون مسیر آشتی نیز می‌تواند آینده را مصرف کند. عدالت انتقالی باید حقیقت، مسئولیت، جبران و تضمین عدم تکرار را به هم پیوند دهد. هدف آن نیست که جامعه هر روز زخم را باز کند؛ باید اجازه دهد زخم دیده، درمان و به حافظه‌ای مسئولانه تبدیل شود.

جمهوری اسلامی از زخم‌های تاریخی برای حفظ دشمنی استفاده کرده است. ایران آزاد نباید از زخم‌های جمهوری اسلامی برای ساختن دشمنی دائمی تازه بهره بگیرد. قربانیان شایسته حقیقت و عدالت‌اند، نه آنکه رنج آنان به سرمایه قدرت گروهی دیگر تبدیل شود.

این تفاوت، آزمون اخلاقی آزادی‌خواهان خواهد بود. آیا پس از دستیابی به قدرت، مخالفان خود را نیز انسان و صاحب حق خواهند دید؟ آیا اجازه خواهند داد رسانه‌ها آنان را نقد کنند؟ آیا خواهند پذیرفت که توجه عمومی ملک دائمی هیچ جنبش و رهبری نیست؟

حاکمیت بر توجه زمانی واقعی است که حتی قدرت محبوب نیز محدود باشد. مردم نباید از یک مرکز ایدئولوژیک رها شوند تا ذهن خود را بی‌چون‌وچرا به مرکزی دیگر بسپارند. دموکراسی نه تنها تغییر حاکم، بلکه پایان ادعای هر حاکم بر مالکیت ذهن ملت است.

جمهوری اسلامی طی چند دهه کوشیده است مردم را میان دو وضعیت نگه دارد: یا به نظام توجه و از آن اطاعت کنند، یا با آن مخالفت کنند و همچنان تمام توجهشان را به آن بدهند. در هر دو حالت، حکومت در مرکز باقی می‌ماند. رهایی عمیق‌تر زمانی آغاز می‌شود که ملت بتواند مرکز دیگری بسازد: زندگی، آزادی، کرامت، ایران و آینده.

این به معنای نادیده گرفتن حکومت پیش از پایان آن نیست. قدرت سرکوبگر باید بررسی، افشا و محدود شود. اما مبارزه نباید اجازه دهد تمام تعریف انسان و جامعه از خودش در دشمنی با نظام خلاصه گردد. ایرانیان تنها قربانیان جمهوری اسلامی نیستند؛ وارثان تمدنی تاریخی و سازندگان آینده‌ای ممکن‌اند.

ملتی که فقط با دشمن خود تعریف شود، پس از رفتن دشمن با بحران هویت روبه‌رو خواهد شد. ملت باید بداند برای چه چیزی، نه فقط علیه چه چیزی، مبارزه می‌کند. آزادی، سکولار دموکراسی، برابری حقوقی، تمامیت ملی، رفاه، دانش و کرامت انسانی باید به موضوعات زنده و قابل تصور توجه جمعی تبدیل شوند.

هرچه تصویر آینده روشن‌تر شود، قدرت حکومت برای ترساندن مردم از تغییر کاهش می‌یابد. هرچه برنامه‌ها دقیق‌تر و نهادهای معتبرتر شوند، توجه از شایعه و چهره به تصمیم و همکاری منتقل می‌گردد. بازپس‌گیری توجه ملی مقدمه بازپس‌گیری حاکمیت سیاسی است.

این فصل جمهوری اسلامی را نه فقط به عنوان دولتی ناکارآمد یا سرکوبگر، بلکه به عنوان نظامی برای تصرف توجه بررسی کرد. این نظام بدن زنان را به صحنه ایدئولوژی، مدرسه را به محل تکرار روایت، رسانه را به دستگاه ساخت واقعیت، اقتصاد را به منبع اضطراب، جنگ را به زبان دائمی سیاست و دشمن را به ستون هویت حکومتی تبدیل کرده است.

جمهوری اسلامی گذشته را گزینش کرده، حال را در بحران نگه داشته و آینده را میان تهدید و وعده‌ای نامعلوم معلق ساخته است. از مردم نه تنها پول، آزادی و فرصت، بلکه ساعت‌ها، سال‌ها و نسل‌هایی از توجه گرفته است. میلیون‌ها ایرانی ناچار شده‌اند بخشی از زندگی ذهنی خود را صرف عبور از موانعی کنند که حکومت ایجاد کرده است.

اما این تصرف هرگز کامل نبوده است. زنان با حضور خود، هنرمندان با آثارشان، دانشجویان با پرسش‌هایشان، روزنامه‌نگاران با ثبت حقیقت، خانواده‌ها با حفظ حافظه، معترضان با شعارهایشان و ایرانیان مهاجر با روایت متفاوتی از ایران، بارها این انحصار را شکسته‌اند.

هر بار که کسی تجربه خود را با زبان خویش بیان کرده، بخشی از واقعیت از دست حکومت بیرون آمده است. هر بار که زنی حق بدنش را مطالبه کرده، دانشجویی پرسیده، هنرمندی ممنوعیت را دور زده یا خانواده‌ای نام قربانی را زنده نگه داشته، بخشی از توجه ملی بازپس گرفته شده است.

جمهوری اسلامی می‌تواند رسانه را مسدود کند، اما نمی‌تواند برای همیشه تعیین کند مردم چه چیزی را حقیقت بدانند. می‌تواند خیابان را برای مدتی کنترل کند، اما نمی‌تواند میل انسان به زندگی و آزادی را از میان ببرد. می‌تواند آینده را ترسناک نشان دهد، اما نمی‌تواند توان تخیل سیاسی یک ملت را برای همیشه نابود سازد.

پایان تصرف توجه زمانی فرامی‌رسد که حکومت دیگر نتواند همه پرسش‌ها را به بقای خود بازگرداند. زمانی که زن درباره زندگی خود تصمیم بگیرد، کودک تاریخ را از منابع گوناگون بخواند، رسانه بدون ترس تحقیق کند، هنرمند پیش از خلق اثر سانسورچی را در ذهن نبیند و شهروند بتواند برای ده سال آینده برنامه‌ریزی کند.

آزادی ایران در آن روز فقط در قانون اساسی یا تغییر ساختمان‌های قدرت دیده نخواهد شد. در آرامش ذهن مردم نیز آشکار می‌شود؛ در روزی که شهروند صبح از خواب برخیزد و نخستین پرسش او این نباشد که حکومت امروز چه بحران تازه‌ای ساخته است.

آزادی شاید همین باشد: بازگشت زندگی به مرکز توجه انسان.

فصل آینده به این پرسش خواهد پرداخت که چگونه می‌توان این قلمرو از دست‌رفته را بازپس گرفت. پس از شناخت سرمایه، بازار، مهندسی، قدرت، پروپاگاندا و تجربه تصرف ملی، اکنون باید از مقاومت و بازسازی سخن گفت. بازپس‌گیری حاکمیت بر توجه از کجا آغاز می‌شود؟ فرد چگونه می‌تواند مرزهای ذهن خود را دوباره تعریف کند؟ خانواده، مدرسه، رسانه و دولت آزاد چه مسئولیتی دارند؟ و ملت ایران چگونه می‌تواند توجه خود را از بحران و استبداد به سوی زندگی و ساختن آینده هدایت کند؟

جمهوری اسلامی از مردم خواسته است همواره به حکومت نگاه کنند؛ با ستایش، ترس، خشم یا نگرانی. رهایی از جایی آغاز می‌شود که ملت نگاه خود را از قدرت برمی‌گیرد و آن را به سوی خویشستن، ایران و آینده‌ای که می‌خواهد بسازد بازمی‌گرداند.

فصل هشتم

بازپس‌گیری حاکمیت بر توجه؛ از آزادی فردی تا رهایی ملی

پس از شناختن سازوکارهای بازار توجه، مهندسی ذهن، قدرت رسانه و پروپاگاندای حکومتی، اکنون به دشوارترین و در عین حال امیدبخش‌ترین پرسش این کتاب می‌رسیم: چگونه می‌توان توجه ازدست‌رفته را بازپس گرفت؟ اگر توجه نخستین قلمرو آزادی انسان است، بازپس‌گیری آن تنها به معنای کمتر نگاه کردن به تلفن همراه، خاموش کردن چند اعلان یا کاهش ساعات حضور در شبکه‌های اجتماعی نیست. این اقدامات ممکن است سودمند باشند، اما مسئله بسیار عمیق‌تر است. حاکمیت بر توجه به معنای بازسازی رابطه انسان با خویش، زمان، حقیقت، جامعه و قدرت است.

آنچه در چند دهه اخیر رخ داده، صرفاً افزایش ابزارهای ارتباطی نبوده است. جهان بیرونی توانسته است بیش از هر زمان دیگری وارد جهان درونی انسان شود. خبر، تبلیغ، سیاست، بازار، ترس و سرگرمی در هر ساعت و هر مکان به ذهن دسترسی دارند. مرز میان فضای خصوصی و عمومی کم‌رنگ شده است. انسان ممکن است در اتاق خود تنها باشد، اما هم‌زمان در ده‌ها نزاع، بحران، تبلیغ و گفت‌وگوی ناتمام حضور داشته باشد. بدن او در یک مکان است، اما توجهش در جهان‌هایی پراکنده حرکت می‌کند.

بازپس‌گیری حاکمیت بر توجه به معنای خروج کامل از جهان یا پناه بردن به سکوتی مصنوعی نیست. انسان موجودی اجتماعی است. به خبر، دانش، ارتباط، هنر و گفت‌وگو نیاز دارد. هیچ ذهنی کاملاً مستقل از محیط، فرهنگ و دیگران شکل نمی‌گیرد. آزادی به معنای نبود تأثیر نیست؛ به معنای توان شناخت، انتخاب و ارزیابی تأثیرهاست. انسان آزاد کسی نیست که هیچ‌کس بر او اثر نمی‌گذارد، بلکه کسی است که می‌تواند ببیند چه چیزی می‌کوشد بر او اثر بگذارد و تصمیم بگیرد کدام اثر را بپذیرد.

نخستین گام در بازپس‌گیری توجه، آگاهی از این واقعیت است که هر توجهی نوعی واگذاری قدرت است. هنگامی که انسان به خبری، چهره‌ای، رسانه‌ای یا نزاعی توجه می‌کند، تنها چند دقیقه از وقت خود را مصرف نمی‌کند. او بخشی از انرژی روانی، احساس، حافظه و قدرت داوری خود را در اختیار آن موضوع قرار می‌دهد. توجه به یک سخن، احتمال ماندگاری آن را در ذهن افزایش می‌دهد. بازنشر یک پیام به آن نیروی اجتماعی می‌بخشد. واکنش خشمگینانه نیز می‌تواند همان اندازه به گسترش پیام کمک کند که حمایت مستقیم.

در نتیجه، پرسش اصلی این نیست که آیا ما به جهان توجه خواهیم کرد یا نه. پرسش این است که چه کسی تعیین می‌کند به چه چیزی توجه کنیم، چه مدت در آن بمانیم و پس از آن چه احساسی داشته باشیم. اگر انسان این تصمیم را آگاهانه نگیرد، دیگران آن را برای او خواهند گرفت. پلتفرم براساس احتمال واکنش، رسانه براساس رقابت، تبلیغ‌کننده براساس سود و حکومت براساس نیازهای قدرت تصمیم خواهند گرفت.

حاکمیت بر توجه از شناخت محدودیت آغاز می‌شود. انسان نمی‌تواند به همه چیز توجه کند. حتی اگر همه خبرها، کتاب‌ها، تحلیل‌ها و پیام‌های جهان در دسترس باشند، ظرفیت ذهنی و زمانی او محدود است. این محدودیت ضعف نیست؛ بخشی از وضعیت انسانی است. مشکل هنگامی آغاز می‌شود که انسان آن را نپذیرد و بکوشد همواره از همه چیز آگاه باشد. چنین تلاشی نه به دانایی کامل، بلکه به پراکندگی و خستگی منجر می‌شود.

پذیرش محدودیت به انسان اجازه می‌دهد میان مهم و تازه تفاوت بگذارد. هر موضوع تازه‌ای مهم نیست و هر موضوع مهمی نیز تازه نیست. بازار توجه بر تازگی تکیه دارد، زیرا محرک تازه سریع‌تر نگاه را جلب می‌کند. اما بسیاری از مسائل بنیادین زندگی، مانند سلامت، خانواده، دانش، شخصیت، اعتماد و آینده کشور، آرام و تدریجی شکل می‌گیرند. آنها هر ساعت اعلان نمی‌فرستند و با عنوانی هیجان‌انگیز ظاهر نمی‌شوند. اگر توجه تنها از تازگی پیروی کند، آنچه واقعاً مهم است زیر صدای رویدادهای روزانه پنهان می‌ماند.

انسان باید سلسله‌مراتب توجه خود را بشناسد. چه چیزهایی در زندگی او ارزش بنیادی دارند؟ چه روابطی نباید زیر فشار پیام‌های بیرونی تضعیف شوند؟ چه دانشی شایسته مطالعه عمیق است؟ چه مسئولیتی باید حتی در روزهای پرخطر ادامه پیدا کند؟ پاسخ این پرسش‌ها برای هرکس متفاوت است، اما بدون آنها توجه تابع تصادف و صدای بلندتر خواهد بود.

بسیاری از ما ارزش‌هایی را اعلام می‌کنیم که در بودجه واقعی توجه ما جایگاهی متناسب ندارند. می‌گوییم خانواده برایمان مهم است، اما در هنگام حضور در کنار خانواده ذهنمان در صفحه‌ای دیگر است. می‌گوییم دانش و مطالعه را دوست داریم، اما توجه روزانه خود را به قطعات کوتاه و پراکنده می‌سپاریم. می‌گوییم سلامت اهمیت دارد، اما خواب و آرامش را قربانی پیگیری مطالب بی‌پایان می‌کنیم. فاصله میان ارزش اعلام‌شده و توجه عملی، فاصله میان انسانی است که می‌خواهیم باشیم و انسانی که هر روز می‌سازیم.

بازپس‌گیری توجه با سرزنش خود آغاز نمی‌شود. انسان نباید با ذهن خود مانند دشمنی ضعیف رفتار کند. بسیاری از عادت‌های توجه در پاسخ به نیازهای واقعی شکل گرفته‌اند. فرد برای ارتباط، آرامش، فرار از تنهایی، کاهش اضطراب یا احساس تعلق به سوی رسانه و شبکه اجتماعی می‌رود. اگر تنها ابزار حذف شود، اما نیاز اصلی بدون پاسخ بماند، عادت دوباره بازمی‌گردد یا شکل دیگری می‌یابد.

از این رو، باید پیش از تغییر رفتار پرسید در لحظه‌ای که صفحه را باز می‌کنم، چه احساسی دارم؟ آیا از دشواری کار فرار می‌کنم؟ آیا از سکوت می‌ترسم؟ آیا منتظر تأیید دیگرانم؟ آیا خبر را برای فهمیدن دنبال می‌کنم یا برای کاهش اضطرابی که خود خبر آن را تشدید کرده است؟ آیا بحث را به دلیل اهمیت موضوع ادامه می‌دهم یا چون نمی‌توانم از خشم و میل به پاسخ دادن فاصله بگیرم؟

این پرسش‌ها میان محرک و واکنش فاصله ایجاد می‌کنند. مهندسی توجه بیشترین قدرت را زمانی دارد که رفتار سریع و ناخودآگاه باشد. اعلان می‌آید، دست حرکت می‌کند و ذهن پیش از تصمیم آگاهانه وارد جریان می‌شود. مکث، هرچند کوتاه، این زنجیره را مختل می‌کند. فرد ممکن است همچنان پیام را باز کند، اما اکنون می‌داند چه می‌کند. آزادی همیشه به معنای رد کردن نیست؛ گاه به معنای آگاهانه پذیرفتن است.

یکی از مهم‌ترین روش‌های بازپس‌گیری توجه، بازگرداندن هدف به پیش از استفاده از ابزار است. انسان باید پیش از ورود بدانند برای چه کاری وارد می‌شود. آیا می‌خواهد پیامی را پاسخ دهد، خبری مشخص را بررسی کند، با دوستی ارتباط برقرار نماید یا مطلبی

بیاموزد؟ وقتی هدف روشن باشد، نقطه پایان نیز قابل تشخیص می‌شود. اما اگر فرد بدون هدف وارد جریان محتوا شود، محیط برای او هدف‌های تازه تولید خواهد کرد.

بازار توجه پایان طبیعی را حذف کرده است. صفحه بی‌انتهای، پخش خودکار و پیشنهادهای پی‌پی‌سبب می‌شوند انسان هیچ لحظه روشنی برای توقف نداشته باشد. در گذشته، روزنامه پایان داشت، برنامه تلویزیونی تمام می‌شد و کتاب در نقطه‌ای بسته می‌شد. امروز جریان می‌تواند تا زمانی که فرد خسته یا خواب‌آلود شود ادامه یابد. از همین رو، انسان باید پایان را خود طراحی کند.

تعیین پایان به معنای تبدیل زندگی به مجموعه‌ای خشک از محدودیت‌ها نیست. پایان، مرز آزادی است. فرد می‌تواند تصمیم بگیرد پس از خواندن چند خبر، پاسخ دادن به پیام مشخص یا سپری شدن زمان معینی از محیط خارج شود. هدف آن است که ابزار پس از انجام خدمت، انسان را به زندگی بازگرداند، نه اینکه زندگی را به حاشیه استفاده از ابزار تبدیل کند.

اعلان‌ها نیز باید دوباره معنا شوند. هر اعلان ادعایی درباره اهمیت و فوریت است. سامانه می‌گوید آنچه اکنون انجام می‌دهی می‌تواند متوقف شود. اما بیشتر اعلان‌ها واقعاً فوری نیستند. خاموش کردن اعلان‌های غیرضروری تنها تصمیمی فنی نیست؛ اعلام این اصل است که هر برنامه‌ای حق ندارد هر زمان وارد ذهن شود.

انسان حق دارد زمان‌هایی داشته باشد که در آنها در دسترس همه نباشد. دسترس‌پذیری دائمی فضیلت نیست. ممکن است نشانه‌ای از اضطراب، فشار سازمانی یا تسلیم در برابر انتظار دیگران باشد. کسی که همواره آماده پاسخ است، به تدریج توان انجام کارهایی را که نیازمند تمرکز طولانی‌اند از دست می‌دهد.

خواب یکی از نخستین قلمروهایی است که باید از نو آزاد شود. بسیاری از انسان‌ها روز خود را با نگاه کردن به تلفن آغاز و با همان ابزار پایان می‌دهند. در نتیجه، نخستین و آخرین لحظه‌های آگاهی در اختیار خبر، پیام و دستور کار دیگران قرار می‌گیرند. ذهن پیش از آنکه با خود و محیط نزدیکی روبه‌رو شود، وارد جریان بیرونی می‌شود.

بازپس‌گیری آغاز روز می‌تواند با چند دقیقه سکوت، نگاه به نور، حرکت، نوشتن یا خواندن متنی انتخاب‌شده انجام شود. اهمیت این عمل تنها در آرامش نیست. پیام آن این است که روز انسان از خودش آغاز می‌شود، نه از بحرانی که رسانه یا الگوریتم برای او انتخاب کرده است.

پایان روز نیز باید به خروج تدریجی از جهان بیرونی کمک کند. ذهنی که تا لحظه خواب در معرض خبر، نور و واکنش بوده است، فرصت جمع‌بندی و آرام شدن ندارد. جدا شدن از صفحه پیش از خواب، بازگشت به کتاب، گفت‌وگو یا سکوت، نوعی بازگرداندن مالکیت شب به انسان است.

بازپس‌گیری توجه به معنای کنار گذاشتن خبر نیست. در جامعه معاصر، آگاهی سیاسی و اجتماعی بخشی از مسئولیت شهروندی است. اما میان آگاه بودن و غرق شدن در جریان خبر تفاوت وجود دارد. فردی که هر چند دقیقه صفحه را بررسی می‌کند، ممکن است اطلاعات بیشتری ببیند، اما الزاماً فهم بیشتری به دست نمی‌آورد.

خبرهای پی‌درپی ذهن را در حالت انتظار و اضطراب ننگ می‌دارند. هر رویداد، پیش از آنکه فهمیده شود، با رویدادی دیگر جایگزین می‌شود. انسان انبوهی از اطلاعات ناقص را دریافت می‌کند و احساس می‌کند باید همواره به‌روز بماند. اما بسیاری از خبرهای فوری چند ساعت بعد اصلاح یا بی‌اهمیت می‌شوند. دانستن اندکی دیرتر، گاه به معنای دانستن دقیق‌تر است.

انتخاب چند منبع معتبر و زمان‌های مشخص برای دریافت خبر می‌تواند به فهم منسجم‌تری منجر شود. این روش به انسان اجازه می‌دهد به جای حرکت با هر موج، رویدادها را در زمینه بزرگ‌تر ببیند. کسی که خبر را براساس نیاز و زمان خود دریافت می‌کند، کمتر در اختیار ریتم رسانه قرار دارد.

این مسئله برای ایرانیان اهمیتی ویژه دارد. دهه‌ها بحران سیاسی، سرکوب، مذاکره، جنگ، تحریم و اعتراض، بسیاری از ایرانیان را در داخل و خارج کشور به پیگیری دائمی خبر عادت داده است. هر خبر ممکن است بر سرنوشت کشور، خانواده یا زندگی شخصی اثر بگذارد. نگرانی آنان واقعی است، اما همین نگرانی می‌تواند به چرخه‌ای تبدیل شود که تمام روز را در اختیار حکومت و بحران قرار دهد.

ایرانی ممکن است هزاران کیلومتر دور از جمهوری اسلامی زندگی کند، اما روزش با خبرهای آن آغاز و پایان یابد. خشم، امید و ناامیدی او با هر سخن مقام یا هر شایعه تغییر کند. در چنین حالتی، حکومت حتی بدون قدرت مستقیم نیز بخشی از زندگی ذهنی او را اداره می‌کند.

بازپس‌گیری توجه برای ایرانیان به معنای بی‌تفاوتی نسبت به کشور نیست. برعکس، توجه مسئولانه و پایدار از توجه فرسوده و واکنشی مؤثرتر است. فردی که تمام انرژی خود را در بحث‌های روزانه مصرف می‌کند، شاید توان کمتری برای نوشتن، سازمان‌دهی، آموزش، حمایت یا ساختن پروژه‌ای بلندمدت داشته باشد.

توجه سیاسی باید از واکنش صرف به ساختن منتقل شود. هر روز پاسخ دادن به حکومت، به معنای آن است که حکومت همچنان دستور کار را تعیین می‌کند. مخالفان باید بتوانند در کنار افشا و اعتراض، موضوعات خود را نیز در مرکز نگرش دارند: قانون اساسی، حقوق زنان، آینده اقتصاد، رابطه دین و دولت، عدالت انتقالی، امنیت و بازسازی کشور.

این موضوعات کمتر از جنجال‌های روزانه دیده می‌شوند، زیرا توضیح آنها زمان می‌برد و پاسخ ساده ندارند. اما درست به همین دلیل شایسته توجه پدیدارند. آینده ایران در گفت‌وگو درباره یک سخنرانی یا نزاع رسانه‌ای ساخته نمی‌شود؛ در کار طولانی بر نهاد، برنامه، اعتماد و همکاری ساخته خواهد شد.

بازپس‌گیری توجه ملی مستلزم توانایی نادیده گرفتن برخی تحریک‌هاست. قدرت سیاسی و رسانه‌ای می‌تواند با سخنی توهین‌آمیز یا ادعایی جنجالی مخالفان را وادار کند روزها در همان چارچوب بحث کنند. هر پاسخ، حتی پاسخ انتقادی، ممکن است پیام اصلی را بیشتر منتشر کند. سکوت همیشه درست نیست، اما پاسخ دادن به همه چیز نیز نشانه مسئولیت نیست.

باید پرسید آیا پاسخ ما حقیقتی مهم را روشن می‌کند یا تنها عمر یک جنجال را افزایش می‌دهد؟ آیا مردم به توضیح نیاز دارند یا فرستنده پیام می‌کوشد با تحریک ما توجه بیشتری به دست آورد؟ آیا موضوع به هدف‌های اصلی مربوط است یا تنها انرژی جمعی را مصرف می‌کند؟

این تشخیص نیازمند بلوغ سیاسی است. جنبش نابالغ با هر حمله مسیر خود را تغییر می‌دهد؛ جنبش بالغ می‌داند چه چیزی ارزش پاسخ دارد و چه چیزی باید در حاشیه بماند. توجه جمعی همانند منابع مالی و انسانی محدود است. اگر همه آن صرف اختلاف‌های کوچک شود، برای کارهای بنیادین چیزی باقی نمی‌ماند.

در سطح فردی، مطالعه عمیق یکی از مهم‌ترین تمرین‌های آزادی توجه است. کتاب از انسان می‌خواهد برای مدتی طولانی در مسیر اندیشه‌ای بماند. برخلاف جریان کوتاه دیجیتالی، کتاب در هر لحظه پاداش تازه‌ای عرضه نمی‌کند. خواننده باید ابهام را تحمل کند، جمله را دوباره بخواند و میان بخش‌های مختلف پیوند بسازد.

این فرایند تنها انتقال اطلاعات نیست؛ تمرین ماندن است. ذهن می‌آموزد که همه ارزش‌ها فوری آشکار نمی‌شوند. برخی معناها پس از زمان و تکرار شکل می‌گیرند. کسی که توان خواندن متن بلند را حفظ می‌کند، در برابر جهانی که همه چیز را به قطعات کوتاه تبدیل می‌سازد بخشی از استقلال خود را نگه داشته است.

نوشتن نیز توجه را سازمان می‌دهد. در ذهن، اندیشه‌ها می‌توانند مبهم، متناقض و پراکنده باقی بمانند. هنگامی که انسان می‌نویسد، ناچار است میان آنها ارتباط برقرار کند. واژه انتخاب کند، ترتیب بسازد و مسئولیت معنای سخن را بپذیرد.

نوشتن خصوصی نیز ارزشمند است. انسان می‌تواند پیش از آنکه احساس یا نظر خود را در فضای عمومی منتشر کند، آن را روی کاغذ ببیند. گاه خشم پس از نوشته شدن شکل دقیق‌تری پیدا می‌کند و روشن می‌شود که مسئله اصلی چیز دیگری بوده است. این فاصله مانع از آن می‌شود که هر احساس موقت به پیام عمومی و بخشی از هویت فرد تبدیل شود.

نوشتن همچنین به انسان قدرت نام‌گذاری تجربه را بازمی‌گرداند. حکومت، رسانه و گروه‌های سیاسی می‌کوشند رویدادها را با زبان خود تعریف کنند. فردی که می‌تواند تجربه خویش را با واژه‌های خود بیان کند، از وابستگی کامل به چارچوب‌های آماده فاصله می‌گیرد.

هنر شکل دیگری از بازپس‌گیری توجه است. موسیقی، شعر، نقاشی و داستان، زمان را از منطق فوریت بیرون می‌برند. اثر هنری ممکن است پاسخ فوری ندهد؛ بلکه انسان را وادار کند مدتی با یک احساس یا پرسش بماند. این ماندن در جهانی که همه‌چیز می‌خواهد سریع مصرف و فراموش شود، عملی مقاومتی است.

هنر همچنین بخش‌هایی از تجربه را آشکار می‌کند که زبان سیاسی و خبری توان بیان آنها را ندارد. آمار می‌تواند شمار قربانیان را نشان دهد، اما شعر و داستان ممکن است فقدان یک انسان را قابل احساس کنند. رسانه می‌تواند از مهاجرت سخن بگوید، اما اثر هنری تنهایی و دوپارگی آن را نشان دهد. این نوع توجه، انسان را از تبدیل شدن به عدد یا عنوان نجات می‌دهد.

طبیعت نیز راهی برای بازگشت به توجه غیرمهندسی شده است. در طبیعت، هر عنصر برای جلب نگاه انسان طراحی نشده است. درخت و پرندۀ از او نمی‌خواهند واکنش نشان دهد، خرید کند یا نظری منتشر نماید. حضور در چنین محیطی ذهن را از حالت دفاع و انتخاب مداوم بیرون می‌آورد.

نگاه کردن به حرکت ابر، شنیدن صدای پرندۀ یا مراقبت از باغچه ممکن است ساده به نظر برسد، اما همین سادگی نوعی بازگشت به جهان واقعی است. انسان دوباره تجربه می‌کند که همه چیز پیام نیست و همه لحظه‌ها نیازمند پاسخ نیستند.

بدن نیز باید از فراموشی بیرون آید. زندگی دیجیتال توجه را در چشم و ذهن متمرکز کرده است. انسان ساعت‌ها بی‌حرکت می‌ماند و تنها هنگامی بدن را به یاد می‌آورد که درد، خستگی یا بیماری ظاهر شود. اما بدن نخستین خانه توجه است.

راه رفتن، تنفس، ورزش، خواب و غذا تنها مسائل سلامت جسمی نیستند. آنها به ذهن امکان می‌دهند از جهان انتزاعی خبر و تصویر به تجربه اکنون بازگردند. گاه میل به بررسی صفحه نه از نیاز اطلاعاتی، بلکه از خستگی، بی‌حرکتی یا فشار جسمی سرچشمه می‌گیرد.

سکوت یکی از دشوارترین و ضروری‌ترین قلمروهای بازپس‌گیری است. انسان امروز به‌ندرت در وضعیتی قرار می‌گیرد که چیزی از او واکنش نخواهد. حتی در لحظات انتظار، ابزار آماده است تا سکوت را پر کند. در نتیجه، اندیشه‌ها و احساسات ناتمام فرصت ظاهر شدن ندارند.

اما سکوت همیشه آرامش‌بخش نیست. ممکن است انسان در آن با نگرانی، اندوه یا پرسش‌هایی روبه‌رو شود که مدت‌ها با سرگرمی پوشانده است. از این رو، فرار از سکوت فقط نتیجه عادت فناوری نیست؛ گاه فرار از خود است. حاکمیت بر توجه به شجاعت دیدن جهان درونی نیاز دارد.

خلوت با انزوا تفاوت دارد. خلوت فضایی انتخاب‌شده برای بازسازی رابطه انسان با خود است. انزوا از نبود رابطه رنج می‌برد. انسانی که توان خلوت ندارد، ممکن است به حضور و تأیید دائمی دیگران وابسته شود؛ اما انسانی که تنها در خلوت باقی بماند نیز از بخشی از زندگی محروم خواهد شد. آزادی در توان رفت‌وآمد آگاهانه میان ارتباط و تنهایی است.

گفت‌وگوی واقعی نیز از مهم‌ترین شکل‌های حاکمیت بر توجه است. در گفت‌وگوی عمیق، انسان برای مدتی میل به نمایش خود را کنار می‌گذارد و تلاش می‌کند دیگری را بفهمد. گوش دادن به معنای سکوت تا رسیدن نوبت سخن نیست. گوش دادن یعنی حضور در جهان دیگری بدون آنکه فوراً آن را به تجربه و داوری خود بازگردانیم.

در جهان پراکنده، توجه کامل به انسان دیگر هدیه‌ای کمیاب است. کسی که احساس می‌کند شنیده شده، نه فقط اطلاعات، بلکه اعتبار وجودی دریافت می‌کند. بسیاری از تعارض‌ها از آنجا شدت می‌یابند که هر طرف برای دیده شدن فریاد می‌زند و هیچ‌کس واقعاً دیگری را نمی‌شنود.

خانواده نخستین محل آموزش این نوع توجه است. کودک از رفتار بزرگسالان می‌آموزد چه چیزی ارزش نگاه کردن دارد. اگر والدین هنگام سخن گفتن کودک پیوسته به صفحه نگاه کنند، او درمی‌یابد که حضورش باید با محرک‌های دیگر رقابت کند. اگر در هر لحظه بی‌حوصلگی ابزار سرگرمی در اختیارش قرار گیرد، فرصت ساختن بازی و خیال از او گرفته می‌شود.

خانواده نمی‌تواند تنها با ممنوعیت از توجه کودک محافظت کند. بزرگسالان باید همان رفتاری را نشان دهند که از کودک انتظار دارند. نمی‌توان تلفن را از دست کودک گرفت و خود در تمام مدت در صفحه حضور داشت. الگو از دستور نیرومندتر است.

زمان غذا، دیدار و گفت‌وگوی خانوادگی می‌تواند قلمرویی مشترک باشد که ابزارهای بیرونی حق ورود خودکار به آن ندارند. هدف ساختن محیطی مصنوعی یا بی‌نقص نیست. خانواده نیز با سکوت، اختلاف و خستگی روبه‌روست. اما حضور واقعی تنها زمانی شکل می‌گیرد که اعضا از فرار فوری به جهان بیرون خودداری کنند.

کودک باید بیاموزد هر احساس ناخوشایندی نیازمند خاموش شدن فوری نیست. بی‌حوصلگی می‌تواند آغاز خلاقیت باشد. اندوه نیازمند شنیده شدن است و اضطراب گاه با گفت‌وگو و شناخت کاهش می‌یابد، نه با محرکی تازه. خانواده‌ای که برای احساسات زبان فراهم می‌کند، استقلال روانی کودک را افزایش می‌دهد.

مدرسه دومین نهاد بزرگ پرورش توجه است. آموزش در گذشته بر انتقال دانش متمرکز بود، اما در جهان امروز، توان انتخاب و ارزیابی اطلاعات به اندازه خود اطلاعات مهم است. دانش‌آموز می‌تواند در چند لحظه به انبوهی از پاسخ‌ها دسترسی پیدا کند، اما باید بیاموزد کدام پاسخ معتبر است و چه پرسشی ارزش دنبال کردن دارد.

مدرسه باید توجه را مهارتی بنیادی بداند. خواندن متن بلند، حل مسئله پیچیده، انجام پروژه چندمرحله‌ای، مشاهده دقیق و گفت‌وگوی منظم، همه تمرین‌های توجه‌اند. دانش‌آموز باید تجربه کند که برخی مسائل بدون تلاش، صبر و بازگشت مکرر حل نمی‌شوند.

آموزش نباید برای رقابت با شبکه‌های اجتماعی به نمایشگاه دائمی سرگرمی تبدیل شود. جذابیت مهم است، اما یادگیری همیشه هیجان‌انگیز نیست. بخشی از رشد فکری در توان ماندن با موضوعی رخ می‌دهد که در ابتدا دشوار یا حتی خسته‌کننده است.

معلم خوب تنها توجه را برای یک لحظه جلب نمی‌کند؛ توان توجه کردن را در شاگرد پرورش می‌دهد. هدف نهایی آن نیست که شاگرد همیشه برای یادگیری به حضور معلم وابسته باشد. باید بتواند خود پرسش بسازد، منبع پیدا کند و مسیر فهم را ادامه دهد.

فناوری در آموزش باید وسیله باقی بماند. هر ابزار جدیدی الزاماً یادگیری را بهتر نمی‌کند. باید پرسید آیا این فناوری فهم، همکاری یا دسترسی را افزایش می‌دهد، یا تنها محرکی تازه به محیط می‌افزاید. مدرسه باید هدف آموزشی را تعیین کند، نه اینکه هدف خود را با منطق شرکت فناوری تطبیق دهد.

دانشگاه نیز مسئول نگهداری از توجه بلندمدت است. پژوهش واقعی به زمان، تردید، شکست و بازنگری نیاز دارد. اگر دانشگاه نیز کاملاً تابع شهرت، سرعت و شاخص‌های سطحی شود، به‌تدریج توان تولید دانش عمیق را از دست خواهد داد.

جامعه به پژوهش‌هایی نیاز دارد که شاید در لحظه مخاطب فراوانی نداشته باشند، اما برای آینده حیاتی‌اند. آب، محیط زیست، زبان، تاریخ، زیرساخت و سلامت عمومی موضوعاتی‌اند که نیازمند توجهی فراتر از چرخه روزانه خبرند.

رسانه نیز می‌تواند در بازپس‌گیری توجه نقشی اساسی داشته باشد. رسانه مسئول تنها نمی‌پرسد چه چیزی بیشتر دیده می‌شود؛ می‌پرسد چه چیزی باید دیده شود. وظیفه آن فقط دنبال کردن علاقه موجود مردم نیست؛ باید مسائل پنهان و مهم را نیز وارد میدان عمومی کند.

این مسئولیت به معنای نادیده گرفتن نیاز مخاطب نیست. حقیقت اگر در زبانی نامفهوم عرضه شود، تأثیر عمومی اندکی خواهد داشت. رسانه باید بتواند موضوعات پیچیده را روشن، جذاب و انسانی توضیح دهد، بدون آنکه آنها را تحریف کند.

مرز میان خبر، تحلیل و تبلیغ باید روشن باشد. مخاطب حق دارد بداند با گزارش واقعه، تفسیر نویسنده یا پیام یک جریان سیاسی روبه‌روست. مخلوط کردن این حوزه‌ها اعتماد را فرسوده می‌سازد.

رسانه همچنین باید پیگیری را به اندازه خبر نخست جدی بگیرد. بسیاری از رسوایی‌ها و وعده‌ها چند روز در مرکز توجه قرار می‌گیرند و سپس فراموش می‌شوند. قدرت اغلب بر همین فراموشی حساب می‌کند. بازگشت به موضوع، بررسی نتیجه و مقایسه وعده با عملکرد، توجه را به پاسخ‌گویی تبدیل می‌کند.

آرشیو و حافظه عمومی بخشی از حاکمیت بر توجه‌اند. جامعه نمی‌تواند همه چیز را به حافظه افراد واگذار کند. اسناد، تصاویر، شهادت‌ها و تصمیم‌ها باید ثبت شوند تا قدرت نتواند گذشته را به میل خود بازنویسی کند.

برای ایران، این مسئولیت اهمیتی تاریخی دارد. نام قربانیان، سرکوب‌ها، تصمیم‌های سیاسی، فساد و تجربه‌های مقاومت باید ثبت شوند. این ثبت نباید برای تولید نفرت دائمی باشد؛ باید به حقیقت، عدالت و جلوگیری از تکرار خدمت کند.

حافظه اگر تنها زخم را باز نگه دارد، می‌تواند توجه آینده را نیز در اختیار گذشته قرار دهد. اما فراموشی اجباری نیز بی‌عدالتی است. جامعه باید بتواند گذشته را ببیند، درباره آن داوری کند و سپس بدون انکار آن به سوی آینده حرکت نماید.

بازپس‌گیری توجه سیاسی به معنای ساختن دستور کاری مستقل از حکومت است. اپوزیسیون ایران نباید اجازه دهد هر سخن یا تصمیم جمهوری اسلامی تمام فضای فکری آن را اشغال کند. پاسخ به سرکوب و بحران ضروری است، اما باید در کنار برنامه‌ریزی برای آینده قرار گیرد.

تا زمانی که مخالفان فقط واکنش نشان دهند، حکومت همچنان مرکز میدان است. حتی نفرت از حکومت می‌تواند شکل دیگری از وابستگی توجه باشد. رهایی سیاسی زمانی آغاز می‌شود که ایران، زندگی مردم و آینده کشور در مرکز قرار گیرند، نه صرفاً رفتار روزانه نظام.

اپوزیسیون باید درباره شکل حکومت، قانون اساسی، اقتصاد، ارتش، امنیت، آموزش، محیط زیست، عدالت انتقالی و حقوق شهروندی کار مداوم انجام دهد. این کارها به اندازه نزاع شخصی بازدید ایجاد نمی‌کنند، اما سرمایه واقعی دوران گذارند.

اختلاف سیاسی طبیعی است. جامعه آزاد بدون اختلاف وجود ندارد. اما باید میان اختلاف راهبردی و نزاع برای جلب توجه تفاوت گذاشت. اختلاف راهبردی درباره اصول، برنامه یا روش است و می‌تواند با سند و گفت‌وگو روشن‌تر شود. نزاع توجه بیشتر بر شخصیت، منزلت و واکنش عاطفی استوار است و معمولاً نتیجه‌ای جز فرسایش اعتماد ندارد.

رهبری سیاسی بالغ باید از توجه عمومی محافظت کند. رهبر نباید هر حمله‌ای را به بحران ملی تبدیل کند یا هر انتقادی را خیانت بداند. او باید بتواند مردم را به موضوع اصلی بازگرداند. رهبری توجه یعنی توان تشخیص اینکه چه چیزی باید در مرکز بماند، حتی وقتی صداهای دیگر می‌کوشند آن را منحرف کنند.

رهبر اخلاقی توجه مردم را ملک شخصی خود نمی‌داند. او از شهرت برای ساختن نهاد و معرفی افراد شایسته استفاده می‌کند. نمی‌خواهد همه امیدها به حضور خودش وابسته باشند. قدرت او در آن است که دیگران را توانمند کند و ساختاری بسازد که بدون او نیز ادامه یابد.

این اصل برای ایران آینده حیاتی است. جامعه‌ای که دهه‌ها با تمرکز قدرت و شخصیت‌پرستی زیسته، ممکن است پس از تغییر نیز به دنبال چهره‌ای واحد برای حل همه مشکلات باشد. رهبر دوران گذار می‌تواند نقش مهمی داشته باشد، اما نباید جای قانون و نهاد را بگیرد.

قانون اساسی آینده باید از حق شهروندان بر اطلاعات، بیان، حریم خصوصی و آزادی وجدان محافظت کند. این حقوق تنها اصول حقوقی جداگانه نیستند؛ اجزای حاکمیت بر توجه‌اند. شهروند بدون دسترسی به اطلاعات نمی‌تواند آگاهانه انتخاب کند. بدون آزادی بیان نمی‌تواند تجربه خود را وارد میدان عمومی نماید. بدون حریم خصوصی نیز نمی‌تواند اندیشه‌ای مستقل پرورش دهد.

رسانه عمومی نباید به رسانه دولت یا رهبر تبدیل شود. باید نهادی متعلق به شهروندان باشد که وظیفه‌اش اطلاع‌رسانی، آموزش، فرهنگ و بازتاب تنوع جامعه است. ساختار مالی و مدیریتی آن باید تا حد امکان از کنترل مستقیم دولت روز و احزاب دور باشد.

هیچ مقام سیاسی نباید بتواند تصویر و سخن خود را به‌طور دائمی بر فضای عمومی تحمیل کند. شهر و رسانه ملک رهبران نیستند. حضور مقام باید متناسب با وظیفه عمومی و نیاز اطلاعاتی باشد، نه نیاز شخصی او به دیده شدن.

تبلیغات سیاسی نیز باید شفاف باشد. شهروند باید بداند چه کسی هزینه پیام را پرداخته، چرا او هدف قرار گرفته و چه داده‌هایی در این انتخاب به کار رفته‌اند. پیام‌های پنهانی و شخصی‌سازی شده می‌توانند گروه‌های مختلف را با وعده‌های متناقض هدف قرار دهند و فضای مشترک دموکراسی را تضعیف کنند.

حفاظت از داده‌های شخصی بخشی جدایی‌ناپذیر از حاکمیت بر توجه است. داده‌های رفتاری نشان می‌دهند انسان به چه چیزی واکنش نشان می‌دهد، از چه چیزی می‌ترسد و چه زمانی آسیب‌پذیرتر است. شرکتی که این داده‌ها را در اختیار دارد، تنها گذشته فرد را نمی‌شناسد؛ نقشه‌ای برای تأثیرگذاری آینده او در دست دارد.

شهروند باید بداند چه داده‌ای جمع‌آوری می‌شود و چگونه مورد استفاده قرار می‌گیرد. باید حق حذف، اصلاح و محدود کردن آن را داشته باشد. رضایت واقعی نباید در متن‌های طولانی و غیرقابل فهم پنهان شود.

کودکان نیازمند حمایت ویژه‌اند. آنان هنوز توان شناخت کامل روش‌های طراحی رفتاری را ندارند. بازار نباید آزادانه از نیاز کودک به تأیید، بازی و تعلق برای ایجاد وابستگی استفاده کند. حفاظت از توجه کودک همان اندازه مهم است که حفاظت از سلامت جسمی او.

شرکت‌های فناوری باید مسئول پیامد طراحی خود باشند. اگر موفقیت فقط با زمان حضور و واکنش سنجیده شود، سامانه به‌طور طبیعی به سوی وابستگی حرکت خواهد کرد. باید معیارهایی مانند رضایت پایدار، انجام موفق هدف، سلامت کاربر و سهولت خروج نیز مورد توجه قرار گیرند.

سامانه‌ای که در خدمت انسان است، همیشه نمی‌خواهد او مدت بیشتری بماند. گاه بهترین خدمت آن است که فرد کار خود را سریع انجام دهد و خارج شود. فناوری باید وسیله‌ای برای گسترش توان انسان باشد، نه محیطی که همه زندگی را در خود نگه دارد.

محیط کار نیز باید به حاکمیت بر توجه احترام بگذارد. دسترس‌پذیری دائمی نباید معیار تعهد و وفاداری باشد. کارمند برای انجام کار دشوار به دوره‌های بدون وقفه نیاز دارد. سازمانی که با جلسه، پیام و تغییر مداوم اولویت‌ها توجه کارکنان را می‌شکند، در واقع سرمایه خود را نابود می‌کند.

مدیر باید بداند هر درخواست تنها زمان مستقیم انجام خود را مصرف نمی‌کند. وقفه، تمرکز پیشین را از بین می‌برد و بازگشت به کار اصلی نیز زمان می‌برد. سازمان کارآمد تعداد اولویت‌ها را محدود می‌کند و از زمان تمرکز محافظت می‌نماید.

اعتماد در این زمینه نقشی بنیادی دارد. مدیری که به کارکنان اعتماد ندارد، گزارش، حضور و پیام بیشتری مطالبه می‌کند. کارکنان بخشی از توجه خود را صرف اثبات کار می‌کنند، نه خود کار. معیارهای روشن همراه با اختیار می‌توانند این هزینه را کاهش دهند.

دولت نیز در مقیاسی بزرگ‌تر همین مسئولیت را دارد. دولت خوب باید بار شناختی زندگی را کاهش دهد. قانون روشن، خدمات قابل اعتماد، فرایند ساده و اطلاعات دقیق به شهروند اجازه می‌دهند توجه خود را صرف خانواده، کار، علم و مشارکت کنند.

دولت ناکارآمد شهروند را به حل‌کننده دائمی مشکلات اداری تبدیل می‌کند. او باید قوانین متناقض را دنبال کند، میان اداره‌ها رفت‌وآمد نماید، برای دریافت حق قانونی خود رابطه پیدا کند و خطاهای نظام را جبران سازد. این زمان و انرژی بخشی از مالیات پنهانی است که ناکارآمدی بر مردم تحمیل می‌کند.

ثبات اقتصادی نیز نوعی آزادی توجه است. تورم و نوسان شدید مردم را وادار می‌کنند هر روز درباره قیمت، ارز، مسکن و حفظ دارایی فکر کنند. افق زمانی کوتاه می‌شود و تصمیم بلندمدت دشوار می‌گردد.

اقتصاد باثبات ذهن مردم را آزاد می‌کند. خانواده می‌تواند برای آموزش، خانه و آینده فرزندان برنامه‌ریزی کند. کارآفرین به جای یافتن راه عبور از مقررات ناگهانی، به نوآوری و محصول می‌اندیشد. کارگر می‌تواند تا اندازه‌ای به ارزش دستمزد فردای خود اعتماد کند.

زیرساخت قابل اعتماد نیز همین اثر را دارد. آب، برق، گاز، حمل‌ونقل و ارتباطات هنگامی موفق‌اند که مردم ناچار نباشند دائماً درباره آنها فکر کنند. زیرساخت خوب تا حدی نامرئی است؛ کار خود را انجام می‌دهد و اجازه می‌دهد زندگی ادامه یابد. حکومت نمایی می‌خواهد مردم پیوسته به دولت نگاه کنند. دولت کارآمد می‌خواهد مردم کمتر مجبور باشند درباره آن بیندیشند. یکی حضور خود را هدف می‌داند و دیگری خدمت را.

ایران پس از جمهوری اسلامی با انبوهی از مسائل فوری روبه‌رو خواهد بود. اقتصاد، امنیت، محیط زیست، زیرساخت، آموزش، دستگاه قضایی و اعتماد عمومی همگی نیازمند بازسازی‌اند. خطر آن است که جامعه بخواهد همه مشکلات را هم‌زمان و فوراً حل کند.

خواست سرعت پس از دهه‌ها انتظار قابل فهم است، اما ظرفیت اجرایی محدود خواهد بود. رهبری مسئول باید بتواند چند اولویت روشن تعیین کند، زمان‌بندی واقعی ارائه دهد و پیشرفت را قابل سنجش سازد. وعده‌های غیرواقعی شاید برای مدتی توجه و محبوبیت ایجاد کنند، اما شکست آنها سرمایه اعتماد را نابود خواهد کرد.

اولویت‌بندی به معنای بی‌اهمیت دانستن سایر مسائل نیست. به معنای پذیرفتن محدودیت منابع و توجه است. جامعه باید بداند چرا کاری زودتر و کاری دیرتر انجام می‌شود. شفافیت درباره محدودیت‌ها خود بخشی از احترام به شهروند است.

یکی از نخستین وظایف دوران گذار باید ایجاد امنیت حقوقی باشد. شهروند باید بداند قانون چیست و مأمور نمی‌تواند بر اساس سلیقه عمل کند. پایان بازداشت خودسرانه، کنترل ایدئولوژیک و مجازات به دلیل سبک زندگی، میلیون‌ها ساعت از توجه مردم را آزاد خواهد کرد.

پایان حجاب اجباری تنها لغو قانونی درباره پوشش نیست. آزاد کردن ذهن و زندگی زنان از مراقبت دائمی در برابر حکومت است. بدن باید از صحنه نمایش قدرت خارج و به صاحب آن بازگردانده شود.

آزادی هنر، آموزش و رسانه نیز تنها اصول فرهنگی نیستند. آنها ظرفیت ذهنی جامعه را آزاد می‌کنند. نویسنده دیگر پیش از نوشتن سانسورچی را در ذهن نمی‌بیند. معلم می‌تواند به جای تکرار ایدئولوژی، پرسش را تشویق کند. رسانه به جای حدس زدن خط قرمز، درباره حقیقت تحقیق می‌کند.

باز شدن فضای اطلاعاتی در دوران گذار، در کنار فرصت، خطرهایی نیز خواهد داشت. جامعه‌ای که سال‌ها زیر سانسور بوده است ممکن است با انفجار شایعه، تبلیغات و عملیات نفوذ روبه‌رو شود. آزادی بدون نهادهای معتبر می‌تواند به آشفتگی اطلاعاتی منجر گردد.

دولت موقت و نهادهای گذار باید اطلاعات را منظم، سریع و صادقانه منتشر کنند. سکوت و ابهام میدان را به شایعه واگذار می‌کنند. حتی خبر ناخوشایند اگر صادقانه و به‌موقع ارائه شود، کمتر از پنهان‌کاری به اعتماد آسیب می‌زند.

رهبران گذار باید خطا را بپذیرند. جامعه باید از همان آغاز تفاوت میان نظام جدید و فرهنگ تبلیغاتی گذشته را در رفتار ببیند. کنفرانس خبری، انتشار اسناد، پاسخ به پرسش دشوار و اصلاح تصمیم، نشانه ضعف نیستند؛ نشانه حکومت پاسخ‌گو هستند. عدالت انتقالی نیز به توجهی آرام، دقیق و حقوقی نیاز خواهد داشت. جنایات‌ها باید ثبت شوند، قربانیان شنیده شوند و مسئولان در دادگاهی عادلانه پاسخ دهند. اما خشم نباید به مجازات جمعی و انتقام هویتی تبدیل گردد.

جامعه باید میان تصمیم‌گیرنده جنایت، مجری مستقیم، کارمند عادی و انسانی که تنها برای بقا سازش کرده است تفاوت بگذارد. ساده‌سازی ممکن است از نظر عاطفی رضایت‌بخش باشد، اما عدالت واقعی نیازمند تمایز و شواهد است.

حافظه قربانیان باید حفظ شود، اما نباید همه هویت ایران آینده به رنج محدود گردد. یادبود، آرشیو و آموزش باید حقیقت را نگه دارند و در همان حال جامعه را به ارزش زندگی و عدم تکرار پیوند دهند.

تقویم عاطفی ایران نیز باید تغییر کند. دهه‌ها فضای رسمی با سوگواری، دشمنی و شهادت پر شده است. ایران آزاد به روزهایی برای زندگی، آزادی، قانون، دانش، هنر، طبیعت، زنان و دستاوردهای مدنی نیاز خواهد داشت.

این به معنای فراموش کردن رنج نیست. ملت باید قربانیان خود را به یاد آورد، اما در سوگواری دائمی متوقف نشود. بهترین یادبود کسانی که برای آزادی جان باختند، ساختن جامعه‌ای است که در آن انسان‌ها بتوانند با کرامت، امنیت و شادی زندگی کنند.

فضای عمومی باید از انحصار تصویر رهبران آزاد شود. خیابان، میدان و رسانه متعلق به شهروندان‌اند. نام‌گذاری‌ها و یادبودها باید تاریخ گسترده و متنوع ایران را بازتاب دهند، نه آنکه کیش شخصیتی تازه جای کیش پیشین را بگیرد.

آموزش تاریخ نیز باید از روایت مقدس و بسته فاصله بگیرد. دانش‌آموز باید با منابع مختلف، اختلاف تفسیرها و دشواری دآوری تاریخی آشنا شود. هدف آن نیست که به او گفته شود چه کسی را مطلقاً دوست یا دشمن بداند. باید بیاموزد چگونه شواهد را بررسی کند و میان تاریخ و تبلیغات تفاوت بگذارد.

جدایی دین و دولت نیز بخشی از بازپس‌گیری توجه است. ایمان، بی‌ایمانی و جست‌وجوی معنوی باید از اجبار سیاسی آزاد باشند. حکومت نباید تعیین کند انسان چه باوری داشته باشد یا کدام تفسیر دینی حق حضور عمومی دارد.

این جدایی هم از آزادی شهروند و هم از اصالت دین محافظت می‌کند. ایمانی که با اجبار سیاسی تحمیل شود، از انتخاب تهی می‌گردد. نهاد دینی نیز هنگامی که به قدرت حکومتی پیوند می‌خورد، فساد و شکست حکومت را با خود حمل می‌کند.

جامعه آزاد باید بتواند اختلاف را بدون تبدیل آن به دشمنی تحمل کند. حاکمیت بر توجه یعنی انسان قادر باشد سخن مخالف را بشنود، بدون آنکه هویت خود را در خطر ببیند. این توانایی یکی از شروط دموکراسی است.

دموکراسی تنها برگزاری انتخابات نیست. نظامی از توزیع توجه و قدرت است. هیچ فرد یا نهادی نباید تنها منبع حقیقت باشد. رسانه‌ها، احزاب، دادگاه‌ها، دانشگاه‌ها، انجمن‌ها و شهروندان باید امکان دیده و شنیده شدن داشته باشند.

اما تکثر بدون گفت‌وگو می‌تواند به آشفتگی تبدیل شود. اگر هر گروه تنها به سخن خود توجه کند، جامعه به مجموعه‌ای از جهان‌های جداگانه بدل می‌شود. نهادهای دموکراتیک باید امکان دهند اختلاف‌ها از مسیر گفت‌وگو، قانون و تصمیم عبور کنند. شنیدن مخالف به معنای پذیرش همه سخنان نیست. برخی ادعاها نادرست و برخی رفتارها غیرقانونی‌اند. اما داوری باید پس از شنیدن و بررسی انجام شود، نه پیش از آن و براساس هویت گوینده.

جامعه‌ای که مخالف را پیش از سخن گفتن خائن یا دشمن می‌نامد، فرهنگ پروپاگاندای پیشین را ادامه می‌دهد. آزادی واقعی زمانی آغاز می‌شود که انسان بتواند با بخشی از سخن مخالف موافقت کند، بدون آنکه تعلق خود را از دست بدهد.

بازپس‌گیری حاکمیت بر توجه در نهایت به بازپس‌گیری حق زندگی مربوط است. زندگی انسان نباید در واکنش دائمی به بازار، رسانه یا حکومت سپری شود. فرد باید بتواند بخشی از ذهن خود را برای عشق، خانواده، هنر، دوستی، طبیعت و تأمل حفظ کند. این حق به‌ویژه برای مردمی که دهه‌ها در بحران زندگی کرده‌اند اهمیت دارد. ایرانیان نباید احساس کنند شادی، آرامش یا توجه به زندگی شخصی خیانت به مبارزه است. حکومت استبدادی زمانی پیروز می‌شود که نه تنها آزادی، بلکه توان زندگی کردن مخالفان خود را نیز بگیرد.

شاد بودن به معنای فراموش کردن رنج نیست. ساختن خانواده، آفرینش اثر، لذت بردن از طبیعت و ادامه زندگی می‌توانند اشکالی از مقاومت باشند. آنان نشان می‌دهند حکومت نتوانسته است همه معنای زندگی را به خود وابسته کند.

رهایی از استبداد تنها زمانی کامل می‌شود که حکومت دیگر مرکز همه احساسات نیز نباشد. اگر انسان تمام روز را با خشم نسبت به حکومت بگذراند، حکومت همچنان توجه او را در اختیار دارد. هدف مبارزه باید پایان دادن به سلطه باشد، نه جاودانه کردن حضور دشمن در ذهن.

ملت نیز باید خود را نه فقط با آنچه علیه آن مبارزه می‌کند، بلکه با آنچه می‌خواهد بسازد تعریف نماید. آزادی، برابری حقوقی، سکولار دموکراسی، تمامیت ملی، رفاه، دانش و کرامت انسانی باید از مفاهیم انتزاعی به موضوعات زنده توجه جمعی تبدیل شوند.

تصویر آینده باید روشن، اما صادقانه باشد. جامعه به امید نیاز دارد، اما امیدی که بر وعده‌های ناممکن بنا شود شکل دیگری از مهندسی توجه است. امید واقعی از شناخت دشواری و دیدن مسیر عبور از آن به وجود می‌آید.

ملت باید بتواند ایران پس از جمهوری اسلامی را تصور کند: ایرانی که در آن زن درباره بدن خود تصمیم می‌گیرد، کودک تاریخ را بدون تحریف می‌آموزد، هنرمند پیش از خلق اثر از سانسور نمی‌ترسد، کارآفرین به جای رابطه به قانون تکیه می‌کند و شهروند می‌تواند برای آینده برنامه‌ریزی نماید.

این تصویر نباید تنها رؤیایی عاطفی باشد. باید با برنامه، نهاد و مسئولیت همراه شود. هرچه آینده قابل فهم‌تر شود، قدرت حکومت برای ترساندن مردم از تغییر کمتر خواهد شد.

بازپس‌گیری توجه یک حادثه ناگهانی نیست. عادت‌ی فردی و فرایندی اجتماعی است. انسان هر روز با انتخاب‌های کوچک خود مرز ذهنش را بازسازی می‌کند. خانواده با نوع حضورش، مدرسه با شیوه آموزش، رسانه با نحوه روایت و دولت با کیفیت حکمرانی در این فرایند سهم دارند.

هیچ فردی به تنهایی نمی‌تواند در برابر همه نیروهای بازار و قدرت مقاومت کند. مسئولیت فردی مهم است، اما کافی نیست. محیط باید به گونه‌ای طراحی شود که انتخاب آزاد را ممکن‌تر سازد. قانون، فرهنگ، فناوری و نهادهای عمومی باید از حق انسان بر ذهن و زمان خود حمایت کنند.

در همان حال، هیچ قانون و نهادی نیز نمی‌تواند جای تصمیم فرد را بگیرد. حتی در بهترین جامعه، صداهای فراوان برای توجه رقابت خواهند کرد. انسان باید توان انتخاب، مکث و بازگشت به هدف‌های خود را پرورش دهد.

حاکمیت بر توجه به معنای کنترل کامل ذهن نیست. ذهن انسان همواره حرکت می‌کند، دچار خطا می‌شود و از جهان تأثیر می‌پذیرد. هدف رسیدن به پاکی یا استقلال مطلق نیست. هدف آن است که انسان بتواند پس از پراکندگی بازگردد، پس از فریب بازنگری کند و پس از اشتباه انتخاب تازه‌ای انجام دهد.

آزادی در توان بازگشت است. همه ما گاه در خبر، خشم، سرگرمی یا ترس غرق می‌شویم. مسئله آن نیست که هرگز منحرف نشویم؛ مسئله آن است که راه بازگشت را فراموش نکنیم.

بازگشت ممکن است با خاموش کردن صفحه، خواندن چند صفحه کتاب، قدم زدن، گفت‌وگو با انسانی نزدیک یا نوشتن یک جمله آغاز شود. در سطح ملی نیز ممکن است با انتقال بحث از چهره‌ها به برنامه، از بحران به آینده و از نفرت به ساختن آغاز گردد.

در پایان، حاکمیت بر توجه حق انسان برای انتخاب مرکز زندگی خویش است. بازار می‌خواهد مصرف در مرکز باشد، حکومت اقتدارگرا می‌خواهد قدرت در مرکز باشد و رسانه هیجانی می‌خواهد بحران در مرکز بماند. اما انسان می‌تواند زندگی، حقیقت، رابطه، دانش و آزادی را در مرکز قرار دهد.

بازپس‌گیری توجه به معنای بازپس‌گیری زمان است؛ زمانی که دیگر تنها در انتظار خبر بعدی، بحران بعدی یا فرمان بعدی نمی‌گذرد. به معنای بازپس‌گیری زبان است؛ زبانی که تجربه انسان را با واژه‌های خود او بیان می‌کند. به معنای بازپس‌گیری آینده است؛ آینده‌ای که دیگر تنها از سوی قدرت تعریف نمی‌شود.

برای ایران، این بازپس‌گیری مقدمه رهایی سیاسی و شرط حفظ آزادی پس از آن است. ملتی که توجه خود را در اختیار نداشته باشد، ممکن است حکومتی را تغییر دهد و باز هم گرفتار نیرویی شود که ترس، شهرت یا تبلیغات را بر ذهن او مسلط می‌کند.

ایران آزاد باید از انسان آزاد آغاز شود؛ انسانی که می‌تواند ببیند، بشنود، بیندیشد و سپس انتخاب کند. شهروندی که نه به دلیل ترس و نه به دلیل تحریک جمعی، بلکه بر پایه داوری خود عمل می‌کند، بنیان واقعی دموکراسی است.

جمهوری اسلامی کوشیده است مردم را وادار کند همیشه به حکومت نگاه کنند؛ با ستایش، نگرانی، خشم یا نفرت. بازار دیجیتال نیز می‌کوشد نگاه را در جریان بی‌پایان خود نگه دارد. بازپس‌گیری حاکمیت بر توجه زمانی آغاز می‌شود که انسان نگاه خود را از آنچه او را مصرف می‌کند برگیرد و به سوی آنچه می‌خواهد بسازد بازگرداند.

رهایی در لحظه‌ای آغاز می‌شود که انسان می‌پرسد: آیا این موضوع شایسته بخشی از زندگی من است؟

و آزادی هنگامی عمیق‌تر می‌شود که بتواند پاسخ دهد: من خود تصمیم خواهم گرفت به چه چیزی نگاه کنم، چه چیزی را در ذهن نگاه دارم و زندگی‌ام را در خدمت چه آینده‌ای قرار دهم.

فصل نهم

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

هر فناوری بزرگ، پیش از آنکه شیوه کار انسان را تغییر دهد، شیوه توجه او را دگرگون می‌کند. خط، توجه را از حافظه شفاهی به متن منتقل کرد. چاپ، دامنه توجه انسان را از اجتماع محلی به جهان اندیشه‌های دور گسترش داد. رادیو و تلویزیون میلیون‌ها نفر را در لحظه‌ای واحد به یک صدا و تصویر پیوند زدند. اینترنت مسیر توجه را از چند مرکز محدود به شبکه‌ای گسترده تغییر داد و تلفن هوشمند این شبکه را در تمام ساعات شبانه‌روز به بدن انسان نزدیک کرد.

اکنون هوش مصنوعی مرحله‌ای تازه را آغاز کرده است. این فناوری فقط محتوای بیشتری در برابر انسان قرار نمی‌دهد؛ می‌تواند محتوا را براساس شناختی دقیق از هر فرد انتخاب، تنظیم و حتی تولید کند. هوش مصنوعی دیگر صرفاً وسیله‌ای برای انتقال پیام نیست. می‌تواند مخاطب را بشناسد، رفتار او را پیش‌بینی کند، با زبان مناسب سخن بگوید و در زمانی که بیشترین آمادگی را برای تأثیرپذیری دارد وارد گفت‌وگو شود.

در گذشته، تبلیغ‌کننده پیام واحدی را برای میلیون‌ها نفر منتشر می‌کرد و امیدوار بود بخشی از آنان واکنش نشان دهند. در جهان هوش مصنوعی، ممکن است برای هر فرد پیام متفاوتی ساخته شود. واژه‌ها، تصویر، لحن، زمان و استدلال می‌توانند با شخصیت، ترس‌ها، علایق و تجربه‌های همان فرد هماهنگ شوند. تبلیغ دیگر تنها به گروهی از مردم نمی‌گوید چه چیزی بخواهند؛ می‌تواند به هر انسان از دری وارد شود که برای او بازتر است.

این تحول فرصت‌هایی بزرگ و خطرهایی بی‌سابقه در خود دارد. هوش مصنوعی می‌تواند بار اطلاعاتی را کاهش دهد، مطالب مهم را خلاصه کند، به انسان در یادگیری، نوشتن، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی کمک نماید و او را از انجام کارهای تکراری آزاد سازد. اما همان فناوری می‌تواند به نیرومندترین ابزار تاریخ برای تصرف توجه، شکل دادن به ترجیح و محدود کردن استقلال ذهن تبدیل شود.

پرسش اصلی این نیست که هوش مصنوعی خوب است یا بد. هیچ فناوری پیچیده‌ای را نمی‌توان تنها در یکی از این دو دسته قرار داد. پرسش آن است که این فناوری در خدمت چه هدفی، در اختیار چه نهادی و براساس چه ارزش‌هایی طراحی و اداره می‌شود. آیا هوش مصنوعی به انسان کمک خواهد کرد بهتر ببیند و آزادانه‌تر تصمیم بگیرد، یا آنچه را باید ببیند و انتخاب کند به شکلی نامرئی برایش تعیین خواهد کرد؟

هوش مصنوعی از داده تغذیه می‌کند و داده، ردپای توجه انسان است. هر کلیک، جست‌وجو، مکث، خرید، پیام و واکنش اطلاعاتی درباره فرد ایجاد می‌کند. سامانه می‌آموزد او به چه چیزی نگاه می‌کند، از چه موضوعی سریع عبور می‌کند، چه زمانی فعال است، کدام واژه او را خشمگین یا امیدوار می‌سازد و چه نوع پاسخی احتمالاً رفتار او را تغییر می‌دهد.

داده تنها گزارشی از گذشته نیست. وقتی در کنار مدل‌های پیش‌بینی قرار گیرد، می‌تواند به ابزاری برای حدس زدن آینده تبدیل شود. سامانه ممکن است پیش‌بینی کند فرد به چه محصولی نیاز خواهد داشت، با کدام دیدگاه سیاسی همدل‌تر است، در چه ساعتی تصمیم عجولانه‌تری می‌گیرد یا در چه شرایطی بیشتر به تأیید عاطفی نیاز دارد.

در اینجا فاصله میان شناخت و کنترل کاهش می‌یابد. هرچه نهادی انسان را بهتر بشناسد، توان بیشتری برای طراحی محیطی خواهد داشت که رفتار مطلوب را در او افزایش دهد. این قدرت لزوماً با فرمان مستقیم اعمال نمی‌شود. فرد همچنان احساس می‌کند انتخاب کرده است، اما گزینه‌ها، ترتیب نمایش و زبان اقناع پیش از او تنظیم شده‌اند.

در جهان سنتی، قدرت اغلب به انسان می‌گفت چه کند. در جهان هوش مصنوعی، قدرت می‌تواند محیطی بسازد که فرد خود به همان نتیجه برسد. این نوع هدایت ظریف‌تر و شاید مؤثرتر است، زیرا مقاومت کمتری برمی‌انگیزد. انسان در برابر فرمان آشکار ممکن است اعتراض کند، اما در برابر پیشنهادی که دقیقاً با میل و شخصیت او هماهنگ شده، کمتر احساس تهدید خواهد کرد.

شخصی‌سازی یکی از مهم‌ترین وعده‌های هوش مصنوعی است. دانش‌آموز می‌تواند آموزشی متناسب با سطح و سرعت خود دریافت کند. بیمار می‌تواند اطلاعاتی نزدیک‌تر به شرایطش ببیند. کاربر می‌تواند به جای جست‌وجوی ساعت‌ها، پاسخی سازمان‌یافته دریافت نماید. این مزایا واقعی‌اند و می‌توانند کیفیت زندگی را افزایش دهند.

اما شخصی‌سازی می‌تواند جهان مشترک را نیز تضعیف کند. اگر هر فرد نسخه‌ای متفاوت از خبر، سیاست و واقعیت دریافت کند، جامعه چگونه درباره مسائل مشترک گفت‌وگو خواهد کرد؟ دموکراسی نیازمند آن است که شهروندان، با وجود اختلاف در تفسیر، دست‌کم بخشی از واقعیت عمومی را مشترک ببینند. شخصی‌سازی افراطی می‌تواند این میدان را به جهان‌های جداگانه تبدیل کند.

دو شهروند ممکن است درباره یک رویداد پرسش کنند و پاسخ‌هایی متفاوت دریافت نمایند؛ نه به دلیل تفاوت در حقیقت، بلکه براساس سابقه، ترجیح یا احتمال رضایت آنان. اگر سامانه بکوشد همواره پاسخ مطلوب مخاطب را ارائه کند، ممکن است به تدریج هر فرد را در باورهای پیشین خود محصور سازد.

انسان معمولاً از اطلاعاتی استقبال می‌کند که با هویت و عقایدش هماهنگ باشند. هوش مصنوعی اگر تنها رضایت فوری را معیار قرار دهد، می‌تواند همین گرایش را تقویت کند. به جای آنکه فرد را با شواهد دشوار یا دیدگاه مخالف روبه‌رو سازد، پاسخی فراهم می‌کند که احساس درست بودن را در او حفظ نماید. در چنین حالتی، فناوری به جای گسترش دید، آیین‌های هوشمند می‌شود که باورهای موجود را زیباتر و قانع‌کننده‌تر بازمی‌تاباند.

خطر بزرگ‌تر زمانی پدید می‌آید که سامانه نه فقط انتخاب‌های انسان را پیش‌بینی، بلکه شخصیت او را نیز شکل دهد. آنچه فرد بارها می‌بیند بر علایق و حساسیت‌هایش اثر می‌گذارد. سامانه براساس رفتار گذشته پیشنهاد می‌دهد و پیشنهادها رفتار آینده را می‌سازند. سپس همان رفتار تازه به عنوان نشانه ترجیح واقعی فرد ثبت می‌شود.

چرخه‌ای شکل می‌گیرد که در آن ماشین می‌گوید این همان چیزی است که تو دوست داری، زیرا پیش‌تر چیزی مشابه آن را دیده‌ای. اما ممکن است فرد چیزی را دیده باشد چون سامانه آن را در برابرش قرار داده است. مرز میان کشف ترجیح و ساختن ترجیح از میان می‌رود.

این پرسش فلسفی و سیاسی اهمیت فراوان دارد: آیا سامانه خواسته‌های موجود انسان را پاسخ می‌دهد یا خواسته‌هایی را می‌سازد که سپس پاسخشان را می‌فروشد؟ اگر بازار ابتدا اضطراب، کمبود یا میل ایجاد کند و سپس محصولی برای رفع آن عرضه نماید، دیگر تنها به نیاز خدمت نمی‌کند؛ در تولید نیاز نیز شریک است.

هوش مصنوعی این توان را با دقتی بیشتر به دست می‌آورد. می‌تواند زبان تبلیغ را با ویژگی‌های فرد تنظیم کند. برای کسی بر امنیت تأکید کند، برای دیگری بر منزلت، آزادی، تعلق یا ترس از عقب ماندن. دو نفر ممکن است به خرید یک محصول ترغیب شوند، اما هرکدام به دلیلی که دقیقاً با ضعف روانی او هماهنگ شده است.

در سیاست، پیامد این توان بسیار جدی‌تر است. نامزد یا حکومت می‌تواند برای هر گروه روایت متفاوتی بسازد. به یک گروه وعده ثبات، به گروهی دیگر وعده تغییر و به گروه سوم تصویری از دشمن ارائه دهد. هر فرد تنها نسخه‌ای را می‌بیند که برای او طراحی شده و ممکن است نتواند آن را با پیام‌های ارسال‌شده به دیگران مقایسه کند.

تبلیغات سیاسی سنتی در فضای عمومی ظاهر می‌شد و می‌توانست مورد نقد قرار گیرد. پیام شخصی‌سازی‌شده ممکن است در صفحه فردی خاص دیده شود و سپس ناپدید گردد. روزنامه‌نگار، رقیب و جامعه نمی‌دانند چه وعده‌ای به چه کسی داده شده است. سیاست از میدان عمومی به مجموعه‌ای از اقناع‌های خصوصی منتقل می‌شود.

این وضعیت امکان پاسخ‌گویی را کاهش می‌دهد. سیاستمدار می‌تواند سخنان متناقض را برای مخاطبان متفاوت عرضه کند، بی‌آنکه تناقض به‌راحتی آشکار شود. هر گروه تصویری متفاوت از او دریافت می‌کند و همه احساس می‌کنند نامزد دقیقاً نگرانی آنان را درک کرده است.

هوش مصنوعی می‌تواند عملیات نفوذ سیاسی را نیز ارزان‌تر و گسترده‌تر سازد. در گذشته، تولید هزاران پیام، حساب‌کاری یا محتوای تبلیغاتی به نیروی انسانی قابل توجهی نیاز داشت. اکنون سامانه‌های خودکار می‌توانند با سرعت زیاد متن، تصویر و گفت‌وگو تولید کنند و خود را به شکل کاربران واقعی نشان دهند.

مخاطب ممکن است تصور کند با موجی طبیعی از افکار عمومی روبه‌روست، در حالی که بخش بزرگی از آن مصنوعی است. تعداد پیام‌ها، لحن‌های متفاوت و حضور پیوسته می‌توانند احساس اکثریت بسازند. فرد ممکن است نظر خود را تغییر ندهد، اما چون گمان می‌کند دیگران چنین می‌اندیشند، از بیان عقیده‌اش خودداری کند.

در اینجا هوش مصنوعی به ابزار ساختن اجتماع خیالی تبدیل می‌شود. هزاران صدای مصنوعی می‌توانند احساس حمایت، خشم یا اجماع تولید کنند. قدرت سیاسی لازم نیست همه مردم را متقاعد کند؛ کافی است درباره نظر دیگران تصویر نادرستی بسازد.

برای حکومت‌های اقتدارگرا، این فناوری جذابیت ویژه‌ای دارد. نظارت، سانسور و پروپاگاندا می‌توانند در سامانه‌ای واحد ترکیب شوند. حکومت می‌تواند رفتار شهروند را رصد، گرایش او را ارزیابی، محتوای نامطلوب را محدود و پیام مناسب را برای تغییر یا ترساندن او تولید کند.

در گذشته، سانسور غالباً پس از انتشار عمل می‌کرد. هوش مصنوعی می‌تواند پیش از آنکه محتوا به مخاطب برسد آن را شناسایی کند. کلمات، تصاویر و الگوهای ارتباطی می‌توانند به سرعت بررسی و محدود شوند. حتی ممکن است سامانه احتمال مخالفت یا سازمان‌یابی را از رفتار افراد حدس بزند.

این نوع قدرت، مرز میان نظارت بر عمل و پیش‌بینی اندیشه را کم‌رنگ می‌کند. حکومت ممکن است ادعا کند تنها از امنیت محافظت می‌کند، اما در عمل شهروند را براساس احتمال رفتار آینده ارزیابی نماید. انسان نه به دلیل کاری که انجام داده، بلکه براساس آنچه سامانه احتمال می‌دهد انجام دهد تحت فشار قرار می‌گیرد.

مدل پیش‌بینی هرگز بی‌خطا نیست. داده ممکن است ناقص، جانبدارانه یا خارج از زمینه باشد. اما در نظام اقتدارگرا، شهروند شاید نتواند بداند چرا هدف قرار گرفته یا چگونه تصمیم سامانه را به چالش بکشد. قدرت ماشینی پشت ظاهری علمی پنهان می‌شود و مسئولیت انسانی مبهم می‌گردد.

مقام می‌گوید سامانه تشخیص داده است. شرکت می‌گوید مدل خودکار تصمیم گرفته است. هیچ‌کس مسئولیت کامل را نمی‌پذیرد. اما هر الگوریتم نتیجه انتخاب‌های انسانی درباره داده، هدف، معیار و میزان خطای قابل قبول است. ماشین تصمیم را از اخلاق جدا نمی‌کند؛ تنها می‌تواند سرچشمه اخلاقی آن را پنهان سازد.

این خطر برای ایران تحت حکومت ایدئولوژیک بسیار جدی است. ساختاری که پیش‌تر از پرونده‌سازی، اعتراف اجباری، نظارت و کنترل رسانه استفاده کرده، با ابزارهای هوش مصنوعی می‌تواند ظرفیت خود را افزایش دهد. تشخیص چهره، تحلیل ارتباطات، نظارت بر فضای عمومی و شناسایی الگوهای رفتاری می‌توانند زندگی روزمره را بیش از پیش تحت کنترل قرار دهند.

حجاب اجباری نمونه‌ای روشن است. حکومتی که برای تحمیل پوشش به گشت و مأمور نیاز داشت، می‌تواند از دوربین و سامانه خودکار برای شناسایی، ثبت و مجازات استفاده کند. زور انسانی به زیرساخت نامرئی تبدیل می‌شود. زن ممکن است در هر مکان احساس کند نگاه حکومت از طریق دوربین او را دنبال می‌کند.

قدرت نظارت زمانی افزایش می‌یابد که داده‌های بخش‌های مختلف به یکدیگر متصل شوند. تصویر خیابان، شماره خودرو، تلفن همراه، حساب بانکی و خدمات دولتی می‌توانند در پرونده‌ای واحد قرار گیرند. مجازات لزوماً به بازداشت محدود نمی‌شود؛ ممکن است از راه جریمه، محدودیت خدمات یا فشار شغلی اعمال گردد.

این نوع کنترل می‌تواند کم‌هزینه‌تر، گسترده‌تر و کم‌مشاهده‌تر از سرکوب سنتی باشد. مأموری در برابر فرد نمی‌ایستد، اما سامانه تصمیمی می‌گیرد که زندگی او را دشوار می‌کند. قدرت از صحنه خیابان به معماری داده منتقل می‌شود.

با این حال، هوش مصنوعی فقط ابزار حکومت‌ها نیست. شهروندان، رسانه‌ها و جنبش‌های آزادی‌خواه نیز می‌توانند از آن برای بررسی اسناد، ترجمه، آموزش، ثبت نقض حقوق، تحلیل داده و ارتباط استفاده کنند. فناوری می‌تواند انحصار دانش و تخصص را کاهش دهد و توان گروه‌های کوچک را افزایش دهد.

فردی که پیش‌تر برای دسترسی به دانش تخصصی به نهادهای بزرگ نیاز داشت، اکنون می‌تواند با کمک ابزارهای هوشمند اطلاعات را بهتر بفهمد، متن تولید کند و پروژه‌ای را آغاز نماید. این امر به‌ویژه برای جوامع زیر سانسور اهمیت دارد. دانش می‌تواند از مسیرهایی عبور کند که حکومت کنترل کامل بر آنها ندارد.

رسانه‌های مستقل می‌توانند حجم بزرگی از اسناد و داده‌ها را سریع‌تر بررسی کنند. فعالان حقوق بشر می‌توانند شهادت‌ها را طبقه‌بندی و الگوهای سرکوب را آشکار سازند. شهروندان می‌توانند محتوای پیچیده حقوق و اقتصادی را به زبان قابل فهم‌تری دریافت کنند.

اما همین کاربردهای مثبت نیازمند احتیاط‌اند. ابزار هوش مصنوعی ممکن است اطلاعات نادرست تولید کند، منابع را اشتباه بازنمایی نماید یا در تحلیل خود جانبداری داشته باشد. سرعت و روانی پاسخ می‌تواند احساس اعتماد کاذب ایجاد کند. انسان ممکن است چون متن منظم و مطمئن به نظر می‌رسد، صحت آن را بررسی نکند.

در گذشته، دشواری تولید متن تا حدی نشانه‌ای از هزینه اندیشه بود. اکنون می‌توان در چند لحظه نوشته‌ای منظم و قانع‌کننده تولید کرد. این توان مفید است، اما ممکن است فاصله میان ظاهر دانش و خود دانش را افزایش دهد. سخنی می‌تواند حرفه‌ای به نظر برسد، بی‌آنکه بر تحقیق کافی بنا شده باشد.

جامعه باید بیاموزد روان بودن را با درست بودن اشتباه نگیرد. هوش مصنوعی می‌تواند پاسخ را سازمان دهد، اما مسئولیت حقیقت همچنان بر دوش انسان باقی می‌ماند. هرچه ابزار قانع‌کننده‌تر شود، نیاز به بررسی منبع و مقایسه شواهد بیشتر خواهد شد.

این اصل در آموزش اهمیت بنیادی دارد. دانش‌آموز می‌تواند از هوش مصنوعی برای توضیح، تمرین و بازخورد استفاده کند. آموزش شخصی‌سازی‌شده می‌تواند ضعف‌ها را شناسایی و سرعت یادگیری را با فرد هماهنگ سازد. دانش‌آموزی که از پرسیدن در کلاس خجالت می‌کشد، ممکن است در گفت‌وگو با ابزار فرصت بیشتری برای یادگیری پیدا کند.

اما اگر هوش مصنوعی جای تلاش فکری را بگیرد، یادگیری ظاهری و وابستگی ایجاد می‌شود. دانش‌آموز پاسخ را تحویل می‌گیرد، بی‌آنکه مسیر رسیدن به آن را تجربه کرده باشد. نتیجه ممکن است درست باشد، اما توان حل مسئله در او رشد نکرده است.

یادگیری فقط دریافت پاسخ نیست. کشمکش با پرسش، اشتباه، بازگشت و اصلاح بخش‌هایی از فرایند ساختن ذهن‌اند. اگر ابزار همه این دشواری‌ها را حذف کند، ممکن است بخشی از همان توانایی‌هایی را تضعیف نماید که قرار است تقویت کند.

هوش مصنوعی آموزشی باید مانند معلم خوب عمل کند: نه اینکه همیشه پاسخ نهایی را بدهد، بلکه پرسش مناسب مطرح کند، خطا را نشان دهد و دانش آموز را به ادامه فکر کردن وادارد. هدف باید افزایش استقلال یادگیرنده باشد، نه وابستگی دائمی به سامانه.

معلم در عصر هوش مصنوعی اهمیت خود را از دست نمی‌دهد، اما نقش او تغییر می‌کند. انتقال ساده اطلاعات کمتر مرکزی خواهد بود. قضاوت، اخلاق، انگیزه، شناخت زمینه و ساختن رابطه انسانی اهمیت بیشتری می‌یابند. دانش آموز به کسی نیاز دارد که نه فقط پاسخ، بلکه ارزش پرسش و شیوه زندگی با دانش را نشان دهد.

دانشگاه نیز با پرسش‌های تازه روبه‌روست. اگر ماشین می‌تواند متن، تحلیل و برنامه تولید کند، ارزیابی کار دانشجو چگونه باید انجام شود؟ آیا هدف آموزش تولید محصول نهایی است یا شکل‌گیری توان فهم و داوری؟ ابزار هوشمند دانشگاه را مجبور می‌کند بار دیگر معنای یادگیری را تعریف کند.

ممنوعیت کامل احتمالاً نه ممکن است و نه مفید. دانشجو در زندگی حرفه‌ای از این ابزار استفاده خواهد کرد. آموزش باید استفاده مسئولانه، شفاف و انتقادی را بیاموزد. دانشجو باید بداند چه چیزی را به ابزار سپرده و چه بخشی را خود بررسی کرده است.

اصالت در عصر هوش مصنوعی به معنای انجام همه کار بدون ابزار نیست. انسان از کتاب، ماشین حساب و نرم‌افزار نیز استفاده کرده است. اصالت در مسئولیت اندیشه و نتیجه است. فرد باید بتواند توضیح دهد چرا پاسخی را پذیرفته و چگونه صحت آن را سنجیده است.

در محیط کار، هوش مصنوعی می‌تواند بخشی از بار اداری، جست‌وجو و پردازش اطلاعات را کاهش دهد. این امر می‌تواند زمان بیشتری برای خلاقیت، گفت‌وگو و تصمیم‌گیری فراهم آورد. اما تضمینی وجود ندارد که زمان آزادشده واقعاً به انسان بازگردد. تاریخ فناوری نشان می‌دهد افزایش بهره‌وری گاه به کاهش فشار منجر نمی‌شود؛ انتظار تولید را افزایش می‌دهد. اگر کارمند با هوش مصنوعی دو برابر سریع‌تر کار کند، سازمان ممکن است دو برابر خروجی مطالبه کند. در این حالت، ابزار توجه را آزاد نمی‌کند؛ سرعت مصرف آن را افزایش می‌دهد.

پرسش مدیریتی این است که سود بهره‌وری چگونه توزیع خواهد شد. آیا بخشی از آن به زمان، یادگیری و کیفیت زندگی کارکنان بازمی‌گردد، یا همه آن به افزایش حجم کار تبدیل می‌شود؟ فناوری به خودی خود پاسخ نمی‌دهد. ساختار قدرت و ارزش‌های سازمانی تعیین می‌کنند.

هوش مصنوعی می‌تواند خود به منبع وقفه نیز تبدیل شود. اگر هر سامانه دائماً پیشنهاد، هشدار و تحلیل ارائه کند، کارمند با موج تازه‌ای از محرک‌ها روبه‌رو می‌شود. هوشمندی بیشتر لزوماً به محیط آرام‌تر نمی‌انجامد. ممکن است ماشین فرصت‌های بیشتری برای قطع تمرکز پیدا کند.

طراحی مسئولانه باید بدانند چه زمانی سخن نگویید. دستیار خوب تنها کسی نیست که پاسخ‌های فراوان دارد؛ باید بداند چه زمانی حضورش لازم نیست. سامانه‌ای که به حاکمیت توجه احترام می‌گذارد، سکوت و عدم مداخله را نیز بخشی از خدمت می‌داند.

دستیار دیجیتال می‌تواند میان انسان و جهان اطلاعات قرار گیرد. به جای آنکه فرد با صدها پیام و منبع روبه‌رو شود، دستیار آنها را اولویت‌بندی و خلاصه می‌کند. این امکان می‌تواند بار شناختی را به شدت کاهش دهد.

اما واسطه‌ای که اطلاعات را انتخاب می‌کند، قدرتی بزرگ در اختیار دارد. چه چیزی حذف شده است؟ چه موضوعی فوری تلقی شده و کدام دیدگاه کمتر نمایش داده شده است؟ آیا دستیار به منافع کاربر خدمت می‌کند یا به شرکتی که آن را ساخته است؟

اگر دستیار براساس تبلیغات یا قراردادهای تجاری عمل کند، ممکن است پیشنهادهای خود را بی‌طرفانه نشان دهد، در حالی که منافع دیگری پشت آن قرار دارد. اعتماد عاطفی به ابزار می‌تواند این خطر را افزایش دهد. فرد ممکن است دستیار را نه به عنوان محصولی تجاری، بلکه مانند مشاوره شخصی تلقی کند.

هوش مصنوعی گفت‌وگویی می‌تواند رابطه‌ای بسیار نزدیک با انسان بسازد. همیشه در دسترس است، خسته نمی‌شود، قضاوت نمی‌کند و می‌تواند زبان و لحن خود را با کاربر هماهنگ سازد. برای بسیاری از افراد، این حضور می‌تواند آرامش‌بخش و مفید باشد.

اما رابطه با سامانه انسانی نیست، هرچند احساس انسانی ایجاد کند. ماشین تجربه، نیاز و مسئولیت اخلاقی انسانی ندارد. خطر آن است که فرد به جای استفاده از ابزار، به آن وابستگی عاطفی پیدا کند و بخشی از روابط واقعی خود را کنار بگذارد.

رابطه انسانی دشوار است. دیگری همیشه مطابق میل ما پاسخ نمی‌دهد و نیازهای خود را دارد. همین مقاومت و تفاوت بخشی از رشد اخلاقی ماست. سامانه‌ای که همواره برای رضایت کاربر تنظیم می‌شود، ممکن است جهانی بدون اصطکاک بسازد؛ جهانی که در آن فرد کمتر با استقلال دیگری روبه‌رو می‌شود.

اگر هوش مصنوعی به نزدیک‌ترین شنونده انسان تبدیل شود، صاحب سامانه به اطلاعاتی عمیق درباره احساسات، ترس‌ها و رازهای او دسترسی خواهد داشت. گفت‌وگویی که فرد آن را خصوصی می‌پندارد، ممکن است به داده‌ای ارزشمند برای تحلیل و اقتناع تبدیل شود.

حریم خصوصی در این شرایط تنها حفاظت از اطلاعات شخصی نیست. حفاظت از فضای درونی انسان است. فرد باید بتواند فکر خام، تردید و احساس خود را بدون نگرانی از تبدیل شدن آنها به ابزار تجاری یا سیاسی بیان کند.

جامعه باید میان ذخیره داده برای بهبود خدمت و استفاده از آن برای نفوذ تفاوت بگذارد. رضایت کاربر باید واقعی و قابل فهم باشد. انسان باید بداند آیا گفت‌وگوی او ذخیره، تحلیل یا برای آموزش سامانه استفاده می‌شود.

مالکیت داده نیز نیازمند بازاندیشی است. اگر مدل از نوشته، تصویر، صدا و رفتار میلیون‌ها انسان آموخته است، ارزش ایجادشده تنها محصول شرکت سازنده نیست. جامعه باید درباره سهم صاحبان محتوا، حق حذف و حدود استفاده پرسش کند.

مسئله فقط درآمد نیست. آثار فرهنگی و فکری بخشی از هویت انسان‌اند. اگر سامانه بتواند سبک نویسنده، صدای هنرمند یا تصویر فرد را بدون رضایت بازتولید کند، مرز میان الهام، استفاده و تصاحب مبهم می‌شود.

جعل عمیق یکی از روشن‌ترین خطرهایست. تصویر و صدای انسان می‌توانند برای گفتن یا انجام دادن چیزی ساخته شوند که هرگز رخ نداده است. این فناوری می‌تواند اعتبار فرد، امنیت سیاسی و اعتماد عمومی را آسیب بزند.

در جامعه‌ای قطبی، یک ویدیوی جعلی ممکن است پیش از بررسی، موجی از خشم یا خشونت ایجاد کند. تکذیب دیرتر می‌رسد و اثر نخستین باقی می‌ماند. دشمنان سیاسی می‌توانند از چنین محتوایی برای تخریب شخصیت یا ساختن بحران استفاده کنند.

خطر دیگری نیز وجود دارد: افزایش محتوای جعلی می‌تواند امکان انکار اسناد واقعی را فراهم کند. فرد قدرتمند می‌تواند ویدیوی واقعی را ساخته‌شده بخواند. جامعه دیگر نمی‌داند به چشم و گوش خود اعتماد کند یا نه.

از این رو، آینده نیازمند زیرساخت‌های تازه‌ای برای اثبات اصالت خواهد بود. ثبت منبع، امضای دیجیتال، زنجیره نگهداری و نهادهای مستقل بررسی اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند. اعتماد نباید تنها بر ظاهر محتوا استوار باشد.

رسانه‌ها باید روش‌های تأیید خود را شفاف سازند. مخاطب باید بداند تصویر از کجا آمده و چگونه بررسی شده است. سرعت انتشار نباید اعتبار را قربانی کند، هرچند فشار رقابت زیاد خواهد بود.

در ایران آینده، ایجاد این زیرساخت‌ها بخشی از امنیت ملی و دموکراتیک خواهد بود. کشوری که از دوره‌ای طولانی از پروپاگاندا، سانسور و بی‌اعتمادی عبور می‌کند، در برابر محتوای مصنوعی آسیب‌پذیر است. گروه‌های داخلی و خارجی می‌توانند با انتشار پیام‌های ساختگی، شکاف‌های سیاسی و قومی را تحریک کنند.

دولت گذار باید از همان آغاز سامانه‌های شفاف اطلاع‌رسانی و تأیید عمومی ایجاد کند. اما این کار نباید به بهانه‌ای برای بازگشت سانسور تبدیل شود. خطر اطلاعات جعلی واقعی است، اما قدرت نیز همیشه وسوسه دارد نقد و مخالفت را در همان دسته قرار دهد.

مرز میان مقابله با فریب و کنترل گفتار باید روشن و قانونی باشد. تصمیم‌گیری نباید به نهاد امنیتی یا شرکت خصوصی بدون نظارت سپرده شود. دادگاه مستقل، امکان اعتراض و معیارهای شفاف ضروری‌اند.

هوش مصنوعی همچنین می‌تواند شیوه حکمرانی را بهبود دهد. تحلیل داده می‌تواند در مدیریت آب، انرژی، حمل‌ونقل، سلامت و بودجه کمک کند. خدمات عمومی می‌توانند ساده‌تر و پاسخ‌گوتر شوند. شهروند ممکن است به جای رفت‌وآمد اداری، پاسخ و خدمت مورد نیاز را سریع دریافت کند.

این کاربرد می‌تواند بار توجه مردم را کاهش دهد. دولت کارآمد با کمک فناوری می‌تواند فرایندها را کوتاه و اطلاعات را روشن سازد. اما خطر آن است که دولت به بهانه کارآمدی، داده بیشتری جمع‌آوری و اختیار بیشتری به سامانه‌های غیرشفاف واگذار کند.

کارآمدی ارزش مهمی است، اما نباید بر حقوق غلبه کند. سامانه‌ای ممکن است سریع تصمیم بگیرد، اما اگر شهروند نداند بر چه اساسی رد شده یا چگونه اعتراض کند، عدالت آسیب می‌بیند.

هیچ تصمیم مهم درباره آزادی، شغل، اعتبار یا حقوق شهروندی نباید صرفاً به خروجی الگوریتم واگذار شود. انسان مسئول باید تصمیم را بررسی و پاسخگو باشد. حق توضیح و اعتراض باید بخشی از هر نظام هوشمند عمومی باشد.

سوگیری در داده‌ها می‌تواند بی‌عدالتی گذشته را بازتولید کند. اگر داده تاریخی نشان دهد گروهی کمتر استخدام یا بیشتر بازداشت شده، سامانه ممکن است همان الگو را به عنوان واقعیت طبیعی یاد بگیرد. فناوری ظاهر بی‌طرف دارد، اما گذشته نابرابر را در خود حمل می‌کند.

از این رو، عدالت الگوریتمی تنها مسئله فنی نیست. نیازمند تصمیم اخلاقی درباره معیار، داده و پیامد است. چه میزان خطا قابل قبول است؟ خطا بر دوش چه کسی می‌افتد؟ آیا گروه آسیب‌پذیر هزینه بیشتری می‌پردازد؟

جامعه باید بتواند این پرسش‌ها را در فضای عمومی مطرح کند. تصمیم درباره هوش مصنوعی نباید تنها در دست مهندسان، شرکت‌ها یا دولت باشد. فلسفه، حقوق، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و تجربه شهروندان نیز باید در طراحی و قانون‌گذاری حضور داشته باشند.

یکی از خطرهای عصر هوش مصنوعی آن است که انسان به دلیل پیچیدگی فنی از پرسش اخلاقی عقب‌نشینی کند. گفته می‌شود موضوع تخصصی است و مردم نمی‌توانند درباره آن داوری کنند. اما هدف و پیامد فناوری مسائل عمومی‌اند، حتی اگر جزئیات فنی تخصصی باشند.

همان‌گونه که شهروند لازم نیست مهندس پل باشد تا درباره محل و بودجه آن نظر دهد، لازم نیست برنامه‌نویس باشد تا درباره حدود نظارت و داده تصمیم بگیرد. متخصص باید پیچیدگی را توضیح دهد، نه اینکه آن را سپری در برابر پاسخ‌گویی سازد.

حاکمیت بر توجه در عصر هوش مصنوعی به حق دانستن دلیل پیشنهادها نیز مربوط است. چرا این خبر، ویدیو، محصول یا پاسخ به من نمایش داده شد؟ چه اطلاعاتی درباره من در این انتخاب نقش داشت؟ آیا امکان انتخاب روش دیگری وجود دارد؟

شفافیت کامل الگوریتمی همیشه ممکن یا مفید نیست. سامانه‌های پیچیده را نمی‌توان با یک جمله توضیح داد. اما می‌توان هدف، منابع داده، منافع تجاری و گزینه‌های کنترلی را روشن‌تر کرد. کاربر نباید در برابر سیستمی کاملاً ناشناخته و غیرقابل اعتراض قرار گیرد.

حق خاموش کردن شخصی‌سازی نیز مهم است. انسان باید بتواند گاه جهان را بدون آنکه براساس گذشته‌اش برای او تنظیم شده باشد ببیند. کشف تصادفی، برخورد با دیدگاه تازه و تجربه مشترک عمومی ارزش‌هایی‌اند که شخصی‌سازی کامل آنها را کاهش می‌دهد.

دستیار هوشمند مسئول باید گاه کاربر را با تفاوت روبه‌رو کند، نه آنکه همیشه مشابه گذشته را عرضه نماید. باید بتواند بگوید منابع معتبر دیدگاه دیگری نیز دارند یا این پاسخ با عدم قطعیت همراه است.

عدم قطعیت باید به جای ضعف، بخشی از صداقت فناوری باشد. سامانه‌ای که همیشه با قطعیت پاسخ می‌دهد اعتماد کاذب می‌سازد. انسان حق دارد بداند پاسخ تا چه اندازه مطمئن و چه بخشی از آن نیازمند بررسی است.

این اصل در تصمیم‌های پزشکی، حقوقی و مالی اهمیت ویژه دارد. هوش مصنوعی می‌تواند اطلاعات و گزینه‌ها را سازمان دهد، اما نباید جای مسئولیت انسانی و مشاوره تخصصی را پنهانی بگیرد.

آینده توجه همچنین به این بستگی دارد که هوش مصنوعی چه مقدار از فرایند انتخاب را به عهده می‌گیرد. انسان ممکن است انتخاب موسیقی، خبر، مسیر، غذا، خرید، شریک عاطفی و حتی تصمیم‌های شغلی را به سامانه بسپارد. این کار راحتی زیادی ایجاد می‌کند.

اما توان انتخاب مانند هر توان دیگری با استفاده نکردن ممکن است ضعیف شود. اگر سامانه همیشه پیش از ما تصمیم بگیرد، آیا هنوز می‌دانیم چه می‌خواهیم؟ آیا ترجیح ما مستقل از پیشنهاد باقی می‌ماند؟

راحتی همیشه آزادی نیست. گاه راحتی به معنای واگذاری تصمیم است. واگذاری برخی تصمیم‌های کم‌اهمیت منطقی است، اما انسان باید بداند کدام انتخاب‌ها در شکل دادن به شخصیت و زندگی او اهمیت دارند.

حاکمیت بر توجه به معنای آن نیست که انسان همه کارها را خود انجام دهد. تقسیم کار و ابزار بخشی از تمدن‌اند. مسئله، حفظ آگاهی و حق بازپس‌گیری کنترل است. انسان باید بتواند بداند چه چیزی را واگذار کرده، نتیجه را بررسی نماید و در صورت نیاز مسیر را تغییر دهد.

هوش مصنوعی می‌تواند به حاکمیت بر توجه کمک نیز بکند. می‌تواند اعلان‌های غیرضروری را محدود، زمان تمرکز را حفظ و الگوهای پراکندگی را به فرد نشان دهد. می‌تواند به جای افزایش مصرف، در رسیدن به هدف و خروج از سامانه کمک کند.

دستیار می‌تواند بپرسد آیا هنوز می‌خواهی این بحث را ادامه دهی، آیا این خبر با هدف امروزت مرتبط است یا اکنون زمان استراحت است. اما چنین طراحی‌ای تنها زمانی شکل می‌گیرد که موفقیت ابزار با رفاه انسان سنجیده شود، نه صرفاً با زمان حضور و درآمد تبلیغاتی.

مدل اقتصادی تعیین‌کننده است. اگر درآمد سامانه به ماندن بیشتر کاربر وابسته باشد، حتی هوش مصنوعی‌ای که ظاهراً برای کمک طراحی شده، انگیزه‌ای برای حفظ توجه خواهد داشت. اگر کاربر هزینه خدمت را مستقیم بپردازد، امکان هم‌سویی بیشتر منافع وجود دارد، هرچند این مدل نیز مسئله دسترسی و نابرابری را ایجاد می‌کند.

جامعه باید درباره هزینه واقعی خدمات رایگان صادق باشد. وقتی پول پرداخت نمی‌شود، ممکن است توجه، داده و قابلیت تأثیرپذیری کاربر به منبع درآمد تبدیل شوند. رایگان بودن ظاهری نباید رابطه اقتصادی را پنهان کند.

در عین حال، فناوری‌های مفید نباید تنها در اختیار ثروتمندان باشند. اگر ابزارهای آموزشی و حرفه‌ای هوش مصنوعی نابرابر توزیع شوند، شکاف دانشی و اقتصادی عمیق‌تر خواهد شد. برخی افراد توان خود را چند برابر می‌کنند و دیگران از رقابت عقب می‌مانند.

عدالت در عصر هوش مصنوعی نیازمند دسترسی عمومی به آموزش، زیرساخت و ابزارهای پایه است. اما دسترسی کافی نیست. مردم باید مهارت استفاده، بررسی و حفظ استقلال خود را نیز داشته باشند.

سواد هوش مصنوعی باید بخشی از آموزش شهروندی شود. دانش آموز و بزرگسال باید بدانند مدل چگونه از داده می آموزد، چرا خطا می کند و چگونه می تواند برای اقناع استفاده شود. هدف تربیت همه مردم به عنوان متخصص فنی نیست؛ هدف آن است که فناوری برای آنان جادویی و غیرقابل پرسش نباشد.

انسان باید بتواند تفاوت میان پاسخ تولیدشده و حقیقت تأییدشده را بفهمد. بداند که سامانه ممکن است با اطمینان اشتباه کند. بداند که خروجی آن تحت تأثیر داده و طراحی است.

این سواد باید با اخلاق همراه باشد. امکان تولید سریع محتوا مسئولیت انتشار را کاهش نمی دهد. فرد باید بداند استفاده از تصویر و صدای دیگری بدون رضایت چه پیامدی دارد. باید میان کمک گرفتن و فریب دادن تفاوت بگذارد.

در سیاست، اعلام استفاده از محتوای مصنوعی باید الزامی باشد. رأی دهنده حق دارد بداند با تصویر واقعی یا تولیدشده روبه روست. پنهان کردن منشأ محتوا نوعی فریب در فرایند دموکراتیک است.

احزاب و نامزدها باید درباره استفاده از داده و شخصی سازی تبلیغات شفاف باشند. برخی روش های اقناع پنهان ممکن است نیازمند محدودیت قانونی باشند، به ویژه هنگامی که از ویژگی های حساس روانی یا شخصی بهره می گیرند.

هوش مصنوعی نباید به ابزاری برای دور زدن فضای عمومی تبدیل شود. وعده های سیاسی باید قابل مشاهده و مقایسه باشند. جامعه باید بداند هر نامزد با گروه های مختلف چگونه سخن گفته است.

در روابط بین المللی، هوش مصنوعی به میدان رقابت قدرت ها تبدیل خواهد شد. کشورها نه تنها برای توسعه اقتصادی و نظامی، بلکه برای کنترل روایت و توجه جهانی از آن استفاده خواهند کرد. ترجمه، تولید محتوا و عملیات نفوذ می توانند در مقیاسی بی سابقه انجام شوند.

کشوری که زیرساخت رسانه ای و سواد عمومی ضعیفی دارد، در برابر این عملیات آسیب پذیرتر خواهد بود. ایران آینده باید امنیت اطلاعاتی را بخشی از حاکمیت ملی بداند، اما آن را با انحصار حکومتی اشتباه نگیرد.

امنیت اطلاعاتی دموکراتیک بر اعتماد، شفافیت و جامعه آگاه تکیه دارد. حکومت اقتدارگرا برای مقابله با نفوذ، اطلاعات را محدود می کند؛ دولت آزاد توان شهروند برای تشخیص و بررسی را افزایش می دهد.

هیچ دیواری نمی تواند همه اطلاعات زیان بار را مسدود کند. جامعه ای مقاوم بهتر از جامعه ای منزوی می تواند با فریب مقابله نماید. مقاومت از تنوع منابع، رسانه مستقل و اعتماد به نهادهای پاسخ گو حاصل می شود.

هوش مصنوعی همچنین می تواند به حفظ زبان و فرهنگ فارسی کمک کند. ترجمه، آرشو، آموزش و دسترسی به آثار می توانند گسترش یابند. متون پراکنده و فراموش شده امکان بازیابی و تحلیل پیدا می کنند.

اما خطر یکنواختی فرهنگی نیز وجود دارد. اگر مدل‌ها بیشتر از زبان‌ها و فرهنگ‌های غالب تغذیه شوند، ممکن است ظرافت‌های فارسی و تجربه ایرانی را سطحی یا کلیشه‌ای بازنمایی کنند. فناوری می‌تواند زبان را گسترش دهد یا به تدریج آن را به الگوهای استاندارد و کم‌عمق کاهش دهد.

حفظ تنوع فرهنگی نیازمند تولید داده و محتوای باکیفیت به زبان فارسی است. نویسندگان، دانشگاه‌ها، رسانه‌ها و نهادهای فرهنگی باید فعالانه در ساخت منابع معتبر مشارکت کنند.

در غیر این صورت، نسل آینده ممکن است جهان را از طریق مدل‌هایی ببیند که شناخت محدودی از تاریخ، زبان و حساسیت‌های ایران دارند. وابستگی فناورانه می‌تواند به وابستگی شناختی تبدیل شود.

این مسئله برای ایرانیان خارج کشور نیز مهم است. هوش مصنوعی می‌تواند ارتباط نسل‌های تازه با زبان فارسی را آسان‌تر سازد. ترجمه و آموزش شخصی‌سازی شده می‌توانند فاصله زبانی را کاهش دهند. اما اگر زبان تنها به ترجمه ماشینی سپرده شود، پیوند عاطفی و فرهنگی آن ممکن است ضعیف بماند.

زبان فقط ابزار انتقال اطلاعات نیست؛ حافظه، احساس و شیوه دیدن جهان است. فناوری باید به حفظ این تجربه کمک کند، نه اینکه جای رابطه انسانی با زبان را بگیرد.

در سطح فردی، هوش مصنوعی می‌تواند به انسان کمک کند افکارش را سازمان دهد و پرسش‌های تازه ببیند. اما خطر آن است که صدای ماشین به تدریج جای صدای درونی را بگیرد. فرد ممکن است پیش از آنکه خود بیندیشد، از سامانه بخواهد نظرش را شکل دهد.

این کتاب نیز با همین پرسش روبه‌روست. استفاده از هوش مصنوعی برای نظم دادن به اندیشه، گسترش زبان و پیوند دادن مفاهیم می‌تواند همکاری خلاقانه‌ای باشد. اما اندیشه انسانی نباید به خروجی ماشینی تقلیل یابد.

ارزش نوشته در آن نیست که چه کسی نخستین جمله را تایپ کرده است؛ در صداقت تجربه، مسئولیت معنا و قضاوت نویسنده قرار دارد. هوش مصنوعی می‌تواند آینه، ابزار و همکار باشد، اما نباید صاحب هدف و وجدان اثر شود.

انسان باید همچنان پرسد آیا این سخن واقعاً با تجربه و باور من هماهنگ است؟ آیا آن را می‌فهمم و مسئولیتش را می‌پذیرم؟ اگر نتواند از نوشته دفاع یا آن را اصلاح کند، ابزار به جای گسترش توان، جای او را گرفته است.

همکاری سالم با هوش مصنوعی شبیه همکاری با ویراستار، پژوهشگر یا دستیار است. انسان جهت، ارزش و تصمیم‌نهایی را حفظ می‌کند. ابزار امکان‌های بیشتری نشان می‌دهد، اما انتخاب با اوست.

این اصل می‌تواند الگویی برای کل رابطه ما با فناوری باشد. هدف تسلط کامل انسان بر ماشین نیست، زیرا سامانه‌ها پیچیده و خودکار خواهند بود. هدف، حفظ حاکمیت انسانی بر مقصد، معیار و حدود استفاده است.

حاکمیت انسانی به ساختارهای جمعی نیاز دارد. فرد به تنهایی نمی‌تواند قراردادهای الگوریتم‌ها و قدرت شرکت‌های بزرگ را کنترل کند. قانون، نظارت مستقل و همکاری بین‌المللی ضروری‌اند.

حقوق بنیادین باید در عصر هوش مصنوعی بازتفسیر شوند. حریم خصوصی، آزادی بیان، منع تبعیض و حق اعتراض همچنان معتبرند، اما شکل اجرای آنها تغییر می‌کند. حق بر توضیح، حق بر تصمیم انسانی و حق بر عدم دستکاری پنهان باید جدی گرفته شوند.

ممکن است در آینده از «حق شناختی» سخن گفته شود: حق انسان برای حفاظت از فرایندهای ذهنی و استقلال تصمیم. همان‌گونه که بدن بدون رضایت نباید موضوع آزمایش باشد، ذهن نیز نباید بدون آگاهی فرد هدف آزمایش و اقناع پنهان قرار گیرد.

شرکت‌ها اکنون به‌طور مداوم طرح‌ها، پیام‌ها و محرک‌های مختلف را بر کاربران آزمایش می‌کنند. این آزمایش‌ها ممکن است کوچک به نظر برسند، اما در مقیاس میلیون‌ها نفر بر رفتار اجتماعی اثر دارند. مرز میان بهبود محصول و آزمایش روانی باید روشن‌تر شود.

رضایت عمومی و نظارت اخلاقی در مواردی که پیامدهای گسترده دارند ضروری است. انسان نباید صرفاً به دلیل استفاده از خدمت، همه حقوق شناختی خود را واگذار کند.

آینده ممکن است ابزارهایی مستقیم‌تر برای اثرگذاری بر ذهن ایجاد کند. رابط‌های مغز و رایانه، واقعیت افزوده و سامانه‌های پوشیدنی مرز میان محیط و ادراک را کمتر خواهند کرد. در چنین جهانی، حفاظت از توجه از صفحه فراتر می‌رود.

اگر اطلاعات دائماً در میدان دید، صدا یا حتی ارتباط عصبی حضور داشته باشند، حق خاموش کردن اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. انسان باید بتواند از اتصال فاصله بگیرد و فضایی خارج از شبکه داشته باشد.

حق قطع ارتباط ممکن است به یکی از حقوق مهم آینده تبدیل شود. همان‌گونه که کارگر حق استراحت دارد، شهروند نیز باید حق داشته باشد برای مدتی از پیام، نظارت و پاسخ‌گویی دیجیتال آزاد باشد.

آینده مطلوب آن نیست که انسان و ماشین از یکدیگر جدا شوند. چنین جدایی‌ای ممکن و لازم نیست. آینده مطلوب زمانی شکل می‌گیرد که فناوری توان انسان را گسترش دهد، بی‌آنکه هدف و اختیار او را تصاحب کند.

هوش مصنوعی می‌تواند حافظه، تحلیل و دسترسی را تقویت کند. اما انسان باید همچنان انتخاب کند چه چیزی ارزش به خاطر سپردن، اندیشیدن و انجام دادن دارد. ماشین می‌تواند گزینه‌ها را نشان دهد؛ معنا را نمی‌تواند به جای انسان زندگی کند.

معنا از تجربه محدود، رابطه، رنج، محبت و مسئولیت انسانی پدید می‌آید. سامانه می‌تواند درباره آنها سخن بگوید، اما خود در آنها زندگی نمی‌کند. این تفاوت نباید به کوچک شمردن فناوری یا بزرگ‌نمایی رازآلود انسان تبدیل شود؛ باید مرز مسئولیت را روشن کند.

ماشین ممکن است بهتر پیش‌بینی کند، اما انسان باید تصمیم بگیرد چه آینده‌ای مطلوب است. ماشین می‌تواند بهره‌وری را افزایش دهد، اما جامعه باید بگوید افزایش بهره‌وری برای چه هدفی استفاده شود. ماشین می‌تواند توجه را هدایت کند، اما انسان باید حق داشته باشد جهت نهایی را انتخاب کند.

در ایران آینده، سیاست هوش مصنوعی باید از آغاز بر همین اصل بنا شود. کشور نباید تنها مصرف‌کننده فناوری‌های ساخته‌شده در نظام‌های دیگر باشد. باید توان علمی، حقوقی و اخلاقی خود را برای طراحی و ارزیابی این ابزارها توسعه دهد.

دانشگاه‌ها باید رشته‌ها و مراکز میان‌رشته‌ای ایجاد کنند که فناوری را با حقوق، اخلاق و سیاست عمومی پیوند دهند. دولت باید استانداردهای شفاف برای استفاده از هوش مصنوعی در خدمات عمومی داشته باشد. جامعه مدنی و رسانه‌ها نیز باید امکان بررسی و نقد را حفظ کنند.

استفاده امنیتی از هوش مصنوعی باید محدود و تحت نظارت جدی باشد. تجربه جمهوری اسلامی نشان داده است که ابزارهای امنیتی بدون پاسخ‌گویی چگونه می‌توانند علیه مردم به کار روند. ایران آزاد نباید همان زیرساخت را با نام و پرچمی تازه ادامه دهد.

داده‌های جمع‌آوری‌شده توسط نظام پیشین باید با حساسیت فراوان مدیریت شوند. برخی داده‌ها ممکن است برای عدالت و بررسی جنایت‌ها ضروری باشند، اما می‌توانند برای انتقام، تبعیض یا نظارت تازه نیز استفاده شوند. دسترسی، نگهداری و حذف آنها باید تحت قانون و نظارت مستقل قرار گیرد.

فناوری دوران گذار باید اعتماد بسازد، نه ترس. هر سامانه جدید باید به‌روشنی توضیح دهد چه داده‌ای می‌گیرد و چه اختیاری دارد. شهروند باید تفاوت نظام تازه را در همین جزئیات تجربه کند.

دولت می‌تواند از هوش مصنوعی برای ساده کردن خدمات و کاهش فساد استفاده کند. فرایندهای روشن و خودکار می‌توانند قدرت مأمور برای اعمال سلیقه را کاهش دهند. اما خودکار شدن بدون امکان اعتراض، نوع دیگری از بی‌عدالتی خواهد ساخت.

هر خدمت عمومی باید مسیر انسانی برای حل خطا داشته باشد. شهروند نباید میان اداره‌ای فاسد و سامانه‌ای بی‌پاسخ یکی را انتخاب کند. فناوری باید شفافیت و مسئولیت را افزایش دهد.

در آموزش عمومی، هوش مصنوعی می‌تواند شکاف میان مناطق و طبقات را کاهش دهد، اگر زیرساخت و زبان مناسب فراهم شود. دانش‌آموز در منطقه محروم می‌تواند به منابع و تمرین‌هایی دسترسی پیدا کند که پیش‌تر در اختیار مدارس ثروتمند بود.

اما اگر اینترنت، ابزار و آموزش استفاده نابرابر باشند، همان فناوری شکاف را بیشتر خواهد کرد. عدالت دیجیتال باید بخشی از برنامه توسعه ملی باشد.

هوش مصنوعی می‌تواند به بازسازی اسناد، آرشیوها و حافظه تاریخی ایران نیز کمک کند. میلیون‌ها صفحه متن، تصویر و صدای پراکنده می‌توانند سازمان‌دهی و قابل جست‌وجو شوند. این امکان برای شناخت تاریخ و پاسخ‌گویی قدرت ارزشمند است.

اما الگوریتم نباید تعیین‌کننده نهایی معنای تاریخ باشد. طبقه‌بندی و خلاصه‌سازی می‌توانند خطا یا سوگیری داشته باشند. پژوهشگر انسانی باید زمینه، سکوت‌ها و پیچیدگی را حفظ کند.

حافظه ملی نباید به مجموعه‌ای از پاسخ‌های فوری کاهش یابد. تاریخ نیازمند روایت، اختلاف و بازنگری است. هوش مصنوعی می‌تواند در یافتن سند کمک کند، اما نباید جای گفت‌وگوی تاریخی را بگیرد.

در عرصه فرهنگ، فناوری می‌تواند آثار ایرانی را به جهان معرفی و ارتباط میان داخل و خارج را آسان کند. هنرمند می‌تواند با هزینه کمتر تولید و توزیع نماید. اما بازار جهانی ممکن است او را به سمت قالب‌هایی هدایت کند که بیشتر دیده می‌شوند و فرهنگ را به تصویرهایی ساده و قابل فروش کاهش دهد.

حاکمیت فرهنگی به معنای انزوا نیست. به معنای توان حضور در جهان بدون از دست دادن پیچیدگی و صدای خود است. هنرمند ایرانی باید بتواند از ابزار جهانی استفاده کند، بی‌آنکه مجبور شود تجربه خود را مطابق کلیشه‌های بازار بازسازی نماید.

در نهایت، هوش مصنوعی آزمونی برای بلوغ انسان است. فناوری به ما نشان می‌دهد آیا آزادی را صرفاً توان انجام سریع‌تر کار می‌دانیم یا توان انتخاب هدف. آیا دانایی را فراوانی پاسخ می‌دانیم یا کیفیت پرسش و قضاوت.

ممکن است ماشین بسیاری از کارهایی را که زمانی نشانه هوش انسانی می‌دانستیم انجام دهد. این تحول ما را وادار می‌کند ارزش انسان را دوباره تعریف کنیم. اگر ارزش ما تنها در سرعت محاسبه و تولید باشد، ماشین می‌تواند تهدیدی وجودی به نظر برسد. اما اگر انسان را موجودی مسئول، رابطه‌مند و معناجو بدانیم، فناوری به ابزاری نیرومند اما محدود تبدیل می‌شود.

این به معنای اطمینان ساده‌لوحانه نیست. قدرت اقتصادی و سیاسی هوش مصنوعی واقعی است. ممکن است مشاغل، نهادها و روابط را به شدت تغییر دهد. اما ترس نباید پرسش اخلاقی را به پذیرش منفعلانه تبدیل کند.

آینده از پیش تعیین نشده است. تصمیم‌های امروز درباره مدل اقتصادی، قانون، آموزش و طراحی مسیر آن را شکل می‌دهند. اگر جامعه تنها پس از گسترش کامل فناوری واکنش نشان دهد، بسیاری از عادات و منافع تثبیت خواهند شد.

حاکمیت بر توجه باید از آغاز در طراحی هوش مصنوعی حضور داشته باشد. سامانه باید برای هدف کاربر کار کند، نه برای نگه داشتن او. باید امکان خروج، سکوت، بررسی و مخالفت فراهم سازد. نباید از ضعف روانی و اطلاعات خصوصی برای اقناع پنهان استفاده کند.

شفافیت، مسئولیت، حق انتخاب و عدالت باید اصولی بنیادی باشند، نه ویژگی‌هایی جانبی که پس از اعتراض مردم اضافه شوند. فناوری مسئولانه از ابتدا انسان را صاحب حق می‌بیند، نه منبع داده و توجه.

در سطح فردی نیز باید رابطه‌ای آگاهانه با هوش مصنوعی ساخت. انسان می‌تواند از آن برای یادگیری، نوشتن و سازمان‌دهی استفاده کند، اما باید زمان‌هایی را برای اندیشیدن بدون آن حفظ نماید. پیش از پرسیدن از ماشین، گاه باید از خود بپرسد.

این مکث به انسان کمک می‌کند بداند چه چیزی را واقعاً نمی‌داند و چه چیزی را تنها نمی‌خواهد دشواری‌اش را تحمل کند. پاسخ فوری همیشه بهترین پاسخ نیست. برخی پرسش‌ها برای رشد شخصیت باید مدتی بی‌پاسخ بمانند.

همچنین باید تجربه‌های انسانی را که قابل واگذاری نیستند حفظ کرد. دوستی، مراقبت، سوگ، عشق و مسئولیت را نمی‌توان تنها به اطلاعات و پیشنهاد کاهش داد. ابزار می‌تواند کمک کند، اما نباید جای حضور انسانی را بگیرد.

جامعه‌ای که کارآمدترین پاسخ را دارد اما انسان‌ها در آن شنیده نمی‌شوند، جامعه‌ای آزاد و سالم نیست. توجه انسانی همچنان ارزشی دارد که با سرعت و دقت ماشینی قابل جایگزینی نیست.

توجه انسان به دیگری فقط پردازش اطلاعات نیست. اعلام این است که تو برای من اهمیت داری. ماشین می‌تواند کلمات مناسب تولید کند، اما رابطه اخلاقی از مسئولیت و آسیب‌پذیری متقابل سرچشمه می‌گیرد.

از این رو، هوش مصنوعی باید زمان انسان را برای انسان آزاد کند، نه اینکه همه روابط را با نسخه‌ای مصنوعی جایگزین سازد. اگر فناوری کارهای تکراری را کاهش دهد اما زمان آزادشده دوباره در جریان محتوای ماشینی مصرف شود، فرصت تاریخی از دست رفته است.

می‌توان جهانی را تصور کرد که در آن هوش مصنوعی به انسان کمک می‌کند کمتر درگیر اداره و جست‌وجوی پراکنده باشد و بیشتر به خانواده، دانش، هنر و جامعه توجه کند. اما می‌توان جهانی دیگر را نیز تصور کرد که در آن هر لحظه با پیام و پیشنهاد کاملاً شخصی‌شده پر شده و انسان دیگر نمی‌داند کدام خواسته از خودش آغاز شده است.

تفاوت این دو آینده در خود فناوری نیست؛ در ارزش‌ها، قوانین و انتخاب‌هایی است که پیرامون آن می‌سازیم.

هوش مصنوعی می‌تواند خدمتگزار حاکمیت بر توجه باشد یا پایان آن. می‌تواند دروازه‌بان ذهن را تقویت کند یا خود به دروازه‌بانی تبدیل شود که صاحب خانه را کنار می‌زند.

آینده آزادی به این بستگی دارد که انسان چه کسی را صاحب تصمیم‌نهایی بداند. شرکت، دولت، الگوریتم یا خود شهروند؟

اگر هوش مصنوعی به ما بگوید چه چیزی را بخوانیم، چه کسی را باور کنیم، از چه چیزی بترسیم و چه آینده‌ای بخواهیم، بی‌آنکه بتوانیم فرایند آن را ببینیم و به چالش بکشیم، قدرتی تازه و بی‌سابقه شکل گرفته است.

اما اگر همین فناوری به ما کمک کند از انبوه اطلاعات عبور کنیم، دروغ را بهتر بشناسیم، دانش را گسترش دهیم و زمان بیشتری برای اندیشیدن و زندگی کردن به دست آوریم، می‌تواند یکی از بزرگ‌ترین ابزارهای رهایی انسان باشد.

هیچ‌یک از این دو مسیر اجتناب‌ناپذیر نیست.

انتخاب هنوز ممکن است.

اما این انتخاب تنها یک بار و در لحظه خرید یا استفاده انجام نمی‌شود. در قانون، آموزش، طراحی، مدل کسب‌وکار و عادت‌های روزانه تکرار می‌شود. هر تصمیم کوچک مشخص می‌کند فناوری در خدمت توجه انسان قرار می‌گیرد یا توجه انسان در خدمت فناوری.

فصل‌های پیشین نشان دادند که توجه چگونه به سرمایه، کالا و قدرت تبدیل شده است. در این فصل دیدیم که هوش مصنوعی می‌تواند این فرایند را به مرحله‌ای تازه ببرد: مرحله‌ای که در آن پیام نه فقط برای جمعیت، بلکه برای ذهن هر فرد ساخته می‌شود. در این جهان، دفاع از آزادی تنها با حفاظت از انتخابات، رسانه و خیابان کامل نمی‌شود. باید از فضای درونی انسان نیز حفاظت کرد؛ فضایی که در آن خواسته، داوری و تصمیم شکل می‌گیرند.

حق انسان بر ذهن خود، شاید به یکی از بنیادی‌ترین حقوق قرن بیست‌ویکم تبدیل شود.

فصل آینده به لایه نهایی این بحث خواهد پرداخت: معماری جامعه‌ای که در آن حاکمیت بر توجه نه صرفاً انتخابی فردی، بلکه اصلی در آموزش، فناوری، اقتصاد و حکومت باشد. چگونه می‌توان جامعه‌ای ساخت که به جای مصرف کردن ذهن مردم، آن را پرورش دهد؟ چگونه می‌توان آزادی توجه را به حق، نهاد و فرهنگ تبدیل کرد؟

هوش مصنوعی در برابر ما ایستاده و می‌پرسد: آیا می‌خواهید من به شما کمک کنم بهتر انتخاب کنید، یا می‌خواهید انتخاب کردن را به من بسپارید؟

پاسخ به این پرسش، آینده فناوری را تعیین نخواهد کرد؛ آینده انسان را تعیین خواهد نمود.

فصل دهم

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

اگر توجه نخستین قلمرو آزادی انسان است، حفاظت از آن نمی‌تواند تنها مسئولیتی فردی باقی بماند. فرد می‌تواند اعلان‌های تلفن خود را خاموش کند، زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی را کاهش دهد، منابع خبری خود را با دقت برگزیند و برای مطالعه، سکوت و گفت‌وگو مرزهایی بسازد؛ اما اگر مدرسه، بازار، فناوری، رسانه و حکومت همگی بر تصرف هرچه بیشتر توجه بنا شده باشند، مقاومت فردی همواره محدود و فرساینده خواهد بود.

انسان در خلأ انتخاب نمی‌کند. معماری محیط بر رفتار او اثر می‌گذارد. خیابان، مدرسه، نرم‌افزار، اداره، رسانه و قانون همگی برخی انتخاب‌ها را آسان و برخی دیگر را دشوار می‌کنند. جامعه‌ای که می‌خواهد انسان آزاد داشته باشد، باید آزادی را تنها در شعار و قانون اساسی تعریف نکند؛ باید آن را در طراحی زندگی روزمره نیز قابل تجربه سازد.

معماری جامعه آزاد به این معنا نیست که دولت جای فرد تصمیم بگیرد چه چیزی برای او خوب است. چنین رویکردی می‌تواند به شکل تازه‌ای از پدرسالاری و نظام آقا بالاسری و کنترل تبدیل شود. جامعه آزاد باید امکان انتخاب آگاهانه را افزایش دهد، نه اینکه انتخابی تازه را به جای انتخاب پیشین تحمیل کند. هدف آن نیست که مردم به چیزی که حکومت، متخصص یا نخبگان درست می‌دانند توجه کنند؛ هدف آن است که هیچ قدرتی نتواند پنهانی و بدون پاسخ‌گویی میدان توجه آنان را در اختیار بگیرد.

در چنین جامعه‌ای، توجه به عنوان منبعی محدود و ارزشمند شناخته می‌شود. همان‌گونه که آب، هوا، زمان کار و سلامت عمومی موضوع سیاست و قانون‌اند، شرایطی که ذهن انسان در آن شکل می‌گیرد نیز اهمیت عمومی پیدا می‌کند. این شناخت نقطه آغاز تحول است، زیرا تا زمانی که توجه صرفاً مسئله‌ای شخصی تلقی شود، شرکت‌ها و نهادهای قدرتمند می‌توانند تمام مسئولیت پیامدهای طراحی خود را بر دوش فرد بگذارند.

به کاربر گفته می‌شود کنترل خود را بیشتر کن، به والدین گفته می‌شود مراقب فرزندان باشید، به کارمند گفته می‌شود تمرکزتان را افزایش دهید و به شهروند گفته می‌شود در برابر شایعه هوشیار باشید. همه این توصیه‌ها درست‌اند، اما پرسش بزرگ‌تر بی‌پاسخ می‌ماند: چرا محیط به شکلی طراحی شده است که انسان برای انجام رفتاری عادی و سالم باید هر روز با ده‌ها سازوکار حرفه‌ای جلب توجه مبارزه کند؟

جامعه‌ای که تنها از فرد انتظار مقاومت دارد، نابرابری قدرت را نادیده می‌گیرد. در یک سوی میدان، انسانی قرار دارد که خسته، گرفتار و دارای ظرفیت محدود است. در سوی دیگر، شرکت‌ها، دولت‌ها و سامانه‌هایی قرار دارند که از روان‌شناسی، داده، آزمایش و سرمایه برای شناخت و هدایت رفتار او استفاده می‌کنند. آزادی واقعی مستلزم آن است که قواعد بازی نیز عادلانه‌تر شوند.

نخستین اصل معماری جامعه آزاد، حق انسان بر آگاهی از نیروهایی است که می‌کوشند بر او اثر بگذارند. تبلیغ باید قابل تشخیص باشد، حمایت مالی باید آشکار شود، محتوای سیاسی نباید در پوشش رابطه شخصی یا خبری طرف پنهان گردد و کاربر باید بداند چرا پیام مشخصی به او نمایش داده شده است.

اترگداری پنهان آزادی را تضعیف می کند، زیرا انسان نمی تواند درباره چیزی که وجودش را نمی داند تصمیم بگیرد. اقناع آشکار بخشی طبیعی از زندگی اجتماعی است. فرد می داند فروشنده می خواهد کالایی بفروشد و سیاستمدار می خواهد رأی بگیرد. اما وقتی انگیزه پیام، منبع مالی یا روش هدف گیری پنهان باشد، مخاطب در صحنه ای شرکت می کند که قواعد آن را نمی بیند.

شفافیت به تنهایی کافی نیست. گاه اطلاعات به صورت قانونی ارائه می شوند، اما در انبوهی از متن های طولانی و پیچیده پنهان اند. رضایت نامه ای که هیچ انسان عادی آن را نمی خواند، نمونه ای از شفافیت ظاهری است. جامعه آزاد باید نه فقط انتشار اطلاعات، بلکه قابل فهم بودن آن را نیز مطالبه کند.

حق آگاهی باید به حق انتخاب واقعی پیوند بخورد. اگر کاربر تنها می تواند میان پذیرفتن همه شرایط و محروم شدن کامل از خدمت انتخاب کند، رضایت او محدود است. برخی خدمات دیجیتال چنان در آموزش، کار و ارتباط ضروری شده اند که ترک آنها هزینه ای بسیار بالا دارد. در چنین شرایطی، قرارداد خصوصی به تنهایی نمی تواند همه مسئولیت اخلاقی را حل کند.

دومین اصل، حق انسان بر سکوت و عدم دسترسی دائمی است. جامعه مدرن به تدریج این تصور را ساخته است که انسان خوب، کارمند خوب، دوست خوب و شهروند مسئول باید همیشه قابل دسترس باشد. پاسخ دیر هنگام می تواند نشانه بی احترامی، ضعف حرفه ای یا بی تفاوتی تلقی شود.

اما حضور دائمی در دسترس دیگران، استقلال زمان را از میان می برد. انسان هرگز نمی تواند کاملاً وارد فعالیت شود، زیرا احتمال ورود درخواست تازه همواره وجود دارد. ذهن در حالت آماده باش باقی می ماند و بخشی از توجه را برای پاسخ احتمالی ذخیره می کند.

حق قطع ارتباط باید در فرهنگ و قانون جدی گرفته شود. کارمند باید بتواند خارج از ساعات کاری از پیام های غیر ضروری فاصله بگیرد. دانش آموز نباید شبانه روز زیر جریان تکلیف و اعلان مدرسه باشد. شهروند نیز باید بتواند بدون اجبار به حضور دائمی دیجیتال، از خدمات و حقوق پایه برخوردار شود.

حق قطع ارتباط به معنای بی مسئولیتی نیست. برخی حرفه ها و موقعیت ها نیازمند دسترسی اضطراری اند، اما اضطراب باید دقیق تعریف شود. هنگامی که همه چیز فوری نامیده شود، هیچ چیز واقعاً اولویت ندارد. جامعه باید میان ضرورت واقعی و فرهنگی که از بی نظمی خود فوریت می سازد تفاوت بگذارد.

سومین اصل، حق انسان بر حریم ذهنی است. حریم خصوصی معمولاً با اطلاعات شخصی، مکالمه یا مکان مرتبط دانسته می شود، اما عصر جدید نشان می دهد آنچه از این داده ها استنباط می شود نیز اهمیت دارد. سامانه ممکن است از رفتار عادی فرد درباره وضعیت روانی، گرایش سیاسی، آسیب پذیری مالی یا روابط او نتیجه گیری کند.

حتی اگر فرد این اطلاعات را مستقیماً اعلام نکرده باشد، مدل می تواند آنها را حدس بزند. بنابراین، حفاظت از داده نباید فقط به آنچه انسان آگاهانه ارائه می دهد محدود بماند. استنباط های حساس نیز می توانند به همان اندازه بر فرصت، اعتبار و آزادی او اثر بگذارند.

حریم ذهنی همچنین به این معناست که انسان نباید بدون آگاهی هدف آزمایش‌های رفتاری گسترده قرار گیرد. شرکت‌ها به‌طور مداوم شکل پیام، زمان اعلان و ترتیب محتوا را آزمایش می‌کنند. برخی از این آزمایش‌ها بخشی عادی از بهبود محصول‌اند، اما هنگامی که احساس، تصمیم سیاسی یا رفتار آسیب‌پذیرانه را هدف قرار می‌دهند، مرز اخلاقی تازه‌ای مطرح می‌شود.

در جامعه آزاد، ذهن انسان نباید آزمایشگاهی بی‌صاحب تلقی شود. همان‌گونه که پژوهش پزشکی نیازمند اصول اخلاقی است، آزمایش‌های گسترده رفتاری نیز باید با معیارهایی روشن‌تر ارزیابی شوند. مقیاس می‌تواند عملی به ظاهر کوچک را به مسئله‌ای عمومی تبدیل کند.

چهارمین اصل، حق دسترسی به حقیقت و زیرساخت‌های شناخت معتبر است. آزادی بیان بدون امکان تشخیص حقیقت ممکن است به هرج‌ومرج اطلاعاتی منجر شود. جامعه آزاد نباید حقیقت را از بالا تعیین کند، اما باید نهادها و روش‌هایی بسازد که ادعاها بتوانند بررسی شوند.

روزنامه‌نگاری مستقل، دانشگاه آزاد، دادگاه پاسخ‌گو، آرشیو عمومی، پژوهش علمی و امکان دسترسی به اسناد، بخش‌هایی از این زیرساخت‌اند. حقیقت در جامعه آزاد فرمانی واحد نیست؛ فرایندی است که در آن شواهد گردآوری، روش‌ها آشکار و خطاها اصلاح می‌شوند.

اعتماد به این نهادها نباید کور باشد. اعتماد سالم نتیجه شفافیت و پاسخ‌گویی است. رسانه‌ای که اشتباه خود را اصلاح می‌کند، دانشگاهی که تضاد منافع را اعلام می‌نماید و دولتی که داده خام را منتشر می‌سازد، امکان اعتماد انتقادی را افزایش می‌دهند.

در مقابل، نهادی که خود را فراتر از پرسش می‌داند، حتی اگر ادعای دفاع از حقیقت داشته باشد، به سوی همان منطق اقتدارگرا حرکت می‌کند. هیچ مرجع انسانی مصون از خطا نیست. قدرت حقیقت نه در بی‌خطایی افراد، بلکه در امکان اصلاح و بررسی عمومی قرار دارد.

پنجمین اصل، حق برخورداری از آموزش توجه است. انسان با توان توجه به دنیا می‌آید، اما نحوه استفاده، حفظ و هدایت آن نیازمند پرورش است. همان‌گونه که خواندن، نوشتن و حساب کردن آموزش داده می‌شوند، سواد توجه و سواد رسانه‌ای نیز باید بخشی از آموزش عمومی باشند.

دانش‌آموز باید بیاموزد چگونه منبع را بررسی کند، میان خبر و نظر تفاوت بگذارد، اثر احساس بر داوری را بشناسد و بداند چرا برخی پیام‌ها سریع‌تر منتشر می‌شوند. او باید درک کند که الگوریتم آنچه را می‌بیند انتخاب می‌کند و محبوب بودن محتوا الزاماً نشانه درست بودن آن نیست.

اما آموزش نباید فقط درباره خطرها باشد. کودک و نوجوان باید تجربه توجه عمیق را نیز به دست آورند. خواندن کتاب، ساختن پروژه، مشاهده طبیعت، یادگیری هنر و گفت‌وگوی طولانی، همگی شکل‌هایی از زندگی‌اند که ظرفیت ماندن را تقویت می‌کنند.

اگر مدرسه فقط به دانش آموز هشدار دهد کمتر به صفحه نگاه کند، اما خود آموزش را به جریان دائمی محتوای کوتاه و آزمون‌های سریع تبدیل سازد، پیام متناقضی می‌دهد. ساختار آموزش باید همان کیفیتی را نشان دهد که می‌خواهد در دانش آموز پرورش دهد.

معلم نیز نیازمند حمایت است. کلاس‌های پرجمعیت، فشار اداری و تغییر دائمی برنامه، توجه معلم را پراکنده می‌کنند. نمی‌توان از معلم انتظار داشت توجه عمیق شاگرد را پرورش دهد، در حالی که خود در ساختاری فرساینده کار می‌کند.

جامعه آزاد باید زمان و منزلت آموزش را به رسمیت بشناسد. تأثیر مدرسه همیشه فوری و قابل نمایش نیست. پرورش ذهن مستقل ممکن است سال‌ها بعد نتیجه دهد. سیاست‌گذاری‌ای که تنها نتایج کوتاه‌مدت و قابل اندازه‌گیری را می‌بیند، بخشی از مأموریت عمیق آموزش را از دست می‌دهد.

ششمین اصل، اقتصاد هماهنگ‌تر با رفاه توجه است. اقتصاد کنونی بسیاری از خدمات دیجیتال را بر پایه افزایش زمان حضور و واکنش بنا کرده است. تا زمانی که درآمد با نگر داشتن کاربر افزایش یابد، شرکت انگیزه‌ای قدرتمند برای طراحی وابستگی خواهد داشت.

این مسئله با توصیه اخلاقی به شرکت‌ها به‌تنهایی حل نمی‌شود. مدل‌های اقتصادی و مقررات باید تغییر کنند. امکان اشتراک مستقیم، پرداخت عمومی برای خدمات ضروری، رقابت‌پذیری بیشتر و محدودیت برخی روش‌های هدف‌گیری می‌توانند وابستگی به تبلیغات توجه‌محور را کاهش دهند.

هر مدل جایگزین نیز پیامدهای خود را دارد. خدمات پولی ممکن است نابرابری دسترسی ایجاد کنند و حمایت دولتی می‌تواند خطر نفوذ سیاسی داشته باشد. راه‌حل نهایی احتمالاً ترکیبی از مدل‌ها و نظارت‌های مختلف خواهد بود. مهم آن است که جامعه رابطه میان مدل درآمد و طراحی رفتار را ببیند.

بازار آزاد بدون اطلاعات و رقابت واقعی به آزادی مصرف‌کننده منجر نمی‌شود. اگر چند پلتفرم بزرگ بر ارتباط، خبر و تبلیغات مسلط باشند، خروج کاربر دشوار می‌شود. فرد ممکن است از شیوه عمل سامانه ناراضی باشد، اما به دلیل حضور دوستان، همکاران و خدمات ضروری نتواند آن را ترک کند.

قابلیت انتقال داده و ارتباط میان خدمات می‌تواند قدرت انتخاب را افزایش دهد. کاربر باید بتواند شبکه و محتوای خود را با هزینه کمتر منتقل کند. انحصار زمانی تقویت می‌شود که تمام رابطه اجتماعی فرد در یک محیط زندانی باشد.

رقابت به‌تنهایی نیز کافی نیست. ممکن است چند شرکت برای جلب توجه بیشتر با یکدیگر رقابت کنند و همگی به سوی طراحی‌های تهاجمی‌تر حرکت نمایند. بنابراین، جامعه به معیارهای حداقلی نیاز دارد که حتی در بازار رقابتی قابل نقض نباشند.

یکی از این معیارها باید حفاظت ویژه از کودکان باشد. کودک توانایی محدودتری برای شناخت قصد تجاری و کنترل رفتار دارد. تبلیغات شخصی‌سازی‌شده، بازی‌های مبتنی بر خرید و سازوکارهای وابستگی نباید با همان آزادی‌ای که برای بزرگسالان وجود دارد در برابر کودکان به کار روند.

حقوق کودک بر سود شرکت مقدم است. جامعه پیش‌تر در حوزه‌هایی مانند مواد خطرناک، کار کودک و محصولات سلامت این اصل را پذیرفته است. توجه و رشد روانی کودک نیز باید در همان سطح از اهمیت قرار گیرند.

هفتمین اصل، سازمان و محیط کاری است که از تمرکز و کرامت انسان محافظت کند. بسیاری از سازمان‌ها از یک سو بر بهره‌وری تأکید می‌کنند و از سوی دیگر محیطی می‌سازند که کار عمیق در آن تقریباً ناممکن است. جلسه، پیام، گزارش و تغییر اولویت، روز کارکنان را به قطعات کوچک تقسیم می‌کنند.

سازمان باید توجه را منبعی راهبردی بداند. همان‌گونه که هزینه مالی پروژه را محاسبه می‌کند، باید هزینه وقفه، جلسه غیرضروری و ابهام را نیز ببیند. هر تغییر تصمیم تنها یک پیام نیست؛ ممکن است ساعت‌ها تمرکز را از بین ببرد.

مدیریت خوب از وضوح آغاز می‌شود. کارکنان باید بدانند چند اولویت اصلی چیست و چه کاری می‌تواند منتظر بماند. فرهنگ سازمانی نباید فرد را به نمایش دائمی فعالیت وادار سازد. حضور در جلسه و پاسخ سریع همیشه نشانه تولید ارزش نیستند.

اعتماد و اختیار می‌توانند توجه را آزاد کنند. کارمندی که می‌داند براساس نتیجه سنجیده می‌شود، کمتر نیاز دارد هر لحظه فعالیت خود را اثبات کند. مدیری که وظیفه، معیار و محدودیت را روشن می‌سازد، فضای بیشتری برای تمرکز ایجاد می‌کند.

هوش مصنوعی و ابزارهای خودکار می‌توانند در این محیط مفید باشند، اما تنها اگر برای کاهش بار به کار روند. اگر فناوری هر صرفه‌جویی را به انتظار تولید بیشتر تبدیل کند، توجه آزادشده دوباره مصادره خواهد شد. سازمان باید بخشی از بهره‌وری را به کیفیت، یادگیری و کاهش فرسودگی بازگرداند.

هشتمین اصل، رسانه‌ای است که خود را امانت‌دار توجه عمومی بداند. رسانه با انتخاب موضوع و شیوه روایت، بخش بزرگی از زندگی ذهنی جامعه را شکل می‌دهد. این قدرت نباید فقط براساس میزان بازدید و واکنش سنجیده شود.

رسانه مسئول باید بداند هر تیتراژ ترس‌آفرین یا تصویر تکان‌دهنده هزینه‌ای روانی دارد. این به معنای پنهان کردن واقعیت‌های تلخ نیست. جنگ، فساد، جنایت و بحران باید دیده شوند. اما نمایش مداوم رنج بدون زمینه و امکان عمل می‌تواند جامعه را خسته، درمانده و بدبین سازد.

خبر خوب به معنای خبر خوشایند نیست؛ خبری است که به فهم کمک می‌کند. ممکن است تلخ باشد، اما زمینه، علت و پیامد را روشن سازد. مخاطب پس از دریافت آن تنها تحریک نمی‌شود؛ چیزی می‌فهمد.

رسانه همچنین باید میان اهمیت عمومی و جذابیت لحظه‌ای تفاوت بگذارد. موضوعی که بازدید کمی دارد ممکن است برای آینده کشور حیاتی باشد. آب، آموزش، بودجه و نهادهای قضایی همیشه هیجان رسانه‌ای ایجاد نمی‌کنند، اما زندگی میلیون‌ها انسان را شکل می‌دهند.

روزنامه‌نگاری تحقیقی به منابع و صبر نیاز دارد. جامعه‌ای که تنها برای محتوای سریع پاداش ایجاد می‌کند، ظرفیت افشای ساختارهای پیچیده فساد و قدرت را از دست می‌دهد. حمایت از رسانه مستقل باید بخشی از زیرساخت دموکراسی تلقی شود.

این حمایت نباید استقلال را از میان ببرد. مدل‌های غیرانتفاعی، اشتراک مردمی، بنیادهای شفاف و سازوکارهای عمومی مستقل می‌توانند در کنار بازار حضور داشته باشند. هیچ مدل کاملی وجود ندارد، اما پنهان بودن منبع مالی خطرناک‌تر از تنوع مدل‌هاست.

نهمین اصل، حکومتی است که خود را مرکز دائمی توجه ملت نداند. حکومت اقتدارگرا می‌خواهد در همه‌جا دیده شود. تصویر رهبر، سخنرانی، مراسم و تبلیغات رسمی فضای عمومی را پر می‌کنند. دولت آزاد باید برخلاف آن عمل کند.

دولت خوب زمانی موفق است که بسیاری از خدماتش بدون نمایش و بحران انجام شوند. شهروند آب، برق، امنیت حقوقی و خدمات اداری را دریافت می‌کند، بی‌آنکه هر بار ناچار باشد از حکومت تشکر یا به چهره مقام توجه کند. خدمت عمومی وظیفه است، نه هدیه شخصی حاکم.

رسانه دولتی نباید وجود داشته باشد؛ آنچه لازم است رسانه عمومی مستقل است. دولت می‌تواند اطلاعات رسمی منتشر کند، اما نباید ابزارهای عمومی را برای تبلیغ حزب و شخص در اختیار گیرد. تفاوت میان اطلاع‌رسانی حکومت و تبلیغات سیاسی باید در قانون روشن باشد.

مقام عمومی حق دارد سیاست خود را توضیح دهد، اما شهروند نیز حق دارد روایت‌های دیگر را بشنود. دولت نباید از بودجه مردم برای ساختن تصویر شخصی استفاده کند. هرچه قدرت بیشتر باشد، محدودیت تبلیغات شخصی آن نیز باید بیشتر باشد.

شفافیت تصمیم‌های حکومتی بخش دیگری از آزادی توجه است. ابهام مردم را وادار می‌کند ساعت‌ها در میان شایعه و تحلیل به دنبال حقیقت بگردند. دولت پاسخ‌گو باید داده، قرارداد، بودجه و منطق تصمیم را تا حد امکان منتشر کند.

شفافیت تنها ابزار مبارزه با فساد نیست؛ کاهش‌دهنده بار ذهنی جامعه نیز هست. وقتی اطلاعات روشن باشد، شهروند کمتر ناچار است میان روایت‌های متناقض حدس بزند. اعتماد می‌تواند جای بخشی از مراقبت و سوءظن را بگیرد.

حق دسترسی به اطلاعات باید با استثناهای محدود و مشخص همراه باشد. امنیت ملی نمی‌تواند عنوانی فراگیر برای پنهان کردن ناکارآمدی و خطا باشد. هر محدودیت باید زمان‌دار، قابل بازبینی و تحت نظارت مستقل باشد.

دهمین اصل، دموکراسی به عنوان نظام توزیع توجه است. انتخابات تنها شمارش رأی نیست؛ سازوکاری برای آن است که صداها و مطالبات مختلف امکان ورود به تصمیم عمومی پیدا کنند. دموکراسی زمانی تضعیف می‌شود که تنها گروه‌های ثروتمند، پرمدا یا دارای دسترسی رسانه‌ای دیده شوند.

نظام انتخاباتی و رسانه‌ای باید فرصت عادلانه‌تری برای شنیده شدن فراهم کند. این به معنای برابر کردن مصنوعی همه دیدگاه‌ها نیست، بلکه جلوگیری از آن است که پول به‌تنهایی تعیین کند چه کسی در میدان توجه حضور دارد.

شفافیت هزینه‌های انتخاباتی، محدودیت خرید نفوذ و دسترسی منصفانه به رسانه عمومی از ابزارهای مهم‌اند. رأی‌دهنده باید بتواند میان برنامه‌ها تصمیم بگیرد، نه آنکه زیر حجم تبلیغات و تصویرسازی قرار گیرد.

گفت‌وگوی انتخاباتی باید از قالب نمایش شخصیت فراتر رود. برنامه، تیم، هزینه و پیامد سیاست‌ها باید در مرکز قرار گیرند. نامزد باید پاسخ دهد چگونه وعده خود را اجرا خواهد کرد، نه اینکه تنها احساس امید یا ترس تولید کند.

دموکراسی همچنین به زمان نیاز دارد. برخی تصمیم‌ها نباید در اوج خشم یا ترس جمعی گرفته شوند. فرایند قانون‌گذاری، بررسی قضایی و گفت‌وگوی عمومی شاید کند به نظر برسند، اما این کندی مانعی در برابر تصرف لحظه‌ای قدرت است.

حکومت اقتدارگرا از سرعت برای حذف پرسش استفاده می‌کند. تصمیم فوری اعلام می‌شود و جامعه باید با آن هماهنگ شود. دموکراسی باید میان نیاز به اقدام و ضرورت تأمل تعادل ایجاد کند.

یازدهمین اصل، شهری است که برای انسان و توجه او طراحی شده باشد. معماری فیزیکی نیز بر ذهن اثر می‌گذارد. شهری پر از آلودگی صوتی، تبلیغ، ترافیک و بی‌نظمی، بخش بزرگی از توان شناختی ساکنان را مصرف می‌کند.

فضای عمومی آرام، پارک، کتابخانه، پیاده‌راه و امکان دسترسی به طبیعت، تجمل نیستند. آنها زیرساخت سلامت و توجه‌اند. شهروند باید مکان‌هایی داشته باشد که در آنها مصرف‌کننده یا هدف تبلیغ نباشد.

تبلیغات شهری نیز باید محدودیت داشته باشند. هر سطح عمومی نباید به کالایی برای فروش نگاه مردم تبدیل شود. چشم‌انداز شهر متعلق به همه است و استفاده تجاری از آن باید با حق جامعه بر آرامش و زیبایی متعادل گردد.

حمل‌ونقل قابل اعتماد توجه را آزاد می‌کند. انسانی که هر روز ساعت‌ها در ترافیک و عدم اطمینان گرفتار است، بخشی از انرژی خود را پیش از آغاز کار از دست می‌دهد. برنامه‌ریزی شهری با حاکمیت بر توجه رابطه‌ای مستقیم دارد.

فضای فرهنگی عمومی نیز باید گسترش یابد. موزه، سالن هنری، مرکز اجتماعی و کتابخانه مکان‌هایی‌اند که توجه جمعی را از مصرف سریع به تجربه مشترک منتقل می‌کنند. جامعه تنها از طریق بازار و رسانه با یکدیگر ارتباط ندارد؛ به فضاهای غیرتجاری نیاز دارد.

دوازدهمین اصل، عدالت اجتماعی به عنوان شرط آزادی توجه است. انسانی که برای غذا، مسکن و امنیت اولیه در اضطراب دائمی است، آزادی محدودی برای انتخاب موضوع توجه خود دارد. فقر نه تنها کمبود پول، بلکه کمبود ظرفیت ذهنی آزاد است.

جامعه‌ای که حاکمیت بر توجه را جدی می‌گیرد، باید شرایط پایه‌ای را فراهم کند که انسان بتواند فراتر از بقا بیندیشد. این به معنای حذف مسئولیت فردی یا وعده رفاه نامحدود نیست. به معنای آن است که فقر شدید و ناامنی دائمی با آزادی واقعی ناسازگارند.

خدمات سلامت، آموزش پایه، امنیت غذایی و حمایت از دوره‌های بحران، تنها سیاست‌های رفاهی نیستند. آنها به انسان امکان می‌دهند افق زمانی خود را گسترش دهد. کسی که تمام توجهش در امروز مصرف نمی‌شود، می‌تواند درباره فردا تصمیم بگیرد.

نابرابری شدید نیز بر توجه عمومی اثر می‌گذارد. ثروت می‌تواند رسانه، تبلیغات و نفوذ سیاسی بخرد. در نتیجه، صدای برخی افراد بسیار بلندتر از دیگران شنیده می‌شود. دموکراسی باید راه‌هایی برای محدود کردن تبدیل مستقیم ثروت به مالکیت توجه سیاسی پیدا کند.

این کار آسان نیست. آزادی بیان شامل حق هزینه کردن برای رساندن پیام نیز می‌شود، اما اگر پول بی‌حد بتواند میدان عمومی را اشغال کند، برابری سیاسی تهی خواهد شد. توازن میان این ارزش‌ها نیازمند قانون و گفت‌وگوی مستمر است.

سیزدهمین اصل، فرهنگ ارزش‌گذاری دوباره بر کندی، عمق و استمرار است. جامعه مدرن سرعت را با پیشرفت یکی گرفته است. پاسخ سریع‌تر، تولید بیشتر و تغییر پیوسته نشانه موفقیت تلقی می‌شوند. اما همه امور انسانی از سرعت سود نمی‌برند.

اعتماد آهسته ساخته می‌شود. شخصیت در زمان شکل می‌گیرد. علم، هنر، آموزش و نهادهای دموکراتیک نیازمند استمرارند. تلاش برای سرعت بخشیدن افراطی به آنها ممکن است ظاهر نتیجه را تولید کند، اما عمق را از میان ببرد.

کندی به معنای عقب‌ماندگی نیست. گاه انتخاب آگاهانه ریتم مناسب است. جراح باید سریع تصمیم بگیرد، اما قانون اساسی نباید با همان شتاب نوشته شود. خبر اضطراری باید فوری منتشر شود، اما قضاوت تاریخی به زمان نیاز دارد.

جامعه آزاد باید بتواند ریتم‌های متفاوت را به رسمیت بشناسد. همه چیز نباید تابع چرخه بازار و خبر باشد. برخی فعالیت‌ها ارزشمندند، حتی اگر نتیجه‌شان دیر دیده شود.

فرهنگ استمرار نیز در برابر هیجان‌های کوتاه‌مدت اهمیت دارد. بسیاری از حرکت‌های اجتماعی با موجی بزرگ آغاز و با کاهش توجه فراموش می‌شوند. تغییر پایدار نیازمند کسانی است که پس از خروج موضوع از تیتراژها نیز کار را ادامه دهند.

قهرمان واقعی همیشه کسی نیست که در لحظه بحران بیشتر دیده می‌شود. ممکن است معلم، پژوهشگر، سازمان‌دهنده یا کارمندی باشد که سال‌ها وظیفه‌ای را بی‌سروصدا انجام داده است. جامعه باید ارزش این حضورهای پایدار را بهتر بشناسد.

چهاردهمین اصل، پرورش اخلاق توجه است. توجه تنها مهارت شناختی نیست؛ رابطه‌ای اخلاقی نیز هست. آنچه می‌بینیم و آنچه نادیده می‌گیریم بر زندگی دیگران اثر دارد.

بی‌توجهی به رنج می‌تواند ظلم را ادامه دهد. اما توجه افراطی و نمایشی به رنج نیز ممکن است قربانی را به موضوع مصرف عاطفی تبدیل کند. اخلاق توجه می‌پرسد چگونه می‌توان دیگری را دید، بی‌آنکه از درد او برای شهرت، سیاست یا سرگرمی استفاده کرد.

رسانه و فعال سیاسی باید درباره نمایش تصویر قربانی مسئول باشند. آیا انتشار تصویر به عدالت و آگاهی کمک می‌کند یا کرامت فرد را زیر پا می‌گذارد؟ آیا خانواده رضایت دارد؟ آیا انسان به نشانه‌ای برای هدف دیگران تبدیل شده است؟

توجه اخلاقی به معنای دیدن پیچیدگی انسان است. فرد تنها قربانی، مجرم، مهاجر، زن یا عضو گروه سیاسی نیست. هر برجسب بخشی از واقعیت را نشان می‌دهد، اما ممکن است بقیه شخصیت را پنهان کند.

جامعه آزاد باید در برابر کاهش انسان‌ها به نماد مقاومت کند. حتی دشمن سیاسی دارای حقوق و پیچیدگی انسانی است. این شناخت مانع پاسخ‌گویی و مجازات قانونی نیست؛ مانع غیرانسانی‌سازی است.

پانزدهمین اصل، رابطه‌ای تازه میان آزادی و مسئولیت است. آزادی توجه به معنای آن نیست که هرکس می‌تواند بدون توجه به پیامدها هر چیزی منتشر کند. انتشار شایعه، افترا و محتوای دستکاری‌شده می‌تواند به دیگران آسیب برساند.

اما مسئولیت نیز نباید بهانه‌ای برای سانسور گسترده شود. مرزها باید محدود، روشن و تحت قانون باشند. دولت نباید خود را داور حقیقت سیاسی قرار دهد، زیرا به سرعت نقد را با دروغ یکی خواهد کرد.

جامعه باید میان خطا، دروغ آگاهانه، نظر و تهدید تفاوت بگذارد. این تمایز نیازمند دادگاه مستقل و فرایند منصفانه است. حذف خودکار و بی‌پاسخ محتوا نمی‌تواند جای عدالت را بگیرد.

پلتفرم‌ها نیز مسئول‌اند، اما نباید قدرتی شبه‌حکومتی و بدون نظارت داشته باشند. قواعد آنان بر گفت‌وگوی عمومی اثر می‌گذارد. شفافیت، امکان اعتراض و نظارت مستقل برای تصمیم‌های مهم ضروری است.

شانزدهمین اصل، حاکمیت ملی در برابر استعمار توجه است. در عصر دیجیتال، شرکت‌ها و قدرت‌های خارجی می‌توانند میدان توجه یک ملت را بدون حضور فیزیکی در اختیار گیرند. داده مردم، تبلیغات، اخبار و فرهنگ عمومی ممکن است بر زیرساخت‌هایی وابسته باشند که کشور کنترل و شناخت محدودی از آنها دارد.

حاکمیت دیجیتال نباید با انزوا و سانسور اشتباه گرفته شود. هدف، قطع ارتباط با جهان نیست. هدف آن است که جامعه درباره داده‌ها، زیرساخت‌ها و قواعدی که زندگی عمومی را شکل می‌دهند اختیار و آگاهی داشته باشد.

کشور باید ظرفیت فنی، حقوق و علمی لازم برای بررسی سامانه‌ها را توسعه دهد. وابستگی کامل به فناوری خارجی می‌تواند به وابستگی شناختی و امنیتی تبدیل شود. در عین حال، ساختن دیوارهای بسته نیز نوآوری، آزادی و ارتباط را آسیب می‌زند.

راه مطلوب، حضور فعال و توانمند در شبکه جهانی است. کشوری که پژوهشگر، قانون، رسانه و شرکت‌های رقابتی دارد، می‌تواند از مزایای فناوری استفاده و درباره شروط آن مذاکره کند. کشوری که تنها مصرف‌کننده است، انتخاب‌های محدودتری خواهد داشت.

برای ایران آینده، این موضوع اهمیت مضاعف دارد. جامعه‌ای که از سانسور و انحصار حکومتی خارج می‌شود، نباید به بازار بی‌دفاعی تبدیل گردد که هر قدرت داخلی یا خارجی بتواند توجه آن را خریداری کند. آزادی رسانه باید با شفافیت مالکیت، منابع مالی و حفاظت از داده همراه باشد.

رسانه‌های فارسی‌زبان خارج کشور نیز باید درباره منابع، اهداف و روش‌های خود صادق باشند. مخاطب حق دارد بداند با رسانه مستقل، دولتی، حزبی یا تجاری روبه‌روست. پنهان کردن ماهیت، اعتماد را آسیب می‌زند.

هفدهمین اصل، بازسازی زبان عمومی است. استبداد و بازار هر دو زبان را فرسوده می‌کنند. استبداد واژه‌ها را ایدئولوژیک می‌سازد و بازار آنها را به شعارهای قابل فروش کاهش می‌دهد. جامعه برای اندیشیدن آزاد به زبانی دقیق، زنده و انسانی نیاز دارد.

واژه‌هایی مانند آزادی، مردم، امنیت و عدالت اگر پیوسته بدون تعریف به کار روند، می‌توانند معنای خود را از دست بدهند. هر جریان آنها را برای هدف خود مصادره می‌کند. گفت‌وگوی دموکراتیک نیازمند آن است که مردم بپرسند دقیقاً از چه سخن می‌گوییم.

بازسازی زبان به معنای یکسان‌سازی نیست. اختلاف در تعریف‌ها طبیعی است، اما باید آشکار شود. زبان مبهم امکان می‌دهد گروه‌ها گمان کنند توافق دارند، در حالی که مقصودهای کاملاً متفاوتی دارند.

در ایران، بسیاری از واژه‌ها زیر فشار تجربه تاریخی بارهای سنگین یافته‌اند. انقلاب، اصلاح، سلطنت، جمهوری، دین و سکولاریسم برای افراد مختلف احساس‌ها و خاطرات متفاوتی دارند. گفت‌وگو باید بتواند از واکنش فوری به این واژه‌ها عبور و معنای نهادی و عملی آنها را بررسی کند.

حاکمیت بر توجه بدون حاکمیت بر زبان کامل نیست. کسی که واژه‌های خود را ندارد، ناچار است در چارچوبی بیندیشد که دیگران ساخته‌اند. ادبیات، آموزش و رسانه باید به گسترش و دقت زبان عمومی کمک کنند.

هجدهمین اصل، حفظ تنوع منابع معناست. حکومت تمامیت‌خواه می‌خواهد سیاست و ایدئولوژی مرکز همه معناها باشند. بازار می‌خواهد مصرف و شهرت را در مرکز قرار دهد. جامعه آزاد باید اجازه دهد انسان معنا را از حوزه‌های گوناگون دریافت کند.

خانواده، دوستی، هنر، علم، ایمان، طبیعت، خدمت عمومی و کار حرفه‌ای همگی می‌توانند منابع معنا باشند. هیچ نهاد واحدی نباید مالک کامل هویت انسان شود.

این تنوع از آزادی محافظت می‌کند. فردی که تمام هویت خود را از حزب، رهبر یا شغل می‌گیرد، در برابر شکست یا سوءاستفاده آسیب‌پذیرتر است. انسانی با تعلق‌های متنوع می‌تواند از فاصله‌ای انتقادی به هر بخش نگاه کند.

جامعه نیز به نهادهای متنوع نیاز دارد. دولت، بازار، خانواده و جامعه مدنی هر یک نقش دارند، اما هیچ‌کدام نباید تمام زندگی را در خود جذب کنند. آزادی از تعادل و محدودیت متقابل پدید می‌آید.

نوزدهمین اصل، معماری انتقال از جمهوری اسلامی به جامعه‌ای آزاد است. سقوط یا تغییر یک نظام سیاسی به خودی خود فرهنگ توجه را دگرگون نمی‌کند. عادت‌های سرکوب، شخصیت‌محوری، شایعه، بحران‌زدگی و دشمن‌سازی ممکن است پس از تغییر نیز ادامه یابند.

دوران گذار از نظر توجه بسیار آسیب‌پذیر خواهد بود. مردم تشنه اطلاعات و تغییر خواهند بود. شایعات، ادعاهای متناقض و امیدهای بزرگ به سرعت منتشر می‌شوند. گروه‌های مختلف برای تعریف انقلاب، پیروزی و آینده رقابت خواهند کرد.

نهادهای گذار باید پیش از هر چیز نظم اطلاعاتی قابل اعتمادی ایجاد کنند. این نظم به معنای کنترل رسانه نیست، بلکه انتشار منظم اطلاعات، پاسخ‌گویی و دسترسی خبرنگاران است. خلأ اطلاعاتی دشمن اعتماد است.

رهبران گذار نباید زبان قطعیت مطلق به کار گیرند. باید صادقانه میان آنچه می‌دانند، آنچه احتمال می‌دهند و آنچه هنوز روشن نیست تفاوت بگذارند. این صداقت ممکن است در کوتاه‌مدت کمتر هیجان‌انگیز باشد، اما فرهنگ تازه‌ای از حکمرانی ایجاد می‌کند.

تصمیم‌های مهم باید مستند شوند. مردم باید بدانند چه کسی، بر چه اساسی و برای چه مدتی تصمیم گرفته است. موقت بودن اختیارات اضطراری باید واقعی و قابل نظارت باشد.

یکی از بزرگ‌ترین خطرهای آن است که به نام حفظ ثبات، روش‌های نظارت و تبلیغ جمهوری اسلامی ادامه یابند. ممکن است گفته شود کشور هنوز در خطر است و آزادی باید به تعویق افتد. تاریخ نشان داده است اختیاراتی که در بحران ایجاد می‌شوند به‌سادگی کنار نمی‌روند.

امنیت و آزادی متضاد مطلق نیستند. امنیت دموکراتیک از قانون، اعتماد و مشارکت قدرت می‌گیرد. امنیت اقتدارگرا از ترس و ابهام تغذیه می‌کند. ایران آینده باید از نخستین روزها تفاوت این دو را نشان دهد.

رسانه‌های موقت عمومی نباید به بلندگوی نیروهای پیروز تبدیل شوند. حضور گروه‌های مختلف، دسترسی برابر و مدیریت مستقل برای جلوگیری از بازتولید انحصار ضروری است.

عدالت انتقالی نیز باید با مدیریت مسئولانه توجه همراه باشد. دادگاه و کمیسیون حقیقت نباید به نمایش انتقام تبدیل شوند. قربانیان باید دیده شوند، اما پرونده‌ها نباید برای سرگرمی یا تسویه سیاسی مصرف گردند.

جامعه به حقیقت نیاز دارد، اما حجم رنج می‌تواند طاقت‌فرسا باشد. ارائه مرحله‌ای، همراه با زمینه و حمایت روانی، ممکن است ضروری باشد. مواجهه با گذشته باید به فهم و عدالت خدمت کند، نه اینکه جامعه را برای سال‌ها در شوک نگه دارد.

بیستمین اصل، رهبری‌ای است که توجه را به خود وابسته نکند. در دوره بحران، چهره‌های کاریزماتیک می‌توانند امید و هماهنگی ایجاد کنند، اما همان تمرکز ممکن است زمینه اقتدارگرایی تازه را فراهم سازد.

رهبر دموکراتیک از توجهی که دریافت می‌کند برای انتقال قدرت به نهاد استفاده می‌کند. مرتب درباره قانون، تیم، فرایند و جانشینی سخن می‌گوید. موفقیت خود را در آن نمی‌بیند که مردم بدون او احساس ناتوانی کنند.

او نقد را تحمل می‌کند، حتی هنگامی که ناعادلانه است. میان حمله شخصی و تهدید قانونی تفاوت می‌گذارد. از محبوبیت خود برای خاموش کردن مخالف استفاده نمی‌کند.

رهبر آزادکننده به مردم نمی‌گوید تنها به من اعتماد کنید. می‌گوید ساختاری بسازیم که مجبور نباشید به فضیلت یک فرد وابسته باشید. این تفاوت میان نجات‌دهنده و بنیان‌گذار دموکراسی است.

بیست‌ویکمین اصل، سنجش پیشرفت با معیارهای انسانی است. جامعه‌ای ممکن است تولید، درآمد و سرعت خود را افزایش دهد، اما مردم آن خسته، تنها و پراکنده‌تر شوند. پیشرفت باید فراتر از شاخص‌های اقتصادی ارزیابی گردد.

کیفیت خواب، زمان خانواده، سلامت روان، مشارکت مدنی، اعتماد و دسترسی به فضای عمومی نیز اهمیت دارند. اندازه‌گیری آنها دشوارتر است، اما دشواری اندازه‌گیری دلیل بی‌اهمیتی نیست.

سیاست‌گذاری معمولاً آنچه را آسان‌تر شمارش می‌شود جدی‌تر می‌گیرد. در نتیجه، تعداد پیام، ساعت کار و حجم تولید دیده می‌شوند، اما کیفیت حضور و فرسودگی توجه پنهان می‌مانند.

معیارهای جدید نباید به ابزار نظارت بیشتر تبدیل شوند. دولت نباید برای اندازه‌گیری رفاه ذهنی وارد خصوصی‌ترین بخش زندگی شود. پژوهش‌های مستقل، داده‌های ناشناس و مشارکت داوطلبانه می‌توانند تصویر عمومی‌تری ارائه دهند.

بیست و دومین اصل، پذیرش این واقعیت است که هیچ معماری‌ای کامل و نهایی نیست. فناوری، بازار و فرهنگ تغییر می‌کنند. قواعدی که امروز مناسب‌اند ممکن است فردا ناکافی یا محدودکننده شوند.

جامعه آزاد نیازمند نهادهایی برای بازنگری مستمر است. قانون‌گذار، دانشگاه، جامعه مدنی و شهروندان باید پیامدهای تازه را بررسی و قواعد را اصلاح کنند.

انعطاف نباید به بی‌ثباتی تبدیل شود. اصول بنیادین مانند کرامت، اختیار، شفافیت و حق اعتراض باید پایدار بمانند، اما شیوه اجرای آنها می‌تواند با فناوری تغییر کند.

هیچ قانون واحدی نمی‌تواند همه اشکال دستکاری را پیش‌بینی کند. فرهنگ اخلاقی و حرفه‌ای نیز ضروری است. مهندس، مدیر، روزنامه‌نگار و سیاستمدار باید فراتر از حداقل قانونی درباره پیامد کار خود بیندیشند.

بیست و سومین اصل، مسئولیت نسلی است. تصمیم‌های امروز تنها بر کاربران فعلی اثر ندارند. کودکی که در محیطی کاملاً شخصی‌سازی‌شده رشد می‌کند، شاید مفهوم دیگری از انتخاب، خلوت و هویت داشته باشد.

نسل بزرگسال مسئول است محیطی بسازد که کودک بتواند پیش از آنکه هدف بازار شود، خود را بشناسد. این مسئولیت نیازمند محدودیت‌هایی بر صنعت و تغییر رفتار بزرگسالان است.

نمی‌توان از کودکان خواست رابطه سالمی با فناوری داشته باشند، در حالی که همه نهادهای پیرامون آنان بر استفاده دائمی بنا شده‌اند. خانواده، مدرسه، دولت و شرکت‌ها باید مسئولیت مشترک بپذیرند.

نسل آینده همچنین حق دارد طبیعت، فرهنگ و نهادهایی را به ارث ببرد که تماماً فرسوده نشده‌اند. توجه بین‌نسلی یعنی تصمیم امروز را از منظر کسانی نیز ببینیم که هنوز صدایی در سیاست ندارند.

بیست و چهارمین اصل، جهانی بودن مسئله توجه است. هیچ کشوری به تنهایی نمی‌تواند همه چالش‌های پلتفرم، داده و هوش مصنوعی را حل کند. شرکت‌ها و جریان اطلاعات از مرزها عبور می‌کنند.

همکاری بین‌المللی برای استانداردهای داده، محتوای مصنوعی، حقوق کودک و امنیت دیجیتال ضروری خواهد بود. اما این همکاری نباید به سلطه چند قدرت یا فرهنگ بر دیگران تبدیل شود.

کشورها تجربه‌ها و ارزش‌های متفاوت دارند. اصول جهانی باید حداقل حقوق را حفظ کنند و هم‌زمان به تنوع فرهنگی اجازه حضور دهند. کرامت و اختیار انسان می‌تواند پایه مشترک باشند.

ایران آزاد باید در این گفت‌وگو مشارکت فعال داشته باشد، نه اینکه تنها قواعد دیگران را وارد کند. تجربه ایران در زمینه پروپاگاندا، سانسور و مقاومت اجتماعی می‌تواند به بحث جهانی کمک کند.

بیست و پنجمین و شاید بنیادی‌ترین اصل، بازگشت انسان به مرکز طراحی است. این عبارت ممکن است ساده یا تکراری به نظر برسد، اما اجرای آن دشوار است. بسیاری از سامانه‌ها به نام انسان طراحی می‌شوند، در حالی که هدف واقعی آنها سود، کنترل یا نمایش قدرت است.

قرار دادن انسان در مرکز یعنی پرسیدن این فناوری، قانون یا سازمان چه نوع انسانی می‌سازد. آیا استقلال او را افزایش می‌دهد یا وابستگی را؟ آیا توان فهم را تقویت می‌کند یا فقط واکنش را؟ آیا زمانش را آزاد می‌سازد یا آن را با محتوای بیشتر پر می‌کند؟ انسان محوری به معنای دنبال کردن همه میل‌های فوری انسان نیست. برخی میل‌ها نتیجه همان محیط دستکاری شده‌اند. باید میان رضایت لحظه‌ای و شکوفایی بلندمدت تفاوت گذاشت.

طراحی انسان محور به فرد حق انتخاب می‌دهد، اما او را در برابر سازوکارهای فریب بی‌دفاع رها نمی‌کند. پایان، سکوت، خروج و تنظیمات روشن را بخشی از خدمت می‌داند.

جامعه انسان محور موفقیت خود را در آن نمی‌بیند که مردم همیشه به نهادهایش توجه کنند. موفق است وقتی افراد بتوانند به زندگی خود توجه کنند.

در چنین جامعه‌ای، مدرسه می‌کوشد دانش آموز را صاحب پرسش کند، نه حافظ پاسخ‌های رسمی. رسانه می‌کوشد مخاطب بفهمد، نه فقط واکنش نشان دهد. دولت می‌کوشد خدمت کند، نه دیده شود. فناوری می‌کوشد هدف انسان را آسان‌تر سازد، نه اینکه هدف‌های تازه‌ای برای مصرف او تولید کند.

بازار نیز همچنان حضور خواهد داشت، اما محدودی خواهد داشت. همه چیز نباید قابل خرید و فروش باشد. رأی، بدن، وجدان و برخی لایه‌های ذهن انسان باید از تبدیل شدن کامل به کالا محافظت شوند.

دموکراسی همچنان پرتنش و ناقص خواهد بود. رسانه‌ها خطا خواهند کرد، شرکت‌ها به دنبال سود خواهند بود و انسان‌ها تحت تأثیر احساس قرار خواهند گرفت. حاکمیت بر توجه وعده جامعه‌ای بدون فریب و ضعف نیست.

این مفهوم می‌گوید ضعف‌های انسان نباید بدون محدودیت به منبع سود و قدرت تبدیل شوند. جامعه باید امکان بازگشت، اصلاح و انتخاب دوباره را حفظ کند.

آزادی کامل و دائمی وجود ندارد. آزادی عملی است که باید تکرار شود. فرد هر روز توجه خود را بازی گرداند و جامعه در هر نسل نهادهای آزادی را بازسازی می‌کند.

هیچ پیروزی سیاسی نمی‌تواند این مسئولیت را برای همیشه پایان دهد. حتی جامعه‌ای آزاد ممکن است به تدریج زیر فشار بازار، ترس یا شخصیت‌پرستی توجه خود را از دست بدهد. دموکراسی نیز نیازمند مراقبت مستمر است.

برای ایران، این هشدار اهمیتی حیاتی دارد. تجربه جمهوری اسلامی نشان داده است چگونه انقلابی که با وعده‌رهای آغاز شد، به نظامی برای کنترل زندگی، زبان و توجه تبدیل گردید. تغییر حکومت باید با شناخت سازوکارهای بازتولید سلطه همراه باشد.

اگر تنها افراد جایگزین شوند، اما تمرکز رسانه، تقدس رهبر، دشمن‌سازی و انحصار حقیقت باقی بمانند، آزادی شکننده خواهد بود. ایران آینده باید از همان ابتدا بر توزیع قدرت و توجه بنا شود.

هیچ رهبر، حزب، قوم، مذهب یا رسانه‌ای نباید بتواند خود را برابر با ایران معرفی کند. ایران بزرگ‌تر از همه نهادها و جریان‌های سیاسی است. ملت نیز مجموعه‌ای از انسان‌های متنوع است، نه جمعیتی که باید در یک صدا حل شود.

وحدت ملی به معنای یکنواختی توجه نیست. مردم می‌توانند به مسائل و ارزش‌های متفاوت توجه کنند و همچنان بر قانون و حقوق مشترک توافق داشته باشند. وحدت دموکراتیک از امکان اختلاف امن پدید می‌آید.

جامعه آزاد به مرکز واحد معنا نیاز ندارد. قدرت آن در شبکه‌ای از افراد و نهادهاست که هیچ‌کدام مالک کامل دیگری نیستند. این توزیع شاید بی‌نظم‌تر از حکومت متمرکز به نظر برسد، اما انعطاف و کرامت بیشتری ایجاد می‌کند.

معماری حاکمیت بر توجه از خانه آغاز می‌شود، در مدرسه ادامه پیدا می‌کند، در فناوری و رسانه شکل می‌گیرد و در قانون و حکومت حفاظت می‌شود. هیچ بخش به تنهایی کافی نیست.

خانواده‌ای که حضور را ارزش می‌داند، اما کودک را به مدرسه‌ای تبلیغاتی می‌فرستد، نمی‌تواند به تنهایی از او محافظت کند. مدرسه‌ای که ذهن انتقادی پرورش می‌دهد، اما جامعه فارغ‌التحصیل را با رسانه‌ای فریبنده و اقتصادی اضطراب‌آفرین روبه‌رو می‌کند، اثر محدودی خواهد داشت.

قانونی که از داده محافظت می‌کند، اما مردم سواد شناخت آن را ندارند، به‌آسانی دور زده می‌شود. شهروند آگاه نیز بدون قانون در برابر انحصار شرکت و قدرت دولت ضعیف خواهد بود.

حاکمیت بر توجه پروژه‌ای مشترک است. فرد باید مسئول انتخاب‌های خود باشد، اما نهادها نیز باید مسئول محیطی باشند که می‌سازند. آزادی از ترکیب شخصیت و ساختار پدید می‌آید.

این فصل نمی‌خواهد طرحی کامل و نهایی برای جامعه آینده ارائه کند. هدف آن است که توجه را به مرکز پرسش‌های نهادی بازگرداند. هر سیاست و فناوری را می‌توان با این معیار سنجید: آیا انسان پس از ورود به این ساختار صاحب اختیار بیشتری می‌شود یا کمتر؟

آیا مدرسه او را قادر می‌سازد خود بیاموزد؟ آیا رسانه او را در فهم واقعیت یاری می‌دهد؟ آیا دولت بار ذهنی زندگی را کاهش می‌دهد؟ آیا بازار نیاز را پاسخ می‌دهد یا پیوسته نیاز تازه می‌سازد؟ آیا فناوری در پایان کار او را آزاد می‌کند یا در خود نگه می‌دارد؟

پاسخ‌ها همیشه ساده نخواهند بود. یک فناوری ممکن است هم آزادی و هم وابستگی ایجاد کند. یک قانون ممکن است هم از مردم محافظت و هم انتخاب را محدود سازد. جامعه باید این تنش‌ها را آشکار نگه دارد و از پاسخ‌های مطلق بپرهیزد.

اما برخی جهت‌ها روشن‌اند. پنهان‌کاری کمتر از شفافیت، انحصار کمتر از تکرار، اجبار کمتر از انتخاب و شخصیت‌پرستی کمتر از نهاد به آزادی خدمت می‌کنند. محیطی که مکث و خروج را ممکن می‌سازد، انسانی‌تر از محیطی است که واکنش دائمی می‌خواهد.

آینده مطلوب، جامعه‌ای نیست که مردم در آن کمتر به همه چیز توجه کنند. جامعه‌ای است که بتوانند بیشتر و عمیق‌تر به آنچه واقعاً ارزشمند است توجه کنند.

کودک به یادگیری، والدین به فرزند، پزشک به بیمار، قاضی به حقیقت، شهروند به امور عمومی و هنرمند به اثر خود توجه کنند. فناوری و دولت وظیفه داشته باشند این حضور را آسان کنند، نه اینکه پیوسته آن را قطع نمایند.

حاکمیت بر توجه در نهایت دفاع از کیفیت حضور انسان در جهان است. زندگی فقط مجموعه ساعت‌هایی نیست که از تولد تا مرگ می‌گذرند. زندگی چیزی است که در آن ساعت‌ها توانسته‌ایم ببینیم، بفهمیم، دوست بداریم و بسازیم.

زمانی که بدون آگاهی از ما گرفته می‌شود، تنها زمان تقویمی نیست؛ بخشی از امکان زندگی است. توجهی که به ترس، تبلیغ و پراکندگی سپرده می‌شود، از رابطه، دانش و آینده کسر می‌گردد.

به همین دلیل، سیاست توجه سیاست زندگی است. اقتصادی که توجه را می‌بلعد، از عمر انسان مصرف می‌کند. حکومتی که ذهن ملت را در بحران دائمی نگه می‌دارد، نسل‌ها را از زندگی ممکن محروم می‌سازد. فناوری‌ای که امکان انتخاب را تضعیف می‌کند، تنها محصولی نامناسب نیست؛ مسئله‌ای درباره آزادی است.

در مقابل، نهادی که توجه را آزاد می‌سازد، به انسان زمان بازمی‌گرداند. مدرسه‌ای که تمرکز پرورش می‌دهد، دولت کارآمدی که اضطراب را کاهش می‌دهد و رسانه‌ای که حقیقت را روشن می‌کند، همگی عمر انسانی را غنی‌تر می‌سازند.

می‌توان جامعه‌ای ساخت که در آن پیشرفت با میزان تصرف ذهن مردم سنجیده نشود. شرکتی موفق باشد، بی‌آنکه کاربر را وابسته کند. سیاستمداری انتخاب شود، بی‌آنکه دشمنی و دروغ تولید نماید. رسانه‌ای دیده شود، بی‌آنکه رنج را به سرگرمی تبدیل کند.

این جامعه آرمان‌شهری بدون تعارض نیست. انسان همچنان اشتباه می‌کند، فریب می‌خورد، خشمگین می‌شود و تحت تأثیر جمع قرار می‌گیرد. اما ساختار به او امکان می‌دهد خطا را ببیند و بازگردد.

بازگشت مفهوم مرکزی حاکمیت بر توجه است. آزادی در این نیست که انسان هرگز منحرف نشود؛ در این است که راه بازگشت به خویش را حفظ کند. جامعه آزاد نیز جامعه‌ای نیست که هرگز دچار تبلیغات، پوپولیسم یا بحران نمی‌شود؛ جامعه‌ای است که نهادهای اصلاح و بازگشت را از دست نمی‌دهد.

دادگاه می‌تواند قدرت را متوقف کند، رسانه می‌تواند دروغ را آشکار سازد، انتخابات می‌تواند حاکم را تغییر دهد و آموزش می‌تواند نسل تازه‌ای با پرسش‌های تازه پرورش دهد. اینها راه‌های بازگشت جمعی‌اند.

جمهوری اسلامی این راه‌ها را بسته یا محدود کرده است. رسانه را در خدمت قدرت قرار داده، دادگاه را تابع ایدئولوژی ساخته، انتخابات را کنترل کرده و آموزش را به ابزار بازتولید روایت خود تبدیل نموده است. به همین دلیل، بحران در آن تصادفی نیست؛ ساختاری است.

ایران آزاد باید راه‌های بازگشت را در قلب معماری خود قرار دهد. هر قدرتی باید قابل اصلاح و جابه‌جایی باشد. هر تصمیمی باید امکان اعتراض داشته باشد. هر روایت رسمی باید بتواند با واقعیت به چالش کشیده شود.

ملت نباید بار دیگر برای نجات خود به فضیلت دائمی صاحبان قدرت وابسته شود. نهاد خوب نهادی نیست که تنها در دست انسان خوب درست کار کند؛ باید بتواند قدرت انسان بد یا خطاکار را نیز محدود سازد.

حاکمیت بر توجه از این منظر بخشی از مهندسی دموکراسی است. تمرکز توجه بر یک فرد معمولاً به تمرکز قدرت می‌انجامد. توزیع توجه میان نهادها، مسائل و شهروندان، زمینه توزیع قدرت را فراهم می‌کند.

جامعه‌ای که فقط یک چهره را می‌بیند، به تدریج دیگران را نامرئی می‌کند. جامعه‌ای که تنها یک روایت را می‌شنود، توان مقایسه را از دست می‌دهد. معماری آزادی باید از تکثر دیدن و شنیدن محافظت کند.

در پایان این مسیر، حاکمیت بر توجه نه تکنیکی برای افزایش بهره‌وری، نه توصیه‌ای برای آرامش و نه صرفاً نظریه‌ای درباره رسانه است. این مفهوم بنیان نگاه تازه‌ای به آزادی انسان است.

آزادی از ذهن آغاز می‌شود، اما در ذهن پایان نمی‌یابد. به خانواده، مدرسه، بازار، رسانه، فناوری و دولت گسترش پیدا می‌کند. فرد آزاد به محیطی نیاز دارد که آزادی‌اش را نابود نکند و نهاد آزاد به شهروندی نیاز دارد که مسئولیت توجه خود را بپذیرد. هیچ‌کدام بدون دیگری دوام نمی‌آورند.

اگر فرد همه مسئولیت را به قانون بسپارد، قدرت‌های تازه راهی برای دور زدن قانون خواهند یافت. اگر جامعه همه مسئولیت را بر فرد بگذارد، نابرابری ساختاری آزادی را به امتیاز کسانی تبدیل می‌کند که زمان، دانش و منابع بیشتری دارند.

راه میانه، مسئولیت مشترک است: انسان آگاه، فناوری پاسخ‌گو، بازار محدود به اخلاق، رسانه مستقل و حکومت قانون‌مند.

این معماری ممکن است کامل نباشد، اما جهت آن روشن است. جامعه باید از ساختارهایی که انسان را وسیله می‌بینند به سوی ساختارهایی حرکت کند که او را صاحب حق، مقصد و معنا می‌شناسند.

حکومت نباید ملت را برای بقای خود مصرف کند. بازار نباید اضطراب را برای سود تولید نماید. فناوری نباید انسان را به مجموعه‌ای از داده و واکنش تقلیل دهد.

انسان باید بتواند بگوید این ذهن، این زمان و این زندگی متعلق به من است. من در جامعه زندگی می‌کنم، از دیگران اثر می‌پذیرم و مسئولیت عمومی دارم، اما هیچ قدرتی حق ندارد پنهانی مرکز زندگی مرا تصرف کند.

ملت نیز باید بتواند همین سخن را در مقیاسی تاریخی بیان کند: این کشور، این حافظه و این آینده متعلق به مردم است. هیچ حکومت، رهبر و ایدئولوژی‌ای حق ندارد نسل‌ها را در خدمت بقای خود نگه دارد.

ایران زمانی حقیقتاً آزاد خواهد شد که آزادی تنها در تغییر دولت دیده نشود. در مدرسه‌ای دیده شود که کودک را به پرسش دعوت می‌کند؛ در خیابانی که بدن زن میدان نمایش قدرت نیست؛ در رسانه‌ای که مقام را بدون ترس بررسی می‌کند؛ در اقتصادی که مردم را در اضطراب دائمی نگه نمی‌دارد؛ و در فناوری‌ای که به جای بلعیدن زمان، آن را به انسان بازمی‌گرداند.

آزادی در سکوتی دیده خواهد شد که دیگر از ترس نیست، بلکه از آرامش است. در گفت‌وگویی که اختلاف در آن خطر محسوب نمی‌شود. در هنری که برای مجوز، خود را پیشاپیش ناقص نمی‌کند. در شهروندی که می‌تواند روزی را بدون فکر کردن به بحران حکومت سپری کند.

شاید عمیق‌ترین نشانه پایان استبداد همین باشد: حکومت دیگر مهم‌ترین موضوع زندگی مردم نباشد.

مردم به خانواده، دانش، کار، زیبایی، طبیعت و آینده توجه کنند. دولت در جایگاه خدمتگزار باقی بماند و برای دیده شدن بحران نسازد. رهبران بیایند و بروند و نهادها پابرجا بمانند.

در آن روز، ملت تنها حاکمیت سیاسی خود را بازنیافته است؛ حاکمیت بر زمان و ذهن خویش را نیز پس گرفته است.

این همان جامعه‌ای است که حاکمیت بر توجه وعده می‌دهد: جامعه‌ای که در آن انسان مجبور نیست پیوسته برای حفاظت از ذهنش بجنگد، زیرا قانون، فرهنگ و نهادها نیز در کنار او ایستاده‌اند.

جامعه‌ای که آزادی را تنها اجازه سخن گفتن نمی‌داند، بلکه حق شنیدن، نشنیدن، مکث کردن، پرسیدن و تغییر نظر را نیز به رسمیت می‌شناسد.

جامعه‌ای که می‌داند هر انسان تنها یک زندگی دارد و هیچ قدرتی حق ندارد آن زندگی را در انتظار، ترس، تبلیغ و بحران دائمی مصرف کند.

حاکمیت بر توجه، در نهایت، حاکمیت انسان بر معنای زندگی خویش است.

و شاید آزادی چیزی جز همین نباشد: اینکه انسان بتواند آگاهانه تصمیم بگیرد چه چیزی شایسته نگاه، اندیشه، عشق و عمر محدود اوست.

سخن پایانی

آزادی از جایی آغاز می‌شود که انسان نگاه خود را بازمی‌یابد

این کتاب با پرسشی ساده آغاز شد؛ پرسشی که شاید در نخستین نگاه چندان بزرگ به نظر نمی‌رسید: انسان به چه چیزی توجه می‌کند، و چه کسی این توجه را هدایت می‌کند؟

هرچه مسیر این کتاب پیش رفت، پاسخ این پرسش نیز گسترده‌تر شد. روشن گردید که توجه تنها عملی ذهنی نیست؛ بلکه نقطه آغاز همه آن چیزی است که ما آن را زندگی می‌نامیم. هیچ اندیشه‌ای پیش از توجه شکل نمی‌گیرد، هیچ احساسی بدون توجه پایدار نمی‌ماند، هیچ تصمیمی بیرون از میدان توجه گرفته نمی‌شود و هیچ تمدنی بدون توانایی تمرکز بر آینده ساخته نشده است.

اگر از انسان بپرسند بزرگ‌ترین سرمایه‌ات چیست، شاید از ثروت، دانش، سلامت یا آزادی سخن بگوید. اما حقیقت آن است که همه اینها، پیش از آنکه به بخشی از زندگی انسان تبدیل شوند، باید از دریچه توجه عبور کنند. آنچه هر روز به آن نگاه می‌کنیم، اندک‌اندک ذهن ما را می‌سازد؛ آنچه ذهن ما را می‌سازد، شخصیت ما را شکل می‌دهد؛ و شخصیت ما، سرنوشت فردی و جمعی ما را رقم می‌زند.

شاید به همین دلیل باشد که تاریخ تمدن را بتوان تاریخ رقابت برای هدایت توجه انسان نیز دانست.

روزی قدرت از آن کسی بود که زمین بیشتری در اختیار داشت. پس از آن، سرمایه مالی و صنعتی به مهم‌ترین ابزار نفوذ تبدیل شد. سپس عصر اطلاعات فرا رسید و دانایی به ارزشمندترین سرمایه بدل شد. اما امروز، در جهانی زندگی می‌کنیم که اطلاعات دیگر کمیاب نیست. آنچه کمیاب شده است، توانایی انسان برای توجه کردن است.

ما در عصر فراوانی اطلاعات و کمبود توجه زندگی می‌کنیم.

هر روز هزاران تصویر، خبر، پیام، هشدار، تبلیغ و روایت از برابر چشمان ما عبور می‌کنند. بسیاری از آنها حتی نمی‌خواهند چیزی به ما بیاموزند؛ تنها می‌خواهند چند ثانیه بیشتر ما را نزد خود نگه دارند. در این رقابت بی‌پایان، آنچه مصرف می‌شود فقط زمان نیست؛ بخشی از زندگی انسان است.

زندگی چیزی جز مجموعه لحظه‌هایی نیست که با آگاهی زیسته‌ایم.

اگر این لحظه‌ها پیوسته در اختیار ترس، خشم، اضطراب، تبلیغات، بحران و هیجان‌های گذرا قرار گیرند، حتی اگر سال‌های بسیاری زندگی کنیم، ممکن است فرصت اندکی برای زیستن واقعی داشته باشیم.

از همین رو، مسئله این کتاب تنها شبکه‌های اجتماعی، تلفن همراه یا هوش مصنوعی نبود. این ابزارها تنها نمودهای ظاهری مسئله‌اند. پرسش عمیق‌تر آن است که آیا انسان همچنان صاحب ذهن خویش باقی خواهد ماند؟

در سراسر تاریخ، قدرت همواره تلاش کرده است رفتار انسان را کنترل کند. گاه با زور، گاه با قانون، گاه با مذهب و گاه با اقتصاد. اما شاید برای نخستین بار، این امکان فراهم شده است که پیش از رفتار، خود میدان توجه انسان هدف قرار گیرد.

اگر بتوان تعیین کرد انسان چه چیزی را ببیند، چه چیزی را نبیند، از چه چیزی بترسد، به چه چیزی امیدوار شود و درباره چه موضوعی بیندیشد، بخش بزرگی از مسیر تصمیم‌گیری او نیز از پیش طراحی شده است.

از این منظر، آزادی دیگر تنها مسئله‌ای سیاسی نیست.

آزادی پیش از آنکه در خیابان، پارلمان یا صندوق رأی معنا پیدا کند، در ذهن انسان آغاز می‌شود.

هیچ جامعه آزادی را نمی‌توان تصور کرد که شهروندان آن نتوانند لحظه‌ای فارغ از هیاهوی دائمی جهان، خود بیندیشند، خود انتخاب کنند و خود تصمیم بگیرند.

به همین دلیل، حاکمیت بر توجه را باید بخشی از حقوق بنیادین انسان دانست.

همان‌گونه که انسان حق دارد درباره بدن خود تصمیم بگیرد، باید حق داشته باشد که ذهن او نیز بدون رضایتش به میدان آزمایش، تجارت یا سلطه تبدیل نشود.

این حق، حقی فردی است؛ اما در همان حال، مسئله‌ای عمیقاً اجتماعی نیز هست.

هیچ انسانی به تنهایی نمی‌تواند از توجه خود محافظت کند، اگر مدرسه، رسانه، اقتصاد، فناوری و حکومت همگی در جهت مخالف حرکت کنند. آزادی فردی بدون نهادهای آزاد پایدار نمی‌ماند و نهادهای آزاد نیز بدون انسان‌های آگاه دوام نخواهند آورد. از این رو، دفاع از توجه، مسئولیت مشترک همه ماست.

خانواده، نخستین مدرسه توجه است.

آنجا که کودک می‌آموزد گوش دادن یعنی احترام گذاشتن، مطالعه یعنی سفر کردن، و سکوت همیشه به معنای خلأ نیست؛ گاه آغاز اندیشیدن است.

مدرسه، دومین خانه توجه است.

اگر مدرسه تنها حافظه را پر کند و فرصت اندیشیدن را نگیرد، دانش‌آموز شاید محفوظات فراوانی بیاموزد، اما صاحب ذهن مستقل نخواهد شد.

رسانه نیز مسئولیتی بزرگ بر دوش دارد.

رسانه تنها انتقال‌دهنده خبر نیست؛ معمار حافظه جمعی یک ملت است. آنچه رسانه پیوسته برجسته می‌کند، دیر یا زود به مسئله اصلی جامعه تبدیل می‌شود.

فناوری نیز دیگر ابزاری خنثی نیست.

هوش مصنوعی، شبکه‌های اجتماعی و سامانه‌های هوشمند می‌توانند بزرگ‌ترین یاری‌دهندگان انسان باشند یا بزرگ‌ترین مهندسان ذهن او. تفاوت در خود فناوری نیست؛ در ارزش‌هایی است که آن را هدایت می‌کنند.

اگر فناوری برای افزایش آزادی انسان طراحی شود، تمدن را غنی‌تر خواهد کرد.

اگر برای تصرف توجه انسان طراحی شود، شکل تازه‌ای از سلطه را پدید خواهد آورد.

این انتخاب هنوز در برابر ما قرار دارد.

برای ما ایرانیان، این بحث تنها موضوعی نظری نیست.

نسل‌های پیاپی در ایران بخش بزرگی از عمر خود را در سایه بحران، جنگ، انقلاب، سرکوب، سانسور، تبلیغات، دشمن‌سازی و نااطمینانی سپری کرده‌اند. حکومت جمهوری اسلامی نه تنها بر سرزمین، که بر زبان، حافظه، امید و نگرانی مردم نیز حکومت کرده است.

بسیاری از ایرانیان، حتی هنگامی که با این حکومت مخالف بوده‌اند، ناچار بوده‌اند هر روز بخش بزرگی از توجه خود را صرف واکنش به آن کنند.

استبداد تنها آزادی حرکت را محدود نمی‌کند؛ آزادی توجه را نیز محدود می‌سازد.

اما هیچ استبدادی جاودانه نیست.

همان‌گونه که هیچ شب تاریکی تا ابد ادامه نمی‌یابد، هیچ حکومتی نیز نمی‌تواند برای همیشه نگاه یک ملت را در اختیار داشته باشد.

روزی فرا خواهد رسید که ایران دیگر با بحران‌های روزانه حکومت تعریف نشود؛ روزی که موضوع اصلی گفت‌وگوی ایرانیان نه بقای استبداد، بلکه کیفیت آموزش، پیشرفت علم، آبادانی سرزمین، شکوفایی هنر، سلامت محیط زیست و آینده فرزندان‌شان باشد.

آن روز، شاید مهم‌ترین نشانه آزادی این نباشد که مردم بتوانند آزادانه رأی بدهند؛ بلکه این باشد که دیگر حکومت مهم‌ترین موضوع زندگی روزمره آنان نباشد.

آزادی، زمانی کامل می‌شود که مردم فرصت پیدا کنند دوباره به زندگی بیندیشند.

در طول بیش از پنج دهه فعالیت حرفه‌ای، فرصت آن را داشته‌ام که جهان را از زاویه‌های گوناگون ببینم؛ از ایران پیش از انقلاب تا جمهوری اسلامی، از صنعت تا فناوری، از دانشگاه تا مدیریت عالی، از دوران ماشین‌های مکانیکی تا عصر هوش مصنوعی.

در تمام این سال‌ها، هرچه بیشتر آموخته‌ام، بیشتر به یک حقیقت ساده رسیده‌ام:

بزرگ‌ترین سرمایه انسان نه آن چیزی است که در اختیار دارد، بلکه آن چیزی است که به آن توجه می‌کند.

انسان، همان می‌شود که بارها و بارها به آن نگاه کرده است.

اگر هر روز زیبایی را ببیند، نگاهش زیباتر می‌شود.

اگر هر روز حقیقت را جست‌وجو کند، داوری‌اش عمیق‌تر خواهد شد.

اگر هر روز تنها نفرت، ترس و بحران را تجربه کند، جهان نیز در نگاه او همان‌گونه شکل خواهد گرفت.

به همین دلیل، آینده هیچ ملتی پیش از آنکه در کارخانه‌ها، دانشگاه‌ها یا پارلمان ساخته شود، در ذهن شهروندانش ساخته می‌شود.

ملت‌هایی که می‌توانند نگاه خود را بر آینده، آموزش، علم، قانون و آزادی متمرکز کنند، دیر یا زود همان آینده را خواهند ساخت.

این کتاب پاسخی قطعی به همه پرسش‌ها ارائه نمی‌دهد.

هدف آن نیز چنین نبوده است.

آرزویم این است که پس از بستن این کتاب، خواننده بیش از آنکه پاسخ‌های مرا به خاطر بسپارد، پرسش‌های تازه‌ای برای خود پیدا کرده باشد.

شاید از فردا، پیش از آنکه تلفن همراه خود را باز کند، لحظه‌ای از خود بپرسد:

امروز چه کسی می‌خواهد توجه مرا به دست آورد؟

آیا این انتخاب من است؟

آیا آنچه اکنون می‌بینم، ارزش بخشی از عمر مرا دارد؟

شاید این پرسش‌ها کوچک به نظر برسند.

اما تمدن‌ها نیز از پرسش‌های کوچک آغاز شده‌اند.

من باور دارم که آینده بشر نه در رقابت میان انسان و هوش مصنوعی، بلکه در رقابت میان آگاهی و غفلت رقم خواهد خورد.

هوش مصنوعی می‌تواند حافظه ما را گسترش دهد، اما جای خرد را نخواهد گرفت.

می‌تواند سرعت تصمیم‌گیری را افزایش دهد، اما مسئولیت اخلاقی را بر عهده نخواهد گرفت.

می‌تواند اطلاعات بیشتری در اختیار ما قرار دهد، اما هرگز به جای ما تصمیم نخواهد گرفت که کدام حقیقت ارزش زندگی کردن دارد.

این انتخاب، همچنان انسانی باقی خواهد ماند.

اگر بخواهم همه پیام این کتاب را تنها در یک جمله خلاصه کنم، آن جمله چنین خواهد بود:

آنچه توجه خود را به آن می‌سپاریم، سرانجام زندگی ما را خواهد ساخت.

از این رو، حاکمیت بر توجه، در نهایت، چیزی جز حاکمیت انسان بر زندگی خویش نیست.

شاید آزادی، در عمیق‌ترین معنای خود، همین باشد:

اینکه هر انسان بتواند آگاهانه تصمیم بگیرد چه چیزی شایسته نگاه، اندیشه، عشق و عمر محدود اوست.

و من امیدوارم روزی فرا برسد که ملت ایران نیز، پس از سال‌ها مبارزه با استبداد، نه تنها سرزمین خویش، بلکه زمان، ذهن، امید و آینده خویش را نیز بازپس گیرد.

زیرا هیچ پیروزی سیاسی، بدون آزادی ذهن، پایدار نخواهد ماند.

و هیچ آزادی، بدون حاکمیت بر توجه، کامل نخواهد شد.

منشور حاکمیت بر توجه

مقدمه

در طول تاریخ، هر تمدنی که خواسته است آزادی انسان را تعریف کند، ناگزیر شده است مجموعه‌ای از اصول بنیادین خود را نیز بیان کند. اعلامیه حقوق بشر، قانون اساسی کشورها، منشور کبیر انگلستان و بسیاری از اسناد تاریخی، تنها مجموعه‌ای از قوانین نیستند؛ بلکه تصویری از نوع انسانی هستند که آن جامعه آرزو دارد از او پاسداری کند. آنها پیش از آنکه درباره حکومت سخن بگویند، درباره کرامت انسان سخن می‌گویند و پیش از آنکه وظایف دولت را برشمارند، حدود قدرت را مشخص می‌کنند.

کتابی که اکنون به پایان می‌رسد نیز بر یک اندیشه مرکزی استوار است؛ این باور که در قرن بیست و یکم، آزادی انسان دیگر تنها با حقوق سیاسی، آزادی بیان یا مالکیت خصوصی تعریف نمی‌شود. این حقوق همچنان ضروری و غیرقابل جایگزین‌اند، اما کافی نیستند. جهانی که هوش مصنوعی، اقتصاد دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی، کلان‌داده‌ها و الگوریتم‌های هوشمند در آن نقش تعیین‌کننده یافته‌اند، پرسش تازه‌ای را پیش روی ما قرار داده است؛ آیا انسان همچنان مالک ذهن خویش است؟

اگر آزادی، توانایی انتخاب آگاهانه باشد، آنگاه توجه، نخستین شرط تحقق آن آزادی است. انسانی که فرصت اندیشیدن را از دست بدهد، اگرچه ظاهراً آزاد باشد، در عمل توان انتخاب مستقل خود را نیز به تدریج از دست خواهد داد. به همین دلیل، همان‌گونه که نسل‌های پیشین برای تثبیت آزادی اندیشه، آزادی مطبوعات و آزادی وجدان مبارزه کردند، نسل حاضر نیز ناگزیر است از قلمروی دیگری دفاع کند؛ قلمرویی که کمتر دیده می‌شود اما شاید بنیادی‌ترین لایه آزادی انسان باشد: حق حاکمیت بر توجه.

منشوری که در ادامه می‌آید، قانون پیشنهادی برای یک دولت یا برنامه‌ای برای یک حزب سیاسی نیست. این متن، بیش از هر چیز، چارچوبی اخلاقی و تمدنی است. هدف آن یادآوری این حقیقت است که انسان نباید به منبعی برای استخراج داده، تولید واکنش یا مصرف بی‌پایان توجه تقلیل یابد. فناوری باید در خدمت انسان باشد، اقتصاد باید کرامت او را محترم بشمارد و حکومت باید از آزادی ذهن شهروندان پاسداری کند، نه آنکه آن را به ابزاری برای بقای خود تبدیل سازد.

این اصول، حاصل همه فصل‌های این کتاب‌اند. هر فصل بخشی از این تصویر را ساخته است و اکنون، در پایان مسیر، می‌توان آنها را به صورت مجموعه‌ای از ارزش‌های بنیادین کنار یکدیگر قرار داد.

اصل نخست: توجه، بخشی از کرامت ذاتی انسان است.

هر انسان حق دارد درباره آنچه ذهن و اندیشه‌اش را شکل می‌دهد، آگاهانه تصمیم بگیرد. توجه او دارایی شخصی و بخشی از هویت اوست و هیچ فرد، حکومت، شرکت یا فناوری نباید آن را صرفاً به عنوان منبعی برای سود، کنترل یا نفوذ تلقی کند. احترام به انسان، از احترام به ذهن او آغاز می‌شود.

اصل دوم: آزادی اندیشه بدون آزادی توجه کامل نیست.

جامعه‌ای که امکان هدایت پنهان و دائمی ذهن شهروندان را فراهم کند، حتی اگر ظاهراً آزادی بیان را حفظ کرده باشد، در عمل یکی از پایه‌های آزادی را تضعیف کرده است. اندیشه آزاد زمانی شکل می‌گیرد که انسان فرصت انتخاب موضوع اندیشیدن را نیز داشته باشد.

اصل سوم: هیچ قدرتی نباید مالک ذهن انسان شود.

قدرت سیاسی، اقتصادی، مذهبی یا فناورانه، هر اندازه مشروع باشد، تنها تا جایی اعتبار دارد که استقلال ذهن انسان را محترم بشمارد. هیچ نظامی نباید خود را یگانه مرجع حقیقت معرفی کند یا با حذف روایت‌های دیگر، افق اندیشه را محدود سازد.

اصل چهارم: فناوری باید توانایی انتخاب انسان را افزایش دهد، نه اینکه جایگزین آن شود.

هوش مصنوعی، الگوریتم‌ها و سامانه‌های هوشمند زمانی در خدمت پیشرفت قرار می‌گیرند که قدرت تصمیم‌گیری آگاهانه را تقویت کنند. هر فناوری که انسان را به واکنش‌های پیش‌بینی‌پذیر و وابستگی دائمی سوق دهد، از هدف اصلی خود فاصله گرفته است.

اصل پنجم: کودکان نخستین امانت‌داران آینده‌اند.

ذهن کودک نباید میدان رقابت تبلیغات، بازی‌های اعتیادآور و مهندسی رفتاری قرار گیرد. جامعه‌ای که از توجه کودکان خود محافظت نمی‌کند، در حقیقت از آینده خویش محافظت نکرده است.

اصل ششم: آموزش، پرورش توجه است، نه انباشت اطلاعات.

وظیفه مدرسه تنها انتقال دانش نیست. آموزش باید توان تمرکز، تفکر انتقادی، گفت‌وگو، تأمل و تشخیص حقیقت را در انسان پرورش دهد. جامعه‌ای که تنها اطلاعات تولید کند، اما اندیشیدن را آموزش ندهد، در برابر پروپاگاندا آسیب‌پذیر خواهد بود.

اصل هفتم: رسانه امانت‌دار توجه عمومی است.

رسانه تنها تولیدکننده خبر نیست؛ بخشی از حافظه جمعی جامعه را شکل می‌دهد. بنابراین، مسئولیت آن فراتر از جذب مخاطب است. رسانه باید به جای تغذیه ترس و هیجان دائمی، به فهم، گفت‌وگو و آگاهی یاری رساند.

اصل هشتم: حکومت مشروع، حکومتی است که شهروندان را از خود بی‌نیاز کند.

دولت موفق، دولتی نیست که هر روز مرکز توجه جامعه باشد. حکومت کارآمد، با ایجاد ثبات، قانون و اعتماد، به مردم فرصت می‌دهد که به زندگی، خانواده، دانش، هنر، کار و آینده خود بیندیشند. اگر تمام توجه یک ملت همواره صرف حکومت شود، آزادی هنوز به کمال نرسیده است.

اصل نهم: اقتصاد باید از توجه انسان پاسداری کند.

رشد اقتصادی زمانی ارزشمند است که کیفیت زندگی را نیز ارتقا دهد. مدلی که سود خود را بر پایه وابستگی روانی، اضطراب دائمی و مصرف بی‌وقفه توجه بنا کند، هرچند موفق به نظر برسد، از منظر انسانی نیازمند بازنگری است.

اصل دهم: هر نسل وظیفه دارد آزادی ذهن نسل بعد را حفظ کند.

آیندگان تنها وارث سرزمین، منابع طبیعی یا ثروت اقتصادی ما نیستند؛ آنان وارث فرهنگ توجه ما نیز خواهند بود. اگر امروز ذهن انسان را به کالایی قابل معامله تبدیل کنیم، فردا آزادی را برای فرزندان خود دشوارتر خواهیم ساخت.

اصل یازدهم: جامعه آزاد، جامعه‌ای است که انسان بتواند از هیاهو فاصله بگیرد.

سکوت، مطالعه، گفت‌وگو، هنر، طبیعت و اندیشیدن، بخش‌هایی از زندگی‌اند که نباید قربانی سرعت، شتاب و هیجان دائمی شوند. تمدنی که فرصت تأمل را از دست بدهد، به تدریج توان داوری خردمندانه را نیز از دست خواهد داد.

اصل دوازدهم: حاکمیت بر توجه، شرط پایداری آزادی است.

آزادی تنها با تغییر حکومت‌ها حفظ نمی‌شود. هر نسل باید از نواز استقلال ذهن، حق انتخاب و کرامت انسان پاسداری کند. اگر انسان نتواند بر توجه خود فرمان براند، دیر یا زود دیگران بر آینده او فرمان خواهند راند.

این منشور پایان یک کتاب نیست؛ آغاز گفت‌وگویی است که احتمالاً در دهه‌های آینده بیش از هر زمان دیگری اهمیت خواهد یافت. همان‌گونه که نسل‌های پیشین درباره آزادی وجدان، حقوق زنان، آزادی مطبوعات و حقوق بشر اندیشیدند و برای تثبیت آنها کوشیدند، نسل حاضر نیز ناگزیر است درباره آزادی ذهن و حاکمیت بر توجه بیندیشد. شاید بسیاری از این اصول در آینده اصلاح، تکمیل یا بازتعریف شوند، اما امید من آن است که اصل بنیادین آنها پابرجا بماند؛ اینکه انسان، پیش از آنکه تولیدکننده، مصرف‌کننده، رأی‌دهنده یا کاربر باشد، موجودی صاحب کرامت، اختیار و اندیشه است و هیچ تمدنی، هر اندازه پیشرفته، حق ندارد این حقیقت را فراموش کند.

اگر این کتاب بتواند حتی اندکی به شکل‌گیری چنین گفت‌وگویی یاری رسانده باشد، رسالت خود را انجام داده است.

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 دربر گیرد. 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 فناورانه 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.

منابع و مطالعات تکمیلی

درآمد

کتاب «حاکمیت بر توجه» در مرز میان چند حوزه فکری و علمی شکل گرفته است. موضوع توجه را نمی‌توان تنها در قلمرو روان‌شناسی بررسی کرد، زیرا آنچه در آغاز یک فرایند ذهنی به نظر می‌رسد، در جهان معاصر با اقتصاد، فناوری، رسانه، سیاست، آموزش، آزادی و ساخت قدرت پیوند خورده است. شناخت ماهیت توجه، ما را به علوم شناختی و فلسفه ذهن می‌رساند؛ بررسی خرید و فروش آن، به اقتصاد و سرمایه‌داری دیجیتال راه می‌برد؛ مطالعه هدایت آن، ما را وارد حوزه تبلیغات، پروپاگاندا و قدرت سیاسی می‌کند؛ و پرسش از آینده آن، به هوش مصنوعی، حریم شناختی و حقوق بنیادین انسان پیوند می‌خورد.

از همین رو، منابع این کتاب به صورت فهرستی صرفاً الفبایی تنظیم نشده‌اند. هدف آن است که خواننده بتواند مسیرهای فکری تشکیل‌دهنده کتاب را ببیند و در صورت تمایل، هر یک از آنها را مستقلاً دنبال کند. برخی از آثار معرفی شده، منابع کلاسیک و پایه‌ای هستند و برخی به تحولات تازه جهان دیجیتال، الگوریتم‌ها و هوش مصنوعی می‌پردازند. همه این آثار لزوماً با یکدیگر هم‌نظر نیستند و گاه از دیدگاه‌های متفاوت یا حتی متعارض به انسان، فناوری و قدرت می‌نگرند. ارزش آنها دقیقاً در همین تنوع است، زیرا حاکمیت بر توجه تنها زمانی معنا می‌یابد که خواننده بتواند میان دیدگاه‌های مختلف حرکت کند، استدلال‌ها را مقایسه نماید و به داوری مستقل خود برسد.

بخش نخست: توجه، ذهن و محدودیت‌های شناختی انسان

مطالعه حاکمیت بر توجه باید از شناخت خود توجه آغاز شود. ذهن انسان ظرفیت نامحدودی برای دریافت و پردازش اطلاعات ندارد. توجه فرایندی انتخابی است و انسان در هر لحظه ناگزیر است بخش کوچکی از جهان پیرامون را برجسته کند و بخش‌های دیگر را در حاشیه قرار دهد. این محدودیت، نقضی تصادفی نیست، بلکه بخشی از معماری ذهن انسان است. بدون انتخاب، آگاهی در انبوه محرک‌ها فرو می‌ریزد؛ اما همین ضرورت انتخاب، ذهن را در برابر هدایت، تحریف و بهره‌برداری نیز آسیب‌پذیر می‌سازد.

William James

The Principles of Psychology

1890

[The Principles of Psychology 1890](#)

ویلیام جیمز در این اثر بنیادین، توجه را یکی از عناصر اصلی تجربه آگاهانه انسان بررسی می‌کند. تعریف مشهور او از توجه بر تصرف روشن و زنده ذهن به وسیله یک موضوع از میان چند امکان تأکید دارد. اهمیت این اثر برای کتاب حاضر در آن است که نشان می‌دهد توجه از همان آغاز شکل‌گیری روان‌شناسی جدید، نه موضوعی حاشیه‌ای، بلکه سازوکاری مرکزی در آگاهی انسان بوده است.

Herbert A. Simon

Administrative Behavior

1947

[Administrative Behavior 1947](#)

هربرت سایمون با طرح مفهوم عقلانیت محدود نشان داد که تصمیم‌گیرندگان انسانی نه اطلاعات کامل دارند و نه توان پردازش همه گزینه‌ها را. انسان در بسیاری از موارد به جای یافتن بهترین پاسخ ممکن، به پاسخ رضایت‌بخش بسنده می‌کند. این دیدگاه برای فهم اقتصاد توجه اهمیت بنیادین دارد، زیرا هرچه حجم اطلاعات افزایش یابد، محدودیت توجه و داوری انسان آشکارتر می‌شود.

Herbert A. Simon

Designing Organizations for an Information-Rich World

1971

[Designing Organizations for an Information-Rich World 1971](#)

سایمون در این نوشته بیان می‌کند که فراوانی اطلاعات، کمبود چیز دیگری را ایجاد می‌کند و آنچه اطلاعات مصرف می‌کند، توجه دریافت‌کنندگان است. این اندیشه یکی از پایه‌های نظری مفهوم اقتصاد توجه به شمار می‌آید. مسئله عصر دیجیتال کمبود داده نیست، بلکه کمبود ظرفیت انسانی برای انتخاب، فهم و استفاده معنادار از آن است.

Daniel Kahneman

Attention and Effort

1973

[Attention and Effort 1973](#)

کاهنمن توجه را منبعی محدود می‌بیند که باید میان فعالیت‌های ذهنی توزیع شود. این اثر نشان می‌دهد که انجام هم‌زمان وظایف و افزایش فشار شناختی چگونه عملکرد انسان را کاهش می‌دهد. مفهوم سرمایه محدود توجه در کتاب حاضر، از چنین برداشت‌هایی درباره ظرفیت محدود ذهن بهره می‌گیرد.

Daniel Kahneman

Thinking, Fast and Slow

2011

Thinking, Fast and Slow 2011

کاهنمن در این کتاب دو شیوه کلی تفکر را توضیح می‌دهد: تفکر سریع، خودکار و عاطفی، و تفکر آهسته، سنجیده و نیازمند تلاش. اقتصاد دیجیتال و پروپاگاندا اغلب می‌کوشند از واکنش‌های سریع و خودکار استفاده کنند، پیش از آنکه ذهن فرصت بررسی آرام و انتقادی پیدا کند. این اثر برای فهم رابطه میان توجه، قضاوت و دستکاری رفتاری ضروری است.

Michael I. Posner

Orienting of Attention

1980

Orienting of Attention 1980

پژوهش‌های مایکل پازنر از آثار پایه در علوم شناختی توجه‌اند. او نشان داد که جهت‌گیری توجه می‌تواند حتی پیش از حرکت چشم یا واکنش آشکار رخ دهد. این پژوهش‌ها روشن می‌کنند که توجه فرایندی قابل هدایت و اندازه‌گیری است و طراحی محیط می‌تواند پیش از تصمیم آگاهانه، مسیر پردازش ذهن را تغییر دهد.

Michael I. Posner and Mary K. Rothbart

Educating the Human Brain

2007

Educating the Human Brain 2007

این اثر ارتباط میان رشد مغز، شبکه‌های توجه و آموزش را بررسی می‌کند. اهمیت آن برای کتاب حاضر در این است که نشان می‌دهد توجه تنها ویژگی ثابت ذهن نیست، بلکه می‌توان آن را از دوران کودکی پرورش داد. آموزش در این معنا، صرفاً انتقال اطلاعات نیست، بلکه تقویت توان تمرکز، خودتنظیمی و کنترل شناختی است.

Mihaly Csikszentmihalyi

Flow: The Psychology of Optimal Experience

1990

Flow: The Psychology of Optimal Experience 1990

چیکسنت‌میهای می‌فهوم «غرقگی» را برای توصیف وضعیتی به کار می‌برد که فرد با تمرکز عمیق در فعالیتی معنادار حضور پیدا می‌کند. این اثر تصویری مثبت از توجه ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد که تمرکز نه تنها ابزار کار، بلکه منبع معنا، رضایت و شکوفایی انسان است.

Jonathan Crary

Suspensions of Perception: Attention, Spectacle, and Modern Culture

1999

[Suspensions of Perception: Attention, Spectacle, and Modern Culture 1999](#)

کرری تاریخ توجه در فرهنگ مدرن را بررسی می کند و نشان می دهد که چگونه صنعت، هنر، نمایش و فناوری های بصری بر شیوه دیدن انسان اثر گذاشته اند. این کتاب توجه را نه صرفاً یک فرایند درونی، بلکه پدیده ای تاریخی و اجتماعی معرفی می کند.

Winifred Gallagher

Rapt: Attention and the Focused Life

2009

[Rapt: Attention and the Focused Life 2009](#)

گالاگر بر این باور است که کیفیت زندگی تا حد زیادی با کیفیت توجه تعیین می شود. انسان همیشه نمی تواند رویدادهای زندگی را انتخاب کند، اما تا اندازه ای می تواند تعیین کند کدام بخش تجربه را در مرکز آگاهی خود قرار دهد. این اثر با اندیشه اصلی کتاب حاضر، یعنی پیوند میان توجه و شیوه زیستن، هماهنگی نزدیکی دارد.

Matthew B. Crawford

The World Beyond Your Head: On Becoming an Individual in an Age of Distraction

2015

[The World Beyond Your Head: On Becoming an Individual in an Age of Distraction 2015](#)

کرافورد توجه را موضوعی اخلاقی و سیاسی می داند و نشان می دهد که محیط های معاصر چگونه استقلال فرد را از طریق تصرف میدان ادراک محدود می کنند. او آزادی را نه رهایی کامل از جهان، بلکه توان ایجاد رابطه ای سنجیده و ماهرانه با واقعیت می بیند.

Jenny Odell

How to Do Nothing: Resisting the Attention Economy

2019

[How to Do Nothing: Resisting the Attention Economy 2019](#)

اودل از «هیچ کاری نکردن» به معنای کناره‌گیری از زندگی دفاع نمی‌کند، بلکه خواهان مقاومت در برابر الزام دائمی به تولید، واکنش و حضور آنلاین است. او بازگشت به مکان، طبیعت، جامعه محلی و مشاهده دقیق را راهی برای بازسازی توجه می‌داند.

بخش دوم: اقتصاد، بازار و کالایی شدن توجه

اقتصاد توجه زمانی شکل می‌گیرد که نگاه، زمان و واکنش انسان قابل اندازه‌گیری و درآمدزا شوند. شرکت‌های دیجیتال تنها کالا یا خدمات ارائه نمی‌کنند؛ بسیاری از آنها محیط‌هایی می‌سازند که هدف اصلی‌شان نگه داشتن کاربر، ثبت رفتار او و تبدیل احتمال واکنش آینده‌اش به ارزش اقتصادی است. در این ساختار، توجه از تجربه‌ای شخصی به دارایی قابل معامله تبدیل می‌شود.

Thomas H. Davenport and John C. Beck

The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business

2001

[The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business 2001](#)

این کتاب از نخستین آثاری بود که توجه را به عنوان ارز تازه کسب‌وکار معرفی کرد. نویسندگان توضیح می‌دهند که سازمان‌ها در محیطی سرشار از اطلاعات، برای جلب توجه کارکنان، مشتریان و مدیران با یکدیگر رقابت می‌کنند.

Richard A. Lanham

The Economics of Attention: Style and Substance in the Age of Information

2006

[The Economics of Attention: Style and Substance in the Age of Information 2006](#)

لنهام میان «ماده» و «سبک» در اقتصاد اطلاعات تمایز می‌گذارد و نشان می‌دهد که در جهانی پر از محتوا، شیوه ارائه و جلب نگاه اهمیتی فزاینده پیدا می‌کند. این اثر توجه را در پیوند با فرهنگ، طراحی و ارتباطات بررسی می‌کند.

Tim Wu

The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads

2016

[The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads 2016](#)

تیم وو تاریخ صنایع جلب توجه را از روزنامه‌های پرتیراژ و تبلیغات تا رادیو، تلویزیون و اینترنت دنبال می‌کند. این کتاب نشان می‌دهد که تجارت توجه پدیده‌ای کاملاً تازه نیست، اما فناوری دیجیتال آن را شخصی‌تر، مداوم‌تر و فراگیرتر کرده است.

Shoshana Zuboff

The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power

2019

[The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power 2019](#)

زوبوف اصطلاح «سرمایه‌داری نظارتی» را برای توصیف نظامی به کار می‌برد که تجربه انسانی را به داده رفتاری تبدیل می‌کند و از این داده برای پیش‌بینی و جهت دادن به رفتار آینده بهره می‌گیرد. این اثر یکی از مهم‌ترین منابع برای درک پیوند میان داده، توجه، قدرت اقتصادی و استقلال انسان است.

Nick Srnicek

Platform Capitalism

2016

[Platform Capitalism 2016](#)

سرنیچک پلتفرم‌های دیجیتال را به عنوان شکل تازه‌ای از بنگاه اقتصادی بررسی می‌کند که قدرت آنها بر گردآوری داده، ایجاد شبکه و واسطه‌گری میان گروه‌های مختلف استوار است. این کتاب به خواننده کمک می‌کند اقتصاد توجه را در چارچوب گسترده‌تر تحول سرمایه‌داری معاصر ببیند.

José van Dijck, Thomas Poell, and Martijn de Waal

The Platform Society: Public Values in a Connective World

2018

[The Platform Society: Public Values in a Connective World 2018](#)

نویسندگان نشان می‌دهند که پلتفرم‌ها دیگر تنها شرکت‌های فناوری نیستند، بلکه در آموزش، رسانه، حمل‌ونقل، سلامت و زندگی عمومی نقش زیرساختی پیدا کرده‌اند. پرسش محوری کتاب این است که چگونه می‌توان ارزش‌های عمومی را در محیطی حفظ کرد که منطق تجاری پلتفرم‌ها بر آن حاکم است.

Jaron Lanier

Who Owns the Future?

2013

[Who Owns the Future? 2013](#)

لنیر تمرکز داده و ثروت در شرکت‌های بزرگ دیجیتال را نقد می‌کند و می‌پرسد چرا افرادی که داده و محتوای اصلی نظام دیجیتال را تولید می‌کنند، سهم اندکی از ارزش اقتصادی حاصل از آن دارند. اثر او مسئله مالکیت داده، کار دیجیتال و تمرکز قدرت را به بحث توجه پیوند می‌دهد.

Jaron Lanier

Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now

2018

[Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now 2018](#)

این کتاب نقدی مستقیم بر مدل تجاری شبکه‌های اجتماعی است. لنیر استدلال می‌کند که مسئله تنها محتوای نامطلوب نیست، بلکه ساختاری است که برای تغییر رفتار، تولید وابستگی و فروش امکان تأثیرگذاری طراحی شده است.

Douglas Rushkoff

Throwing Rocks at the Google Bus: How Growth Became the Enemy of Prosperity

2016

[Throwing Rocks at the Google Bus: How Growth Became the Enemy of Prosperity 2016](#)

راشکوف نشان می‌دهد که الزام به رشد بی‌پایان چگونه شرکت‌های فناوری را به استخراج هرچه بیشتر داده، زمان و توجه سوق می‌دهد. او میان نوآوری دیجیتال و مدل‌های اقتصادی‌ای که بر آن تحمیل شده‌اند تمایز قائل می‌شود.

Daron Acemoglu and Simon Johnson

Power and Progress: Our Thousand-Year Struggle Over Technology and Prosperity

2023

[Power and Progress: Our Thousand-Year Struggle Over Technology and Prosperity 2023](#)

این کتاب نشان می‌دهد که فناوری به خودی خود تضمین‌کننده رفاه مشترک نیست. جهت توسعه فناوری و توزیع منافع آن به ساخت قدرت و انتخاب‌های نهادی بستگی دارد. این استدلال برای بحث حاکمیت بر توجه اهمیت دارد، زیرا آینده هوش مصنوعی نیز نه اجتناب‌ناپذیر، بلکه حاصل تصمیم‌های اجتماعی و سیاسی است.

بخش سوم: رسانه، تبلیغات، پروپاگاندا و ساخت واقعیت

قدرت رسانه تنها در انتقال اطلاعات نیست. رسانه‌ها با انتخاب موضوع، تکرار تصویر، تعیین زبان و ایجاد چارچوب، مشخص می‌کنند کدام بخش واقعیت برجسته و کدام بخش فراموش شود. پروپاگاندای شکل سازمان‌یافته این قدرت است و هدف آن تنها تغییر یک عقیده نیست؛ بلکه بازسازی محیطی است که در آن عقاید شکل می‌گیرند.

Walter Lippmann

Public Opinion

1922

[Public Opinion 1922](#)

لیپمن توضیح می‌دهد که انسان‌ها اغلب مستقیماً با جهان سیاسی و اجتماعی روبه‌رو نیستند، بلکه بر پایه «تصاویر درون ذهن» درباره آن داوری می‌کنند. رسانه‌ها در ساخت این تصاویر نقش تعیین‌کننده دارند. این کتاب از آثار کلاسیک در فهم افکار عمومی و واسطه‌گری رسانه‌ای واقعیت است.

Edward Bernays

Propaganda

1928

[Propaganda 1928](#)

برنیز از امکان «مهندسی رضایت» در جامعه مدرن سخن می‌گوید. اثر او هم سندی تاریخی درباره پیدایش روابط عمومی است و هم نمونه‌ای روشن از نگاه ابزاری به افکار و رفتار جمعی.

Harold D. Lasswell

Propaganda Technique in the World War

1927

[Propaganda Technique in the World War 1927](#)

لاسول روش‌های تبلیغاتی جنگ جهانی اول را بررسی می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه نمادها، دشمن‌سازی، تکرار و کنترل خبر می‌توانند جامعه را برای جنگ بسیج کنند. این اثر برای مطالعه ارتباط میان بحران، احساس و هدایت توجه عمومی اهمیت دارد.

Jacques Ellul

Propaganda: The Formation of Men's Attitudes

1962

Propaganda: The Formation of Men's Attitudes 1962

الول پروپاگاندا را نه مجموعه‌ای از دروغ‌های پراکنده، بلکه نظامی فراگیر می‌بیند که در جامعه صنعتی و رسانه‌ای شکل می‌گیرد. او نشان می‌دهد که حتی انسان تحصیل کرده نیز ممکن است در برابر پروپاگاندا آسیب‌پذیر باشد، به‌ویژه زمانی که به حجم زیادی از اخبار وابسته است اما فرصت بررسی عمیق آنها را ندارد.

Marshall McLuhan

Understanding Media: The Extensions of Man

1964

Understanding Media: The Extensions of Man 1964

مک‌لوهان با جمله مشهور «رسانه همان پیام است» توجه را از محتوای پیام به ساختار خود رسانه منتقل کرد. هر فناوری ارتباطی، صرف‌نظر از محتوایی که انتقال می‌دهد، نسبت انسان با زمان، مکان، جامعه و ادراک را تغییر می‌دهد.

Neil Postman

Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business

1985

Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business 1985

پستمن هشدار می‌دهد که تلویزیون گفت‌وگوی عمومی را به قالب سرگرمی تبدیل می‌کند. مشکل تنها وجود مطالب سطحی نیست، بلکه این است که منطق نمایش بر سیاست، آموزش و خبر حاکم می‌شود. استدلال او در عصر شبکه‌های اجتماعی و ویدئوهای کوتاه اهمیتی تازه یافته است.

Noam Chomsky and Edward S. Herman

Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media

1988

Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media 1988

نویسندگان مدلی برای توضیح تأثیر مالکیت، تبلیغات، منابع رسمی و فشار سیاسی بر رسانه‌ها ارائه می‌کنند. این کتاب نشان می‌دهد که محدود شدن گفت‌وگوی عمومی همیشه به سانسور مستقیم نیاز ندارد و می‌تواند از ساختارهای اقتصادی و نهادی نیز ناشی شود.

George Lakoff

Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate

2004

[Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate 2004](#)

لاکاف نشان می‌دهد که زبان و چارچوب‌های مفهومی چگونه بر ادراک سیاسی اثر می‌گذارند. انتخاب واژه‌ها تنها آرایش گفتار نیست؛ هر واژه شبکه‌ای از ارزش‌ها و فرض‌ها را فعال می‌کند و میدان توجه مخاطب را شکل می‌دهد.

George Lakoff and Mark Johnson

Metaphors We Live By

1980

[Metaphors We Live By 1980](#)

این کتاب توضیح می‌دهد که استعاره‌ها تنها ابزار ادبی نیستند، بلکه ساختار اندیشه و تجربه را سازمان می‌دهند. انسان از طریق استعاره‌ها مسائل پیچیده را می‌فهمد، اما همین استعاره‌ها می‌توانند بخش‌هایی از واقعیت را آشکار و بخش‌هایی دیگر را پنهان کنند.

Robert B. Cialdini

Influence: The Psychology of Persuasion

1984

[Influence: The Psychology of Persuasion 1984](#)

چالدینی اصولی چون تأیید اجتماعی، کمیایی، اقتدار، مقابله به مثل و تعهد را در فرایند اقناع بررسی می‌کند. این اثر برای شناخت راه‌هایی اهمیت دارد که تصمیم انسان می‌تواند بدون استدلال مفصل و از طریق نشانه‌های محیطی هدایت شود.

Robert B. Cialdini

Pre-Suasion: A Revolutionary Way to Influence and Persuade

2016

[Pre-Suasion: A Revolutionary Way to Influence and Persuade 2016](#)

چالدینی در این کتاب نشان می‌دهد که آنچه پیش از ارائه پیام در مرکز توجه مخاطب قرار می‌گیرد، می‌تواند واکنش او به خود پیام را تغییر دهد. به این ترتیب، کنترل زمینه و لحظه توجه گاه از محتوای استدلال مهم‌تر می‌شود.

Siva Vaidhyanathan

Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy

2018

[Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy 2018](#)

وایدیاناتان تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دموکراسی، نظارت، قطبی‌شدن و تبلیغات سیاسی را بررسی می‌کند. او مسئله را به رفتار چند کاربر یا انتشار چند خبر نادرست محدود نمی‌داند، بلکه آن را پیامد ساختار و مدل تجاری پلتفرم می‌بیند.

Yochai Benkler, Robert Faris, and Hal Roberts

Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics

2018

[Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics 2018](#)

این اثر ساختار رسانه‌های شبکه‌ای و انتشار اطلاعات سیاسی را تحلیل می‌کند. نویسندگان نشان می‌دهند که اطلاعات نادرست تنها محصول فناوری نیست و باید آن را در ارتباط با نهادهای فرهنگ سیاسی و ساختار رسانه‌ای بررسی کرد.

بخش چهارم: فناوری دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و فرسایش توجه

فناوری دیجیتال توان دسترسی انسان به دانش، ارتباط و خلاقیت را به‌طور چشمگیری گسترش داده است، اما هم‌زمان محیطی ایجاد کرده که در آن وقفه، اعلان، سرعت و واکنش دائمی به وضعیت عادی زندگی تبدیل شده‌اند. مسئله این بخش مخالفت با فناوری نیست؛ بلکه فهم تأثیر طراحی فناوری بر عادت، حافظه، گفت‌وگو و توان تمرکز است.

Nicholas Carr

The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains

2010

[The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains 2010](#)

کار استدلال می‌کند که استفاده مداوم از اینترنت و حرکت سریع میان پیوندها و محرک‌ها، عادت‌های ذهنی انسان را تغییر می‌دهد. او نگران تضعیف مطالعه عمیق، تأمل و حافظه پایدار است. این اثر یکی از منابع اصلی بحث درباره رابطه میان فناوری دیجیتال و فرسایش تمرکز است.

Nicholas Carr

The Glass Cage: Automation and Us

2014

The Glass Cage: Automation and Us 2014

این کتاب به پیامدهای واگذاری مهارت و تصمیم‌گیری به سامانه‌های خودکار می‌پردازد. کار نشان می‌دهد که خودکارسازی، اگر بدون توجه به نقش فعال انسان طراحی شود، می‌تواند توانایی، داوری و احساس مسئولیت او را تضعیف کند.

Sherry Turkle

Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other

2011

Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other 2011

ترکل رابطه انسان با تلفن همراه، ربات‌ها و شبکه‌های ارتباطی را بررسی می‌کند. او نشان می‌دهد که اتصال دائمی الزاماً به ارتباط عمیق‌تر نمی‌انجامد و گاه گفت‌وگوی انسانی را به پیام‌های کوتاه، کنترل‌شده و کم‌خطر تبدیل می‌کند.

Sherry Turkle

Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age

2015

Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age 2015

این کتاب از گفت‌وگوی رودررو به‌عنوان فضایی برای همدلی، اندیشیدن و رشد انسانی دفاع می‌کند. توجه کامل به دیگری، در نگاه ترکل، نه یک ادب ساده، بلکه شرط شکل‌گیری رابطه و شخصیت است.

Adam Alter

Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked

2017

Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked 2017

آلتر سازوکارهای طراحی فناوری‌های اعتیادآور را بررسی می‌کند؛ از پاداش متغیر و اهداف پایان‌ناپذیر تا تأیید اجتماعی. اثر او نشان می‌دهد که وابستگی دیجیتال را نمی‌توان صرفاً ضعف اراده فرد دانست، زیرا بسیاری از محصولات عمداً برای افزایش تکرار رفتار طراحی شده‌اند.

Nir Eyal

Hooked: How to Build Habit-Forming Products

2014

[Hooked: How to Build Habit-Forming Products 2014](#)

این کتاب چرخه‌ای شامل محرک، عمل، پاداش متغیر و سرمایه‌گذاری را برای طراحی محصولات عادت‌ساز توضیح می‌دهد. مطالعه آن برای فهم منطق طراحی پلتفرم‌ها مفید است، حتی اگر خواننده با جهت‌گیری تجاری نویسنده موافق نباشد.

Cal Newport

Deep Work: Rules for Focused Success in a Distracted World

2016

[Deep Work: Rules for Focused Success in a Distracted World 2016](#)

نیوپورت از توان انجام کار عمیق و بدون وقفه به‌عنوان مهارتی کمیاب و ارزشمند دفاع می‌کند. هرچند کتاب بیشتر به زندگی حرفه‌ای می‌پردازد، استدلال آن درباره ضرورت حفاظت از تمرکز با مفهوم سرمایه توجه ارتباط مستقیم دارد.

Cal Newport

Digital Minimalism: Choosing a Focused Life in a Noisy World

2019

[Digital Minimalism: Choosing a Focused Life in a Noisy World 2019](#)

مینیمالیسم دیجیتال در این کتاب به معنای حذف فناوری نیست، بلکه انتخاب محدود و آگاهانه ابزارهایی است که از ارزش‌های اصلی زندگی حمایت می‌کنند. نیوپورت پیشنهاد می‌کند رابطه انسان با فناوری از حالت پیش‌فرض و منفعل به رابطه‌ای انتخابی تبدیل شود.

James Williams

Stand Out of Our Light: Freedom and Resistance in the Attention Economy

2018

[Stand Out of Our Light: Freedom and Resistance in the Attention Economy 2018](#)

ویلیامز، که خود در صنعت فناوری فعالیت کرده است، اقتصاد توجه را تهدیدی برای آزادی انسان می‌داند. او میان توجه لحظه‌ای، پیگیری هدف‌های بلندمدت و توان تعیین معنای زندگی تمایز می‌گذارد و نشان می‌دهد که طراحی دیجیتال می‌تواند هر سه سطح را تضعیف کند.

Tristan Harris and Aza Raskin

Center for Humane Technology: Essays, Testimony, and Public Educational Materials

[Center for Humane Technology: Essays, Testimony, and Public Educational Materials](#)

آثار و سخنرانی‌های مرکز فناوری انسانی، مدل تجاری پلتفرم‌ها، طراحی اقناعی، قطبی‌شدن و خطرهای هوش مصنوعی را برای مخاطب عمومی توضیح داده‌اند. اهمیت این مجموعه در پیوند دادن تجربه طراحان فناوری با بحث مسئولیت اخلاقی و اصلاح ساختارهای دیجیتال است.

Eli Pariser

The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You

2011

[The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You 2011](#)

پریزر توضیح می‌دهد که شخصی‌سازی الگوریتمی می‌تواند هر کاربر را در محیط اطلاعاتی متفاوتی قرار دهد. این وضعیت نه تنها بر مصرف محتوا، بلکه بر تصور انسان از جامعه، اختلاف و واقعیت مشترک اثر می‌گذارد.

Safiya Umoja Noble

Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism

2018

[Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism 2018](#)

نوبل نشان می‌دهد که نتایج موتورهای جست‌وجو و سامانه‌های الگوریتمی خنثی نیستند و می‌توانند پیش‌داوری‌های اجتماعی و منافع تجاری را بازتولید کنند. این اثر اهمیت بررسی قدرت پنهان در طبقه‌بندی و رتبه‌بندی اطلاعات را آشکار می‌سازد.

Cathy O'Neil

Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy

2016

اونیل مدل‌های ریاضی پر قدرت، گسترده و غیرشفافی را بررسی می‌کند که بر استخدام، اعتبار، آموزش و عدالت اثر می‌گذارند. این کتاب نشان می‌دهد که تصمیم‌گیری الگوریتمی، در صورت نبود شفافیت و امکان اعتراض، می‌تواند نابرابری را تقویت کند.

Frank Pasquale

The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information

2015

[The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information 2015](#)

پاسکوال تمرکز قدرت در سامانه‌های محرمانه رتبه‌بندی، اعتبارسنجی و جست‌وجو را نقد می‌کند. او بر ضرورت شفافیت، پاسخ‌گویی و نظارت عمومی بر الگوریتم‌هایی تأکید دارد که فرصت‌ها و اطلاعات قابل مشاهده را تعیین می‌کنند.

بخش پنجم: هوش مصنوعی، آزادی شناختی و حقوق ذهن

با گسترش هوش مصنوعی، مسئله توجه از طراحی صفحه نمایش و تبلیغات فراتر می‌رود. سامانه‌های هوشمند می‌توانند ترجیح‌های فرد را استنباط کنند، زبان اقناعی شخصی بسازند، حالات عاطفی را تحلیل کنند و محتوایی تولید نمایند که برای هر مخاطب به‌طور جداگانه تنظیم شده است. از همین رو، مفاهیمی چون آزادی شناختی، حریم ذهنی، تمامیت روانی و حاکمیت شناختی وارد مباحث حقوقی و اخلاقی شده‌اند.

Norbert Wiener

The Human Use of Human Beings: Cybernetics and Society

1950

[The Human Use of Human Beings: Cybernetics and Society 1950](#)

وینر از نخستین اندیشمندانی بود که درباره پیامدهای انسانی و اجتماعی خودکارسازی و کنترل بازخوردی هشدار داد. عنوان کتاب نیز بر پرسش مرکزی آن تأکید دارد: چگونه می‌توان از فناوری برای انسان استفاده کرد، بی‌آنکه انسان خود به جزء قابل کنترل ماشین تبدیل شود؟

Joseph Weizenbaum

Computer Power and Human Reason: From Judgment to Calculation

1976

[Computer Power and Human Reason: From Judgment to Calculation 1976](#)

وایزنباوم میان محاسبه ماشینی و داوری انسانی تمایز می‌گذارد. او هشدار می‌دهد که توان انجام یک کار به وسیله رایانه، به خودی خود دلیل مناسبی برای واگذاری آن کار نیست. برخی تصمیم‌ها نیازمند مسئولیت، همدلی و فهم انسانی‌اند.

Stuart Russell

Human Compatible: Artificial Intelligence and the Problem of Control

2019

[Human Compatible: Artificial Intelligence and the Problem of Control 2019](#)

راسل مسئله هم‌راستایی هوش مصنوعی با ارزش‌های انسانی را بررسی می‌کند. او استدلال می‌کند که ماشین‌های بسیار توانمند نباید اهدافی ثابت و قطعی داشته باشند که بدون درک ترجیح‌های پیچیده و متغیر انسان دنبال شوند.

Brian Christian

The Alignment Problem: Machine Learning and Human Values

2020

[The Alignment Problem: Machine Learning and Human Values 2020](#)

کریستین تاریخ و دشواری‌های هماهنگ کردن سامانه‌های یادگیری ماشینی با ارزش‌های انسانی را روایت می‌کند. کتاب نشان می‌دهد که داده‌ها و معیارهای ظاهراً فنی، انتخاب‌های اخلاقی و اجتماعی را در خود پنهان دارند.

Kate Crawford

Atlas of AI: Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence

2021

[Atlas of AI: Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence 2021](#)

کرافورد هوش مصنوعی را نه موجودی انتزاعی، بلکه نظامی مادی و سیاسی می‌داند که بر منابع طبیعی، نیروی کار، داده و طبقه‌بندی اجتماعی تکیه دارد. این اثر کمک می‌کند بحث هوش مصنوعی از شیفتگی صرف به توانایی‌های فنی فراتر رود و به ساخت قدرت توجه کند.

Luciano Floridi

The Ethics of Information

2013

[The Ethics of Information 2013](#)

فلورییدی چارچوبی فلسفی برای بررسی اخلاق در محیط اطلاعاتی ارائه می‌دهد. او انسان را درون جهانی از روابط و موجودیت‌های اطلاعاتی می‌بیند و مسئولیت اخلاقی را به طراحی و نگهداری این محیط گسترش می‌دهد.

Luciano Floridi et al.

AI4People—An Ethical Framework for a Good AI Society

2018

[AI4People—An Ethical Framework for a Good AI Society 2018](#)

این مقاله اصولی چون سودمندی، پرهیز از آسیب، خودمختاری، عدالت و توضیح‌پذیری را برای جامعه مبتنی بر هوش مصنوعی مطرح می‌کند. اهمیت آن در تلاش برای تبدیل ارزش‌های اخلاقی به چارچوبی قابل استفاده در سیاست‌گذاری است.

Rafael Yuste et al.

Four Ethical Priorities for Neurotechnologies and AI

2017

[Four Ethical Priorities for Neurotechnologies and AI 2017](#)

نویسندگان به پیامدهای همگرایی علوم اعصاب و هوش مصنوعی می‌پردازند و موضوعاتی مانند حریم ذهنی، هویت، اختیار و عدالت را برجسته می‌کنند. این نوشته از منابع مهم در شکل‌گیری بحث «حقوق عصبی» است.

Marcello Ienca and Roberto Andorno

Towards New Human Rights in the Age of Neuroscience and Neurotechnology

2017

[Towards New Human Rights in the Age of Neuroscience and Neurotechnology 2017](#)

این مقاله از نیاز به حقوقی مانند آزادی شناختی، حریم ذهنی، تمامیت ذهنی و تداوم روان‌شناختی سخن می‌گوید. این مفاهیم با بحث حاکمیت بر توجه ارتباط مستقیم دارند، زیرا هر دو از حق انسان بر قلمرو درونی خویش دفاع می‌کنند.

Nita A. Farahany

The Battle for Your Brain: Defending the Right to Think Freely in the Age of Neurotechnology

2023

[The Battle for Your Brain: Defending the Right to Think Freely in the Age of Neurotechnology 2023](#)

فراهمانی تحولات فناوری‌های خواندن و تحلیل فعالیت مغز را بررسی می‌کند و از ضرورت حفاظت حقوقی از آزادی اندیشه سخن می‌گوید. کتاب او نشان می‌دهد که حریم ذهنی دیگر تنها استعاره‌ای فلسفی نیست و ممکن است به مسئله‌ای عملی در حقوق و محیط کار تبدیل شود.

Susie Alegre

Freedom to Think: The Long Struggle to Liberate Our Minds

2022

[Freedom to Think: The Long Struggle to Liberate Our Minds 2022](#)

آلگره تاریخ آزادی اندیشه را با چالش‌های فناوری جدید پیوند می‌دهد. او استدلال می‌کند که آزادی فکر، اگرچه در اسناد حقوق بشر به رسمیت شناخته شده، در مقایسه با آزادی بیان کمتر مورد توجه حقوقی قرار گرفته است.

Jan Christoph Bublitz

My Mind Is Mine!? Cognitive Liberty as a Legal Concept

2013

[My Mind Is Mine!? Cognitive Liberty as a Legal Concept 2013](#)

بوبلیتز مفهوم آزادی شناختی را از منظر حقوقی بررسی می‌کند و می‌پرسد چگونه می‌توان از ذهن انسان در برابر مداخله، تغییر و کنترل ناخواسته حمایت کرد. این مقاله یکی از منابع نظری مهم برای تعریف ذهن به عنوان قلمروی حقوقی است.

Karen Yeung

“Hypnudge”: Big Data as a Mode of Regulation by Design

2017

[“Hypnudge”: Big Data as a Mode of Regulation by Design 2017](#)

یئونگ توضیح می‌دهد که کلان داده و طراحی محیط دیجیتال چگونه می‌توانند رفتار را به طور پیوسته و شخصی هدایت کنند. «فراتلنگر» از تلنگر سنتی فراتر می‌رود، زیرا لحظه به لحظه با داده‌های تازه سازگار می‌شود و ممکن است برای فرد نامرئی باقی بماند.

Mireille Hildebrandt

Smart Technologies and the End(s) of Law

2015

Smart Technologies and the End(s) of Law 2015

هیلدبرانت پیامدهای فناوری‌های هوشمند، پیش‌بینی رفتاری و تنظیم‌گری الگوریتمی را برای حاکمیت قانون بررسی می‌کند. او بر اهمیت حفظ ابهام، امکان اعتراض و قابلیت پیش‌بینی حقوقی در برابر قدرت سامانه‌های داده‌محور تأکید دارد.

Council of Europe

Framework Convention on Artificial Intelligence and Human Rights, Democracy and the Rule of

Law

2024

Framework Convention on Artificial Intelligence and Human Rights, Democracy and the Rule of Law

2024

این سند بین‌المللی بر ضرورت هماهنگی چرخه زندگی سامانه‌های هوش مصنوعی با حقوق بشر، دموکراسی و حاکمیت قانون تأکید دارد. مطالعه آن برای تبدیل مباحث نظری کتاب به چارچوب‌های نهادی و سیاستی سودمند است.

UNESCO

Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence

2021

Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence 2021

توصیه‌نامه یونسکو مجموعه‌ای از اصول اخلاقی درباره کرامت انسانی، شفافیت، مسئولیت، حریم خصوصی، تبعیض و نظارت انسانی ارائه می‌کند. این سند نشان می‌دهد که اخلاق هوش مصنوعی تنها بحثی دانشگاهی نیست و به حوزه سیاست عمومی جهانی وارد شده است.

European Union

Artificial Intelligence Act

2024

Artificial Intelligence Act 2024

قانون هوش مصنوعی اتحادیه اروپا رویکردی مبتنی بر سطح خطر اتخاذ کرده و برخی کاربردهای دستکاری‌کننده یا بهره‌بردار از آسیب‌پذیری انسان را محدود می‌کند. این قانون، با وجود کاستی‌ها و بحث‌های پیرامون آن، نمونه مهمی از تلاش برای تبدیل اصول اخلاقی به الزامات حقوقی است.

بخش ششم: آزادی، قدرت، استبداد و مسئولیت شهروندی

حاکمیت بر توجه بدون نظریه‌ای درباره آزادی و قدرت کامل نمی‌شود. آزادی تنها نبود مانع آشکار نیست؛ انسان ممکن است بدون زندان و سانسور مستقیم نیز در محیطی زندگی کند که زبان، ترس، عادت و وابستگی، افق انتخاب او را محدود ساخته‌اند. از سوی دیگر، آزادی پایدار تنها با اراده فردی حفظ نمی‌شود و به نهادهایی نیاز دارد که قدرت را محدود، حقیقت را قابل بررسی و اختلاف را قابل تحمل سازند.

John Stuart Mill

On Liberty

1859

[On Liberty 1859](#)

میل از آزادی اندیشه، بیان و شیوه زندگی فرد در برابر فشار حکومت و اکثریت دفاع می‌کند. اصل زیان او همچنان یکی از پایه‌های بحث درباره حدود مداخله قدرت است. در چارچوب کتاب حاضر، پرسش تازه این است که آیا دستکاری پنهان توجه نیز می‌تواند شکلی از آسیب به استقلال انسان باشد.

Alexis de Tocqueville

Democracy in America

1835–1840

[Democracy in America 1835–1840](#)

توکویل علاوه بر نهادهای دموکراتیک، به عادت‌ها، انجمن‌ها و فرهنگ شهروندی توجه دارد. او خطر استبداد نرم و فشار افکار عمومی را نیز می‌بیند؛ قدرتی که لزوماً بدن را زندانی نمی‌کند، اما می‌تواند استقلال داوری را محدود سازد.

Hannah Arendt

The Origins of Totalitarianism

1951

[The Origins of Totalitarianism 1951](#)

آرنت ریشه‌ها و ساختارهای تمامیت‌خواهی را در پیوند با ایدئولوژی، ترور، تنهایی اجتماعی و نابودی واقعیت مشترک بررسی می‌کند. این اثر برای فهم نظام‌هایی اهمیت دارد که نه تنها رفتار، بلکه حافظه و معنای جهان را هدف قرار می‌دهند.

Hannah Arendt

The Human Condition

1958

[The Human Condition 1958](#)

آرنت میان کار برای بقا، ساختن جهان پایدار و کنش سیاسی تمایز می‌گذارد. جامعه آزاد به فضایی عمومی نیاز دارد که انسان‌ها بتوانند در آن دیده شوند، سخن بگویند و آغازگر عملی تازه باشند. توجه مشترک به جهان عمومی، شرط چنین فضایی است.

Hannah Arendt

“Truth and Politics”

1967

[“Truth and Politics” 1967](#)

آرنت رابطه دشوار حقیقت و قدرت سیاسی را بررسی می‌کند. او نشان می‌دهد که دروغ سازمان‌یافته می‌تواند مرز میان واقعیت و خیال را تضعیف کند و توان داوری شهروندان را از میان ببرد.

George Orwell

Nineteen Eighty-Four

1949

[Nineteen Eighty-Four 1949](#)

رمان اورول تنها درباره نظارت فیزیکی نیست؛ درباره کنترل زبان، حافظه، تاریخ و امکان اندیشیدن است. «زبان نو» نشان می‌دهد که محدود کردن واژه‌ها چگونه می‌تواند محدوده اندیشه را نیز محدود سازد.

George Orwell

“Politics and the English Language”

1946

[“Politics and the English Language” 1946](#)

اورول زبان مبهم و فرسوده سیاسی را نقد می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه واژه‌های بی‌معنا می‌توانند خشونت و دروغ را پنهان کنند. روشن‌نویسی در این نگاه، بخشی از مسئولیت اخلاقی و مقاومت در برابر تحریف است.

Aldous Huxley

Brave New World

1932

[Brave New World 1932](#)

هاکسلی جهانی را تصور می‌کند که کنترل در آن نه صرفاً از راه ترس، بلکه از طریق لذت، سرگرمی، مصرف و شرطی‌سازی صورت می‌گیرد. این تصویر با بسیاری از نگرانی‌های اقتصاد توجه درباره سلطه از راه رضایت و وابستگی هم‌خوان است.

Aldous Huxley

Brave New World Revisited

1958

[Brave New World Revisited 1958](#)

هاکسلی سال‌ها پس از رمان خود، تبلیغات، مصرف‌گرایی، فناوری و روان‌شناسی جمعی را در جهان واقعی بررسی می‌کند. او هشدار می‌دهد که آزادی ممکن است نه با حمله‌ای ناگهانی، بلکه با عادت کردن مردم به سرگرمی و هدایت دائمی فرسوده شود.

Karl Popper

The Open Society and Its Enemies

1945

[The Open Society and Its Enemies 1945](#)

پوپر از جامعه باز دفاع می‌کند؛ جامعه‌ای که در آن هیچ قدرتی صاحب حقیقت نهایی نیست و سیاست‌ها می‌توانند نقد، اصلاح و جایگزین شوند. این اصل با حاکمیت بر توجه پیوند دارد، زیرا ذهن آزاد نیازمند دسترسی به روایت‌های متفاوت و امکان تصحیح خطاست.

Isaiah Berlin

“Two Concepts of Liberty”

1958

[“Two Concepts of Liberty” 1958](#)

برلین میان آزادی منفی، یعنی نبود دخالت، و آزادی مثبت، یعنی توان خودفرمانی، تمایز می‌گذارد. حاکمیت بر توجه هر دو بعد را دربر می‌گیرد: رهایی از دستکاری و برخورداری از توان واقعی برای هدایت ذهن و زندگی.

Erich Fromm

Escape from Freedom

1941

[Escape from Freedom 1941](#)

فروم نشان می‌دهد که انسان ممکن است از بار مسئولیت آزادی بگریزد و خود را به اقتدار، هم‌رنگی یا ایدئولوژی بسپارد. این اثر یادآوری می‌کند که آزادی تنها حق بیرونی نیست؛ نیازمند بلوغ، تحمل ابهام و پذیرش مسئولیت انتخاب نیز هست.

Michel Foucault

Discipline and Punish: The Birth of the Prison

1975

[Discipline and Punish: The Birth of the Prison 1975](#)

فوکو تحول قدرت از مجازات آشکار به نظارت، انضباط و درونی شدن کنترل را بررسی می‌کند. مفهوم نظارت دائمی برای فهم جامعه دیجیتال اهمیت تازه‌ای یافته است، زیرا فرد ممکن است رفتار خود را بر پایه احتمال دیده شدن تنظیم کند.

Michel Foucault

The History of Sexuality, Volume I

1976

[The History of Sexuality, Volume I 1976](#)

فوکو قدرت را تنها سرکوبگر نمی‌بیند؛ قدرت دانش، هویت، زبان و دسته‌بندی نیز تولید می‌کند. این دیدگاه برای درک سامانه‌هایی سودمند است که نه فقط انتخاب‌های موجود، بلکه خود ترجیح‌ها و تصویر انسان از خویش را شکل می‌دهند.

Václav Havel

The Power of the Powerless

1978

[The Power of the Powerless 1978](#)

هاول توضیح می‌دهد که نظام پستامیت‌خواه چگونه از مشارکت روزمره مردم در نمایش ظاهری ایدئولوژی نیرو می‌گیرد. «زندگی در حقیقت» در نگاه او شکستن همین چرخه و بازپس‌گیری مسئولیت فردی است.

Timothy Snyder

On Tyranny: Twenty Lessons from the Twentieth Century

2017

[On Tyranny: Twenty Lessons from the Twentieth Century 2017](#)

اسنایدر درس‌هایی کوتاه درباره مقاومت در برابر اقتدارگرایی ارائه می‌کند. اهمیت اثر او برای بحث توجه در این است که استبداد از عادت، تسلیم پیشاپیش و فرسودگی حافظه تاریخی بهره می‌گیرد.

Jason Stanley

How Propaganda Works

2015

[How Propaganda Works 2015](#)

استنلی رابطه پروپاگاندا با ایدئولوژی، نابرابری و زبان سیاسی را بررسی می‌کند. او نشان می‌دهد که پروپاگاندا همیشه آشکارا دروغ نمی‌گوید؛ گاه از ارزش‌های پذیرفته‌شده استفاده می‌کند تا اهدافی مخالف همان ارزش‌ها را پیش ببرد.

Jason Stanley

How Fascism Works: The Politics of Us and Them

2018

[How Fascism Works: The Politics of Us and Them 2018](#)

این اثر شیوه‌هایی چون گذشته اسطوره‌ای، دشمن‌سازی، حمله به حقیقت، قربانی‌نمایی و ترس جنسی را در سیاست فاشیستی بررسی می‌کند. این سازوکارها در درجه نخست برای تصرف و قطبی کردن توجه عمومی به کار می‌روند.

بخش هفتم: ایران، استبداد دینی و بازسازی توجه ملی

بحث حاکمیت بر توجه در ایران باید در بستر تاریخی و سیاسی خاص کشور بررسی شود. حکومت جمهوری اسلامی تنها از ابزارهای معمول اقتدارگرایی استفاده نکرده، بلکه دین دولتی، بحران خارجی، ناامنی اقتصادی، سانسور، دشمن‌سازی و مداخله در زندگی خصوصی را به اجزای یک نظام فراگیر کنترل تبدیل کرده است. نتیجه این وضعیت، اشغال بخش بزرگی از وقت و توان ذهنی جامعه با حکومت و بحران‌های تولیدشده یا تشدیدشده به وسیله آن است.

منابع این بخش باید در نسخه نهایی کتاب، براساس میزان استفاده مستقیم در فصل مربوط به ایران تکمیل شوند. از آنجا که کتاب حاضر اثری درباره تاریخ جامع جمهوری اسلامی نیست، بهتر است تنها منابعی انتخاب شوند که به ساخت قدرت، ایدئولوژی، رسانه، سرکوب و جامعه مدنی ارتباط مستقیم دارند.

Ervand Abrahamian

Iran Between Two Revolutions

1982

[Iran Between Two Revolutions 1982](#)

آبراهامیان تحولات اجتماعی و سیاسی ایران را از اواخر دوره قاجار تا انقلاب ۱۳۵۷ بررسی می‌کند. این کتاب برای شناخت نیروهای اجتماعی، طبقاتی و سازمانی‌ای که زمینه انقلاب را شکل دادند اهمیت دارد.

Ervand Abrahamian

A History of Modern Iran

2008

[A History of Modern Iran 2008](#)

این اثر روایتی فشرده از تاریخ سیاسی ایران مدرن ارائه می‌کند و برای خواننده‌ای که به زمینه تاریخی شکل‌گیری جمهوری اسلامی نیاز دارد، نقطه آغاز مناسبی است.

Ervand Abrahamian

Tortured Confessions: Prisons and Public Recantations in Modern Iran

1999

[Tortured Confessions: Prisons and Public Recantations in Modern Iran 1999](#)

آبراهامیان اعترافات اجباری و نمایش‌های سیاسی را در ایران بررسی می‌کند. این اثر نشان می‌دهد که هدف سرکوب تنها گرفتن اطلاعات یا مجازات فرد نیست، بلکه بازسازی روایت عمومی و تحمیل زبان حکومت بر قربانی نیز هست.

Said Amir Arjomand

The Turban for the Crown: The Islamic Revolution in Iran

1988

[The Turban for the Crown: The Islamic Revolution in Iran 1988](#)

ارجومند ساختار اجتماعی، مذهبی و سیاسی انقلاب اسلامی و شکل‌گیری حکومت روحانیان را تحلیل می‌کند. این کتاب برای فهم تبدیل نهاد دینی به ساختار حکومتی اهمیت دارد.

Hamid Algar

Religion and State in Iran, 1785–1906

1969

[Religion and State in Iran, 1785–1906 1969](#)

این اثر رابطه روحانیت و دولت را در دوره قاجار بررسی می‌کند و به فهم ریشه‌های تاریخی نفوذ سیاسی نهاد مذهبی کمک می‌رساند.

Nikki R. Keddie

Modern Iran: Roots and Results of Revolution

2003

[Modern Iran: Roots and Results of Revolution 2003](#)

کدی انقلاب ایران را در زمینه تحولات اقتصادی، اجتماعی، دینی و سیاسی بلندمدت بررسی می‌کند. اثر او برای مقایسه تفسیرهای متفاوت درباره علل انقلاب سودمند است.

Misagh Parsa

Social Origins of the Iranian Revolution

1989

[Social Origins of the Iranian Revolution 1989](#)

پارسا بر نقش ائتلاف‌های اجتماعی، تعارض‌های طبقاتی و سیاست‌های دولت در شکل‌گیری انقلاب تمرکز می‌کند. این کتاب نشان می‌دهد که انقلاب را نمی‌توان تنها با ایدئولوژی یا رهبری فردی توضیح داد.

Misagh Parsa

Democracy in Iran: Why It Failed and How It Might Succeed

2016

[Democracy in Iran: Why It Failed and How It Might Succeed 2016](#)

پارسیا موانع تاریخی و نهادی دموکراسی در ایران و ظرفیت نیروهای اجتماعی برای گذار سیاسی را بررسی می‌کند. اثر او برای پیوند دادن نقد جمهوری اسلامی با مسئله ساختن نهادهای آینده اهمیت دارد.

Akbar Ganji

The Road to Democracy in Iran

2008

[The Road to Democracy in Iran 2008](#)

گنجی در این مجموعه به استبداد دینی، جامعه مدنی و گذار دموکراتیک می‌پردازد. اهمیت این اثر در تأکید بر مبارزه سیاسی بدون بازتولید ساختارهای اقتدارگراست.

Abbas Milani

The Shah

2011

[The Shah 2011](#)

میلانی زندگی و حکومت محمدرضا شاه را در بستر تاریخ معاصر ایران بررسی می‌کند. این کتاب برای شناخت ضعف‌های نظام سیاسی پیش از انقلاب و رابطه میان نوسازی، تمرکز قدرت و بحران مشروعیت سودمند است.

Abbas Milani

Eminent Persians

2008

[Eminent Persians 2008](#)

این مجموعه از زندگی‌نامه‌های سیاسی و فرهنگی، تصویری گسترده‌تر از نخبگان، روشنفکران و مدیران ایران معاصر ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد تاریخ سیاسی کشور تنها با رهبران رسمی توضیح داده نمی‌شود.

Homa Katouzian

Iran: A Study in Political Development

1981

[Iran: A Study in Political Development 1981](#)

کاتوزیان الگوی دولت خودکامه و ضعف نهادهای پایدار را در تاریخ سیاسی ایران بررسی می‌کند. نظریه او، صرف‌نظر از نقدهایی که بر آن وارد شده، برای اندیشیدن درباره رابطه دولت، جامعه و بی‌ثباتی سیاسی اهمیت دارد.

Homa Katouzian

The Persians: Ancient, Mediaeval and Modern Iran

2009

[The Persians: Ancient, Mediaeval and Modern Iran 2009](#)

این کتاب روایتی گسترده از تاریخ و فرهنگ ایران ارائه می‌کند و به خواننده کمک می‌کند جمهوری اسلامی را نه معادل ایران، بلکه مرحله‌ای خاص در تاریخ طولانی کشور ببیند.

Azar Nafisi

Reading Lolita in Tehran

2003

[Reading Lolita in Tehran 2003](#)

نفیسی تجربه ادبیات، آموزش و زندگی زنان را در فضای ایدئولوژیک جمهوری اسلامی روایت می‌کند. این کتاب نشان می‌دهد که خواندن و تخیل چگونه می‌توانند به فضایی برای حفظ استقلال درونی تبدیل شوند.

Azar Nafisi

The Republic of Imagination

2014

[The Republic of Imagination 2014](#)

نفیسی از ادبیات و تخیل به‌عنوان عناصر ضروری جامعه آزاد دفاع می‌کند. اهمیت این اثر برای حاکمیت بر توجه در آن است که آزادی ذهن تنها با دسترسی به خبر حفظ نمی‌شود؛ انسان به داستان، تخیل و امکان دیدن زندگی از منظر دیگری نیز نیاز دارد.

Nader Hashemi and Danny Postel, editors

The People Reloaded: The Green Movement and the Struggle for Iran's Future

2010

[The People Reloaded: The Green Movement and the Struggle for Iran's Future 2010](#)

این مجموعه دیدگاه‌های گوناگون درباره جنبش سبز، جامعه مدنی و مبارزه سیاسی در ایران را گردآوری می‌کند. مطالعه آن برای شناخت تلاش‌های ایرانیان در بازپس‌گیری فضای عمومی و روایت ملی مفید است.

Asef Bayat

Life as Politics: How Ordinary People Change the Middle East

2010

[Life as Politics: How Ordinary People Change the Middle East 2010](#)

بیات به شکل‌های روزمره کنش اجتماعی در جوامع اقتدارگرا می‌پردازد. او نشان می‌دهد که تغییر سیاسی همیشه از طریق سازمان‌های رسمی و انقلاب‌های ناگهانی صورت نمی‌گیرد و رفتار روزمره مردم نیز می‌تواند فضاهای تازه‌ای ایجاد کند.

Asef Bayat

Revolution without Revolutionaries: Making Sense of the Arab Spring

2017

[Revolution without Revolutionaries: Making Sense of the Arab Spring 2017](#)

اگرچه محور این کتاب جهان عرب است، تحلیل بیات از ضعف سازمان، ایدئولوژی و تصور روشن از نظم پس از انقلاب، برای بحث‌گذار سیاسی ایران نیز آموزنده است.

بخش هشتم: آموزش، کودکان و پرورش استقلال ذهن

حاکمیت بر توجه از بزرگسالی آغاز نمی‌شود. کودکان در محیطی رشد می‌کنند که ظرفیت شناختی آنان هنوز در حال شکل‌گیری است و در برابر طراحی اعتیادآور، تبلیغات و تأیید اجتماعی آسیب‌پذیرترند. از این رو، آموزش سواد توجه باید همانند سواد خواندن، نوشتن و رسانه‌ای بخشی از مسئولیت مدرسه و خانواده باشد.

John Dewey

Democracy and Education

1916

[Democracy and Education 1916](#)

دیوی آموزش را فرایندی برای مشارکت آگاهانه در زندگی دموکراتیک می‌داند. مدرسه در نگاه او نه محل انباشت محفوظات، بلکه جامعه‌ای کوچک برای تجربه همکاری، تحقیق و مسئولیت است.

Paulo Freire

Pedagogy of the Oppressed

1970

[Pedagogy of the Oppressed 1970](#)

فریره الگوی «بانکی» آموزش را نقد می‌کند که در آن آموزگار اطلاعات را در ذهن شاگرد می‌ریزد. او آموزش رهایی‌بخش را بر گفت‌وگو، پرسش و آگاهی انتقادی بنا می‌کند.

Maria Montessori

The Absorbent Mind

1949

[The Absorbent Mind 1949](#)

مونته‌سوری درباره رشد ذهن کودک و اهمیت محیطی سخن می‌گوید که استقلال، تمرکز و فعالیت خودانگیخته را ممکن سازد. روش او نشان می‌دهد که توجه را می‌توان با نظم، انتخاب و احترام به ریتم رشد کودک پرورش داد.

Neil Postman

The Disappearance of Childhood

1982

[The Disappearance of Childhood 1982](#)

پستمن رابطه میان رسانه و مرزهای فرهنگی دوران کودکی را بررسی می‌کند. هرچند کتاب پیش از اینترنت نوشته شده، پرسش‌های آن درباره دسترسی بی‌مرز کودکان به جهان بزرگسالان همچنان اهمیت دارد.

Jonathan Haidt

The Anxious Generation

2024

[The Anxious Generation 2024](#)

هایت گسترش تلفن‌های هوشمند، شبکه‌های اجتماعی، کاهش بازی آزاد و افزایش اضطراب نوجوانان را به هم پیوند می‌دهد. برخی نتیجه‌گیری‌های کتاب مورد بحث علمی قرار گرفته‌اند، اما اثر او گفت‌وگویی مهم درباره مسئولیت خانواده، مدرسه، شرکت‌های فناوری و سیاست عمومی ایجاد کرده است.

Jean M. Twenge

iGen

2017

[iGen 2017](#)

توانک تغییرات نسلی در رفتار، ارتباط، خواب، سلامت روان و استفاده از تلفن هوشمند را بررسی می‌کند. این اثر مجموعه گسترده‌ای از داده‌ها را وارد بحث تأثیر فناوری بر نوجوانان کرده است، هرچند تفسیر رابطه علت و معلولی همچنان محل گفت‌وگوست.

Maryanne Wolf

Reader, Come Home: The Reading Brain in a Digital World

2018

[Reader, Come Home: The Reading Brain in a Digital World 2018](#)

ولف از منظر علوم شناختی درباره تغییر عادت‌های مطالعه در محیط دیجیتال می‌نویسد. او نگران آن است که خواندن سریع و پراکنده، توانایی همدلی، تحلیل و فهم متن پیچیده را کاهش دهد و خواهان پرورش ذهنی «دوسواد» برای محیط چاپی و دیجیتال است.

بخش نهم: آثار ادبی و هشدارهای تمدنی

برخی از عمیق‌ترین هشدارها درباره تصرف ذهن، نه در رساله‌های علمی، بلکه در رمان‌ها و آثار ادبی بیان شده‌اند. ادبیات می‌تواند پیامدهای یک نظام را نه فقط توضیح دهد، بلکه به خواننده امکان دهد آن را از درون تجربه کند. آثار این بخش برای فهم عاطفی و اخلاقی موضوع کتاب اهمیت دارند.

Fyodor Dostoevsky

The Brothers Karamazov

1880

[The Brothers Karamazov 1880](#)

داستان «مفتش بزرگ» در این رمان پرسشی بنیادین درباره آزادی مطرح می‌کند: آیا انسان حاضر است بار دشوار انتخاب را تحمل کند یا آزادی را در برابر امنیت و اطاعت واگذار خواهد کرد؟

Franz Kafka

The Trial

1925

[The Trial 1925](#)

کافکا جهانی را تصویر می‌کند که در آن قدرت نامرئی، مبهم و پاسخ‌ناپذیر است. انسان نمی‌داند بر چه اساسی داوری می‌شود و همین ابهام، تمام ذهن و زندگی او را تصرف می‌کند.

George Orwell

Nineteen Eighty-Four

1949

[Nineteen Eighty-Four 1949](#)

این رمان تصویری از سلطه بر زبان، حافظه، حقیقت و حتی عشق ارائه می‌دهد. قدرت نهایی در جهان اورول آن است که انسان را وادار کنند نه فقط سخن رسمی، بلکه واقعیت تحمیل‌شده را در ذهن خود بپذیرد.

Aldous Huxley

Brave New World

1932

[Brave New World 1932](#)

هاکسلی جامعه‌ای را به تصویر می‌کشد که در آن انسان‌ها با لذت، سرگرمی، مصرف و شرطی‌سازی از آزادی عمیق خود دور می‌شوند. این اثر برای فهم سلطه‌ای اهمیت دارد که به زور آشکار نیاز ندارد.

Ray Bradbury

Fahrenheit 451

1953

[Fahrenheit 451 1953](#)

بردبری جامعه‌ای را نشان می‌دهد که کتاب در آن ممنوع است، اما نابودی تفکر تنها نتیجه سانسور نیست؛ سرعت، سرگرمی و بی‌میلی مردم به مواجهه با اندیشه دشوار نیز در آن نقش دارند.

Yevgeny Zamyatin

We

1924

[We 1924](#)

زامیاتین جهانی را توصیف می‌کند که در آن شفافیت کامل، نظم ریاضی و حذف حریم خصوصی به نام خوشبختی جمعی اعمال می‌شود. این رمان از سرچشمه‌های مهم ادبیات ضدتمامیت‌خواهی است.

Margaret Atwood

The Handmaid's Tale

1985

[The Handmaid's Tale 1985](#)

اتوود نشان می‌دهد که حکومت ایدئولوژیک چگونه بدن، زبان، حافظه و هویت زنان را تصرف می‌کند. اهمیت اثر برای خواننده ایرانی در پیوند میان دین حکومتی، کنترل اجتماعی و بازتعریف انسان بر پایه نقش تحمیلی است.

بخش دهم: اسناد و چارچوب‌های حقوقی و سیاسی

برای تبدیل حاکمیت بر توجه از یک مفهوم فلسفی به موضوعی در سیاست عمومی، باید به اسناد حقوق بشر، اخلاق فناوری، حمایت از کودکان، حریم خصوصی و تنظیم‌گری هوش مصنوعی توجه کرد. این اسناد همه مسئله را حل نکرده‌اند، اما زبان و ابزار اولیه‌ای برای محدود کردن قدرت فراهم می‌کنند.

United Nations

Universal Declaration of Human Rights

1948

[Universal Declaration of Human Rights 1948](#)

مواد مربوط به آزادی اندیشه، وجدان، عقیده، بیان و حریم خصوصی، پایه حقوقی مهمی برای توسعه مفهوم حاکمیت بر توجه فراهم می‌کنند. هرچند این اعلامیه پیش از عصر دیجیتال نوشته شده، اصول آن می‌توانند برای حفاظت از استقلال ذهن بازتفسیر شوند.

United Nations

International Covenant on Civil and Political Rights

1966

[International Covenant on Civil and Political Rights 1966](#)

این میثاق آزادی اندیشه و وجدان را به رسمیت می‌شناسد و از حریم خصوصی و آزادی بیان حمایت می‌کند. اهمیت ویژه آزادی اندیشه در آن است که این حق، برخلاف برخی نمودهای بیرونی آزادی، نباید موضوع اجبار قرار گیرد.

United Nations

Convention on the Rights of the Child

1989

[Convention on the Rights of the Child 1989](#)

این کنوانسیون بر منافع عالی کودک، رشد سالم، حریم خصوصی، دسترسی به اطلاعات مناسب و حمایت در برابر بهره‌برداری تأکید دارد. اصول آن می‌توانند مبنایی برای حفاظت از توجه کودکان در محیط دیجیتال باشند.

United Nations Committee on the Rights of the Child

General Comment No. 25 on Children's Rights in Relation to the Digital Environment

2021

[General Comment No. 25 on Children's Rights in Relation to the Digital Environment 2021](#)

این تفسیر عمومی به‌طور مشخص حقوق کودکان در فضای دیجیتال را بررسی می‌کند و بر طراحی متناسب با سن، حریم خصوصی، ایمنی و مسئولیت شرکت‌ها و دولت‌ها تأکید دارد.

OECD

Recommendation of the Council on Artificial Intelligence

2019، با اصلاحات بعدی

[Recommendation of the Council on Artificial Intelligence 2019، با اصلاحات بعدی](#)

اصول سازمان همکاری و توسعه اقتصادی بر هوش مصنوعی قابل اعتماد، احترام به حقوق بشر، شفافیت، ایمنی و پاسخ‌گویی تأکید می‌کنند.

UNESCO

Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence

2021

[Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence 2021](#)

این سند یکی از جامع‌ترین چارچوب‌های بین‌المللی درباره اخلاق هوش مصنوعی است و به کرامت، خودمختاری، حریم خصوصی، تنوع، عدالت و نظارت انسانی توجه دارد.

Council of Europe

Framework Convention on Artificial Intelligence and Human Rights, Democracy and the Rule of

Law

2024

[Framework Convention on Artificial Intelligence and Human Rights, Democracy and the Rule of Law](#)

[2024](#)

این کنوانسیون بر ضرورت ارزیابی آثار هوش مصنوعی بر حقوق بشر، دموکراسی و حاکمیت قانون تأکید می‌کند و می‌تواند الگویی برای سیاست‌گذاری در ایران دموکراتیک آینده باشد.

European Union

General Data Protection Regulation

2016/2018

[General Data Protection Regulation 2016/2018](#)

مقررات عمومی حفاظت از داده اتحادیه اروپا حقوقی چون دسترسی، تصحیح، حذف و محدود کردن پردازش داده را به رسمیت می‌شناسد. این قانون نشان می‌دهد که حفاظت از داده تنها موضوع محرمانگی نیست، بلکه با توازن قدرت میان فرد و سازمان ارتباط دارد.

European Union

Digital Services Act

2022

[Digital Services Act 2022](#)

این قانون مسئولیت‌های تازه‌ای برای پلتفرم‌های دیجیتال، به‌ویژه درباره شفافیت تبلیغات، خطرهای سیستمی، حفاظت از کودکان و پاسخ‌گویی پلتفرم‌های بزرگ، ایجاد می‌کند.

European Union

Artificial Intelligence Act

2024

[Artificial Intelligence Act 2024](#)

این قانون برخی کاربردهای هوش مصنوعی را براساس خطر طبقه‌بندی می‌کند و محدودیت‌هایی برای روش‌های دستکاری‌کننده، امتیازدهی اجتماعی و بهره‌برداری از آسیب‌پذیری افراد در نظر می‌گیرد.

جمع‌بندی منابع

آثار معرفی شده در این بخش یک مکتب واحد را نمایندگی نمی‌کنند و قرار نیست خواننده همه آنها را بی‌چون‌وچرا بپذیرد. برخی از نویسندگان از منظر روان‌شناسی تجربی سخن می‌گویند، برخی به اقتصاد سیاسی می‌پردازند، برخی آزادی را از دیدگاه فلسفه و حقوق بررسی می‌کنند و گروهی دیگر درباره خطرهای فناوری یا استبداد هشدار می‌دهند. در مواردی نیز ممکن است میان پژوهشگران درباره شدت اثر شبکه‌های اجتماعی، ماهیت اعتیاد دیجیتال یا راه‌های تنظیم هوش مصنوعی اختلاف وجود داشته باشد. وجود این اختلاف نه نقطه ضعف، بلکه نشانه زنده بودن حوزه‌ای است که هنوز در حال شکل‌گیری است.

اندیشه اصلی کتاب «حاکمیت بر توجه» از کنار هم قرار دادن این حوزه‌ها پدید می‌آید. علوم شناختی نشان می‌دهند که توجه محدود و انتخابی است؛ اقتصاد دیجیتال نشان می‌دهد که این ظرفیت محدود به منبع درآمد تبدیل شده است؛ مطالعات رسانه و پروپاگاندا روشن می‌کنند که هدایت توجه چگونه به قدرت سیاسی می‌انجامد؛ فلسفه آزادی هشدار می‌دهد که انتخاب ظاهری بدون استقلال ذهن کافی نیست؛ و پژوهش‌های تازه درباره هوش مصنوعی و حقوق شناختی نشان می‌دهند که مرزهای آزادی انسان باید برای عصر فناوری از نو تعریف شوند.

برای خواننده‌ای که می‌خواهد مطالعه خود را با مجموعه‌ای محدود آغاز کند، ده اثر زیر می‌توانند نقطه شروع مناسبی باشند:

ویلیام جیمز، اصول روان‌شناسی؛

هربرت سایمون، رفتار اداری و نوشته او درباره جهان سرشار از اطلاعات؛

دانیل کاهنمن، تفکر، سریع و کند؛

تیم وو، تاجران توجه؛

شوشانا زوبوف، عصر سرمایه‌داری نظارتی؛

جیمز ویلیامز، از برابر نور ما کنار بروید؛

نیکلاس کار، کم‌عمق‌ها؛

هانا آرنت، خاستگاه‌های تمامیت‌خواهی؛

کارل پوپر، جامعه باز و دشمنان آن؛

سوزی آلگره، آزادی اندیشیدن.

این مسیر مطالعاتی از ذهن فرد آغاز می‌شود، به بازار و فناوری می‌رسد، از قدرت و استبداد عبور می‌کند و سرانجام به مسئله آزادی اندیشه بازمی‌گردد. همین حرکت، منطق اصلی کتاب حاضر نیز هست. توجه در آغاز ممکن است تنها توان تمرکز بر یک موضوع به نظر برسد، اما هنگامی که روابط اقتصادی، سیاسی و فناورانه آن آشکار شوند، روشن می‌شود که دفاع از توجه در حقیقت دفاع از انسان است؛ انسانی که حق دارد نه تنها سخن بگوید و انتخاب کند، بلکه پیش از آن بتواند آزادانه ببیند، بیندیشد و معنای زندگی خود را تعیین نماید.

نمایه موضوعی و مفهومی

درباره این نمایه

نمایه کتاب، تکرار فهرست مطالب یا خلاصه‌ای از فصل‌ها نیست. فهرست مطالب مسیر کلی کتاب را نشان می‌دهد، اما نمایه به خواننده امکان می‌دهد یک مفهوم، نام، نظریه یا مسئله مشخص را در سراسر اثر دنبال کند. ممکن است موضوعی مانند «آزادی ذهن» در عنوان هیچ فصلی نیامده باشد، اما در مقدمه، فصل‌های مربوط به فناوری، بحث پروپاگanda، منشور حاکمیت بر توجه و سخن پایانی بارها مطرح شده باشد. وظیفه نمایه آن است که این حضور پراکنده را به مسیری قابل پیگیری تبدیل کند.

نمایه حاضر، نمایه پایه و بیش از صفحه‌آرایی کتاب است. مدخل‌ها و زیرمدخل‌های آن اکنون مشخص شده‌اند، اما شماره صفحات باید پس از تثبیت متن، اندازه صفحات، قلم، فاصله سطرها و صفحه‌آرایی نهایی افزوده شوند. در نسخه چاپی، مقابل هر مدخل شماره صفحه یا صفحاتی خواهد آمد که موضوع در آنها به شکلی اساسی بررسی شده است. اشاره‌های گذرا و کم‌اهمیت نباید وارد نمایه شوند، زیرا هدف نمایه افزایش دسترسی خواننده به اندیشه‌های اصلی کتاب است، نه ثبت مکانیکی همه واژه‌هایی که در متن به کار رفته‌اند.

آ

آزادی

آزادی به عنوان حق انتخاب؛ آزادی از اجبار؛ آزادی درونی؛ آزادی سیاسی؛ آزادی مثبت و منفی؛ آزادی و مسئولیت؛ آزادی در جامعه دیجیتال؛ محدودیت‌های آزادی در اقتصاد توجه؛ رابطه آزادی با آگاهی؛ رابطه آزادی با خودفرمانی؛ آزادی و کرامت انسانی.

آزادی اندیشه

پیش‌شرط‌های آزادی اندیشه؛ آزادی اندیشه و دسترسی به اطلاعات؛ آزادی اندیشه در نظام‌های استبدادی؛ تفاوت آزادی اندیشه با آزادی بیان؛ تهدیدهای الگوریتمی علیه آزادی اندیشه؛ آزادی اندیشه در اسناد حقوق بشر.

آزادی توجه

تعریف آزادی توجه؛ موانع فردی و ساختاری؛ آزادی توجه و حق انتخاب؛ آزادی توجه کودکان؛ آزادی توجه در محیط کار؛ آزادی توجه در فضای رسانه‌ای؛ آزادی توجه در جامعه دموکراتیک.

آزادی شناختی

تعریف؛ ارتباط با حریم ذهنی؛ جایگاه آن در حقوق جدید؛ آزادی شناختی و فناوری عصبی؛ آزادی شناختی و هوش مصنوعی؛ امکان شناسایی آن به عنوان حق بنیادین انسان.

آزادی ذهن

ذهن به عنوان قلمرو خصوصی؛ استقلال دآوری؛ آزادی ذهن و زبان؛ آزادی ذهن در برابر پروپاگاندا؛ آزادی ذهن در حکومت دینی؛ آزادی ذهن و آموزش؛ آزادی ذهن به عنوان هدف نهایی حاکمیت بر توجه.

آگاهی

آگاهی از محرک‌ها؛ آگاهی از عادت؛ آگاهی از سازوکارهای تأثیرگذاری؛ آگاهی و فاصله میان محرک و واکنش؛ آگاهی فردی و جمعی؛ آگاهی به عنوان نخستین گام بازپس‌گیری توجه.

آموزش

آموزش و پرورش توجه؛ آموزش انتقادی؛ آموزش و استقلال ذهن؛ مدرسه و فناوری؛ نقش آموزگار؛ تفاوت آموزش با انباشت اطلاعات؛ آموزش در جامعه آزاد؛ آموزش سواد رسانه‌ای؛ آموزش سواد توجه.

آموزش کودکان

حفاظت از ذهن کودک؛ تبلیغات برای کودکان؛ طراحی اعتیادآور؛ تلفن هوشمند و مدرسه؛ بازی آزاد؛ مطالعه عمیق؛ مسئولیت والدین؛ مسئولیت شرکت‌های فناوری؛ حقوق کودک در محیط دیجیتال.

آرنت، هانا

تمامیت‌خواهی؛ حقیقت و سیاست؛ تنهایی اجتماعی؛ نابودی واقعیت مشترک؛ فضای عمومی؛ کنش سیاسی؛ انسان به عنوان آغازگر.

استبداد

استبداد آشکار و پنهان؛ استبداد دینی؛ استبداد نرم؛ کنترل ذهن در نظام استبدادی؛ بحران دائمی؛ سانسور؛ خودسانسوری؛ دشمن‌سازی؛ استبداد و نابودی زندگی عادی.

استعمار توجه

تعریف؛ تفاوت با استعمار جغرافیایی؛ تسلط بر زبان و دستور کار؛ قدرت رسانه‌ای خارجی؛ وابستگی فرهنگی؛ راه‌های بازپس‌گیری توجه ملی.

اطلاعات

فراوانی اطلاعات؛ کمبود توجه؛ اطلاعات نادرست؛ اطلاعات و قدرت؛ تفاوت اطلاعات با دانش؛ بار شناختی ناشی از اطلاعات؛ اطلاعات شخصی؛ داده‌سازی تجربه انسانی.

اعتماد

اعتماد اجتماعی؛ اعتماد معرفتی؛ اعتماد به رسانه؛ اعتماد به علم؛ فرسایش اعتماد؛ رابطه اعتماد با دموکراسی؛ بحران حقیقت؛ دروغ سازمان یافته.

اعلان‌ها

اعلان تلفن همراه؛ وقفه‌های مکرر؛ طراحی رفتاری؛ ایجاد احساس فوریت؛ تأثیر اعلان بر تمرکز؛ مدیریت اعلان‌ها؛ حق قطع ارتباط.

الگوریتم

تعریف؛ الگوریتم‌های توصیه‌گر؛ رتبه‌بندی محتوا؛ معیارهای پنهان؛ سوگیری الگوریتمی؛ شفافیت الگوریتمی؛ پاسخ‌گویی؛ الگوریتم و قطبی‌شدن؛ الگوریتم و حباب اطلاعاتی؛ نقش الگوریتم در اقتصاد توجه.

امنیت روانی

امنیت و تمرکز؛ اضطراب اجتماعی؛ بی‌ثباتی اقتصادی؛ تهدید دائمی؛ امنیت روانی در خانواده و محیط کار؛ نقش حکومت در کاهش یا افزایش بار ذهنی شهروندان.

انتخاب

انتخاب آگاهانه؛ انتخاب ظاهری؛ معماری انتخاب؛ گزینه پیش‌فرض؛ آزادی انتخاب؛ دستکاری انتخاب؛ حق بازگشت از تصمیم؛ رابطه انتخاب با توجه.

انسان

انسان به‌عنوان غایت؛ انسان به‌عنوان کاربر؛ انسان به‌عنوان منبع داده؛ انسان و فناوری؛ کرامت ذاتی؛ محدودیت‌های شناختی؛ مسئولیت فردی؛ حق داشتن زندگی درونی.

اقتصاد توجه

تعریف؛ تاریخ شکل‌گیری؛ مدل درآمدی؛ تبلیغات؛ فروش قابلیت تأثیرگذاری؛ نقش پلتفرم‌ها؛ رقابت بر سر زمان کاربر؛ پیامدهای روانی و سیاسی؛ ضرورت اصلاح اقتصادی و حقوقی.

اقتصاد دیجیتال

داده به‌عنوان دارایی؛ خدمات ظاهراً رایگان؛ انحصار پلتفرم‌ها؛ تمرکز قدرت؛ کار دیجیتال؛ درآمد تبلیغاتی؛ اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی.

ایران

ایران به عنوان کشور و تمدن؛ تمایز ایران از جمهوری اسلامی؛ ایران آینده؛ بازسازی توجه ملی؛ اولویت زندگی مردم؛ گذار دموکراتیک؛ آموزش، اقتصاد و فرهنگ در ایران آزاد.

ب

بار شناختی

تعریف؛ محدودیت حافظه فعال؛ تصمیم‌های مکرر؛ فقر و بار شناختی؛ مقررات پیچیده؛ ناکارآمدی حکومت؛ خستگی تصمیم؛ نقش طراحی ساده و کارآمد در کاهش بار شناختی.

بازار توجه

رقابت رسانه‌ها؛ رقابت شرکت‌ها؛ رقابت سیاستمداران؛ معیارهای دیده شدن؛ کلیک و واکنش؛ ارزش اقتصادی مخاطب؛ پیامدهای اخلاقی بازار توجه.

بازپس‌گیری توجه

آگاهی از عادت‌ها؛ کاهش وقفه‌ها؛ انتخاب منابع خبری؛ سکوت؛ مطالعه؛ گفت‌وگو؛ زندگی در طبیعت؛ برنامه‌ریزی فردی؛ تعیین اولویت‌های ملی؛ بازپس‌گیری زبان و دستور کار عمومی.

بازی

بازی کودکان؛ بازی آزاد؛ بازی‌های دیجیتال؛ پاداش متغیر؛ طراحی اعتیادآور؛ یادگیری از طریق بازی؛ جایگاه بازی در رشد توجه.

برلین، آیزایا

آزادی مثبت؛ آزادی منفی؛ خطر خودفرمانی تحمیلی؛ تکرار ارزش‌ها؛ ارتباط نظریه آزادی با حاکمیت بر توجه.

برنامه‌های تلفن همراه

طراحی رابط؛ اعلان؛ پیمایش بی‌پایان؛ پخش خودکار؛ جمع‌آوری داده؛ ایجاد عادت؛ حق خروج؛ مسئولیت طراحان.

پاداش متغیر

تعریف؛ پیش‌بینی ناپذیری پاداش؛ شبکه‌های اجتماعی؛ بازی‌های دیجیتال؛ ایجاد عادت؛ تأثیر بر مغز و رفتار؛ استفاده اخلاقی و غیراخلاقی.

پ

پلتفرم

پلتفرم دیجیتال؛ قدرت زیرساختی؛ واسطه‌گری؛ داده‌کاربران؛ اثر شبکه‌ای؛ تمرکز بازار؛ مسئولیت اجتماعی؛ تنظیم‌گری پلتفرم‌های بزرگ.

پراکندگی توجه

چندکارگی؛ جابه‌جایی مداوم میان وظایف؛ هزینه شناختی؛ کاهش حافظه؛ کاهش کیفیت کار؛ اثر بر مطالعه و گفت‌وگو؛ راه‌های بازسازی تمرکز.

پروپاگاندا

تعریف؛ تفاوت با تبلیغات؛ تکرار؛ دشمن‌سازی؛ سانسور؛ نیمه‌حقیقت؛ ایجاد سردرگمی؛ پروپاگانداي حکومتی؛ پروپاگاندا در فضای دیجیتال؛ مقاومت در برابر پروپاگاندا.

پروپاگانداي جمهوری اسلامی

دین حکومتی؛ دشمن خارجی؛ روایت شهادت؛ تبلیغات رسمی؛ صداوسیما؛ تحریف تاریخ؛ کنترل واژگان؛ اعتراف اجباری؛ بحران‌سازی؛ تأثیر بر مخالفان حکومت.

پستمن، نیل

سرگرمی و گفت‌وگوی عمومی؛ تأثیر رسانه بر فرهنگ؛ تلویزیون؛ ناپدید شدن کودکی؛ ارتباط اندیشه‌های او با شبکه‌های اجتماعی.

پیمایش بی‌پایان

طراحی بدون نقطه پایان؛ حذف لحظه تصمیم؛ افزایش زمان حضور؛ نقش در وابستگی دیجیتال؛ ضرورت توقف‌های آگاهانه.

پوپر، کارل

جامعه باز؛ نقدپذیری؛ حقیقت‌غیرنهایی؛ اصلاح خطا؛ دشمنان جامعه باز؛ ارتباط جامعه باز با تنوع اطلاعاتی و آزادی ذهن.

ت

تأمل

تأمل و سکوت؛ تأمل در برابر واکنش فوری؛ آموزش تأمل؛ تأمل و داوری؛ تأمل در زندگی سیاسی؛ تأمل به‌عنوان شرط آزادی.

تأیید اجتماعی

پسند و اشتراک‌گذاری؛ فشار جمعی؛ هم‌رنگی؛ محبوبیت به‌عنوان نشانه حقیقت؛ اثر شبکه‌های اجتماعی؛ استقلال داوری.

تبلیغات

تبلیغات تجاری؛ تبلیغات سیاسی؛ شخصی سازی؛ تبلیغات پنهان؛ شفافیت تبلیغاتی؛ تبلیغات برای کودکان؛ تبلیغات و اقتصاد توجه.

تجربه انسانی

تبدیل تجربه به داده؛ زندگی به عنوان منبع استخراج؛ ارزش غیرقابل اندازه گیری تجربه؛ تجربه و حافظه؛ حق حفظ تجربه خصوصی.

تحریک عاطفی

ترس؛ خشم؛ شگفتی؛ احساس گناه؛ حس فوریت؛ نقش عواطف در جلب توجه؛ استفاده رسانه و سیاست از تحریک عاطفی.

تصمیم گیری

عقلانیت محدود؛ تصمیم سریع و آهسته؛ خستگی تصمیم؛ معماری انتخاب؛ هوش مصنوعی به عنوان تصمیم یار؛ مسئولیت نهایی انسان.

تصرف توجه

تعریف؛ تصرف تجاری؛ تصرف سیاسی؛ تصرف مذهبی؛ تصرف توجه در خانواده و محیط کار؛ نشانه های تصرف؛ راه های مقاومت.

تمرکز

تمرکز کوتاه مدت؛ تمرکز عمیق؛ توان بازگشت؛ محیط مناسب؛ تمرکز و یادگیری؛ تمرکز و خلاقیت؛ تمرکز در عصر دیجیتال.

تنهایی

تنهایی اجتماعی؛ تنهایی در حکومت های تمامیت خواه؛ تنهایی در شبکه های اجتماعی؛ تفاوت تنهایی با خلوت؛ خلوت به عنوان فضای بازسازی توجه.

توجه

تعریف؛ توجه انتخابی؛ توجه ارادی و غیرارادی؛ محدودیت توجه؛ توجه به عنوان سرمایه؛ توجه و آگاهی؛ توجه و هویت؛ توجه و زندگی؛ توجه و آزادی؛ توجه فردی و جمعی.

توجه جمعی

شکل گیری؛ رویدادهای ملی؛ رسانه؛ بحران؛ انتخابات؛ ورزش؛ همبستگی؛ سوءاستفاده سیاسی؛ پراکندگی توجه عمومی.

توجه عمیق

مطالعه؛ کار؛ هنر؛ رابطه انسانی؛ خلاقیت؛ مقاومت در برابر وقفه؛ شرایط پرورش توجه عمیق.

توجه ملی

اولویت‌های مشترک؛ حافظه ملی؛ دستور کار ملی؛ نقش رسانه؛ نقش روشنفکران؛ استقلال از حکومت؛ ایران آینده.

تمامیت‌خواهی

ایدئولوژی رسمی؛ نابودی حقیقت؛ کنترل زبان؛ دشمن دائمی؛ انسان توده‌ای؛ تنهایی؛ تبلیغات؛ ترور؛ تفاوت تمامیت‌خواهی با اقتدارگرایی.

تلویزیون

فرهنگ نمایش؛ خبر به عنوان سرگرمی؛ توجه جمعی؛ تبلیغات؛ تلویزیون حکومتی؛ تفاوت تلویزیون با رسانه‌های تعاملی.

تلفن هوشمند

حضور دائمی؛ اعلان‌ها؛ دوربین؛ شبکه اجتماعی؛ کار و زندگی؛ کودکان و نوجوانان؛ خواب؛ تمرکز؛ وابستگی؛ استفاده آگاهانه.

تله توجه

محرک‌های طراحی شده؛ محتوای خشم‌برانگیز؛ پاداش متغیر؛ احساس فوریت؛ تکرار؛ نشانه‌های تشخیص و خروج.

ج

جامعه آزاد

تعریف؛ نهادهای پاسخ‌گو؛ آزادی بیان؛ آزادی ذهن؛ رسانه آزاد؛ آموزش انتقادی؛ تکثر؛ حاکمیت قانون؛ حفاظت از توجه شهروندان.

جامعه باز

نقدپذیری؛ اصلاح خطا؛ گردش قدرت؛ تنوع دیدگاه‌ها؛ حقیقت و عدم قطعیت؛ پیوند با آثار پوپر.

جمهوری اسلامی

ایدئولوژی حکومتی؛ بحران دائمی؛ دشمن‌سازی؛ سانسور؛ حجاب اجباری؛ اقتصاد ناکارآمد؛ مداخله در زندگی خصوصی؛ اشغال توجه ایرانیان؛ تمایز حکومت از ایران.

جنگ شناختی

اطلاعات نادرست؛ عملیات روانی؛ شبکه‌های اجتماعی؛ جعل عمیق؛ تضعیف اعتماد؛ اهداف سیاسی؛ دفاع شناختی جامعه.

چال‌دینی، رابرت

اقتناع؛ تأیید اجتماعی؛ کمیابی؛ اقتدار؛ تعهد؛ پیش‌اقتناع؛ کنترل زمینه توجه.

چندکارگی

افسانه انجام هم‌زمان کارها؛ جابه‌جایی شناختی؛ کاهش کیفیت؛ خستگی؛ محیط کار؛ آموزش؛ تلفن همراه.

ح

حافظه

حافظه فعال؛ حافظه بلندمدت؛ توجه به‌عنوان دروازه حافظه؛ حافظه تاریخی؛ تحریف حافظه؛ فراموشی دیجیتال؛ حافظه و هویت.

حافظه تاریخی

تاریخ رسمی؛ تحریف گذشته؛ نسل‌های جدید؛ اسناد؛ ادبیات؛ نقش حافظه در مقاومت؛ حافظه ملی ایران.

حاکمیت

حاکمیت فردی؛ حاکمیت ملی؛ حاکمیت بر ذهن؛ حاکمیت بر داده؛ محدودیت قدرت؛ مسئولیت حاکمیت دموکراتیک.

حاکمیت بر توجه

تعریف؛ مبانی فلسفی؛ ابعاد فردی؛ ابعاد خانوادگی؛ ابعاد آموزشی؛ ابعاد اقتصادی؛ ابعاد سیاسی؛ ابعاد ملی؛ رابطه با هوش مصنوعی؛ منشور حاکمیت بر توجه.

حاکمیت شناختی

حق کنترل نسبی بر محیط ذهنی؛ ارتباط با آزادی شناختی؛ حریم ذهنی؛ داده‌های عصبی؛ فناوری‌های هوشمند.

حاکمیت ملی بر توجه

تعیین دستور کار ملی؛ تمایز ایران از حکومت؛ استقلال رسانه‌ای؛ اولویت توسعه؛ گذار از واکنش به ساختن؛ نقش جامعه مدنی و نخبگان.

حباب اطلاعاتی

شخصی‌سازی؛ الگوریتم؛ دیدگاه‌های همسان؛ کاهش مواجهه با اختلاف؛ تصور کاذب از اجماع؛ راه‌های خروج.

حریم خصوصی

داده شخصی؛ ارتباطات؛ موقعیت مکانی؛ رفتار آنلاین؛ رضایت؛ نظارت دولتی و تجاری؛ قوانین حفاظت از داده.

حریم شناختی

ذهن به عنوان قلمرو خصوصی؛ استنباط حالات درونی؛ داده عصبی؛ تحلیل عاطفی؛ محل کار؛ حقوق آینده؛ پیوند با کرامت انسانی.

حقوق بشر

آزادی اندیشه؛ آزادی بیان؛ حریم خصوصی؛ حقوق کودک؛ حقوق شناختی؛ بازتفسیر حقوق بشر در عصر هوش مصنوعی.

حقوق شناختی

آزادی شناختی؛ حریم ذهنی؛ تمامیت ذهنی؛ تداوم روانی؛ حق مقابله با دستکاری؛ جایگاه در قانون آینده.

حقیقت

حقیقت عینی؛ حقیقت سیاسی؛ واقعیت مشترک؛ دروغ؛ اعتماد؛ رسانه؛ جعل عمیق؛ حقیقت در جامعه آزاد.

حق قطع ارتباط

تعریف؛ محیط کار؛ ساعات غیرکاری؛ سلامت روانی؛ خانواده؛ خواب؛ مسئولیت سازمان‌ها؛ قوانین حمایتی.

حق سکوت

سکوت فردی؛ سکوت دیجیتال؛ رهایی از اعلان؛ سکوت و تفکر؛ سکوت در فضای عمومی؛ ارزش فرهنگی سکوت.

هوش مصنوعی

تعریف؛ هوش مصنوعی مولد؛ تصمیم‌یار؛ شخصی‌سازی؛ تولید محتوا؛ اقناع فردی؛ خطر دستکاری؛ کاهش بار شناختی؛ هم‌راستایی با ارزش‌های انسانی؛ نظارت انسانی.

هوش مصنوعی انسانی

فناوری در خدمت انسان؛ افزایش توان انتخاب؛ شفافیت؛ پاسخ‌گویی؛ امکان اعتراض؛ کنترل انسانی؛ حفظ کرامت و استقلال.

خ

خانواده

توجه در روابط خانوادگی؛ حضور تلفن همراه؛ کودکان؛ گفت‌وگو؛ زمان مشترک؛ الگوسازی والدین؛ حفاظت از خلوت خانوادگی.

خبر

مصرف خبر؛ خبر فوری؛ بحران دائمی؛ تکرار؛ خستگی خبری؛ انتخاب منابع؛ فاصله گرفتن آگاهانه؛ خبر و مسئولیت شهروندی.

خرد

خرد در برابر اطلاعات؛ قضاوت؛ تجربه؛ تأمل؛ محدودیت انسانی؛ خرد جمعی؛ نقش آموزش و گفت‌وگو.

خستگی توجه

نشانه‌ها؛ وقفه‌های مکرر؛ مصرف خبر؛ محیط کار؛ تصمیم‌گیری؛ خواب؛ راه‌های بازیابی توان ذهنی.

خودآگاهی

شناخت عادت‌ها؛ مشاهده واکنش‌ها؛ رابطه با آزادی؛ خودآگاهی و فناوری؛ تمرین بازگشت به اولویت‌ها.

خودسانسوری

ترس؛ فشار اجتماعی؛ مجازات؛ محدود شدن اندیشه پیش از بیان؛ خودسانسوری در استبداد؛ خودسانسوری در شبکه‌های اجتماعی.

خودفرمانی

انتخاب ارزش‌ها؛ هدایت زندگی؛ آزادی مثبت؛ مسئولیت؛ خودفرمانی در برابر دستکاری؛ محدودیت‌های خودفرمانی.

د

داده

داده شخصی؛ داده رفتاری؛ داده زیستی؛ داده عاطفی؛ داده عصبی؛ مالکیت؛ پردازش؛ ارزش اقتصادی؛ حفاظت قانونی.

داده رفتاری

کلیک؛ توقف؛ جست‌وجو؛ خرید؛ موقعیت؛ زمان استفاده؛ پیش‌بینی رفتار؛ شخصی‌سازی؛ بهره‌برداری تجاری و سیاسی.

دانش

تفاوت دانش و اطلاعات؛ دانش و توجه عمیق؛ دانش تخصصی؛ حافظه؛ تجربه؛ هوش مصنوعی و دسترسی به دانش.

دموکراسی

توجه شهروندی؛ فضای عمومی؛ رسانه آزاد؛ گفت‌وگو؛ تنوع دیدگاه؛ انتخابات؛ مسئولیت؛ خطر دستکاری رأی‌دهنده؛ دموکراسی و فناوری.

دستور کار عمومی

تعریف؛ قدرت تعیین موضوع؛ رسانه؛ حکومت؛ شبکه‌های اجتماعی؛ حذف مسائل مهم؛ دستور کار ملی ایران.

دستکاری

پنهان‌کاری؛ بهره‌برداری از آسیب‌پذیری؛ تفاوت با اقناع؛ شخصی‌سازی؛ دستکاری تجاری؛ دستکاری سیاسی؛ حق مقابله با دستکاری.

دستکاری الگوریتمی

پیش‌بینی رفتار؛ تنظیم محیط؛ محتوای شخصی؛ نامرئی بودن سازوکار؛ فراتلنگر؛ مسئولیت حقوقی.

دستکاری عاطفی

ترس؛ خشم؛ شرم؛ احساس گناه؛ امید کاذب؛ تحریک برای خرید یا واکنش سیاسی.

دولت

دولت کارآمد؛ کاهش بار شناختی؛ ثبات؛ ارائه خدمات؛ دولت به‌عنوان مرکز دائمی توجه؛ محدودیت قدرت؛ مسئولیت حفاظت از حقوق شناختی.

دولت دینی

ایدئولوژی؛ مرجع حقیقت؛ اجبار مذهبی؛ کنترل رفتار خصوصی؛ زبان مقدس؛ سرکوب مخالفان؛ جمهوری اسلامی.

ر

رسانه

رسانه چاپی؛ رادیو؛ تلویزیون؛ شبکه اجتماعی؛ نقش در دستور کار؛ مسئولیت اخلاقی؛ مدل اقتصادی؛ رسانه آزاد؛ رسانه حکومتی.

رسانه اجتماعی

ارتباط؛ تأیید اجتماعی؛ پاداش متغیر؛ الگوریتم؛ قطبی‌شدن؛ اطلاعات نادرست؛ فرصت‌های مدنی؛ خطرهای دموکراتیک.

رسانه مستقل

استقلال مالی؛ پاسخ‌گویی؛ تنوع؛ حقیقت‌سنجی؛ اعتماد عمومی؛ نقش در ایران آینده.

رضایت

رضایت آگاهانه؛ شرایط طولانی خدمات؛ جمع‌آوری داده؛ رضایت کودکان؛ امکان پس‌گرفتن رضایت؛ تفاوت رضایت رسمی و واقعی.

روایت

روایت شخصی؛ روایت ملی؛ روایت حکومتی؛ روایت رسانه‌ای؛ جنگ روایت‌ها؛ بازسازی روایت ایران.

روابط انسانی

حضور؛ گوش دادن؛ همدلی؛ گفت‌وگوی رودررو؛ تلفن همراه؛ توجه به‌عنوان شکل احترام و محبت.

ز

زبان

زبان و اندیشه؛ واژه‌های سیاسی؛ چارچوب‌بندی؛ زبان رسمی؛ زبان پروپاگاندا؛ زبان نو؛ بازپس‌گیری زبان؛ واژه‌سازی برای حقوق جدید.

زندگی آگاهانه

انتخاب نحوه مصرف زمان؛ هماهنگی با ارزش‌ها؛ پذیرش خطا؛ بازگشت مداوم؛ تعادل فناوری، کار، خانواده و خلوت.

زندگی روزمره

توجه در کارهای عادی؛ عادت؛ مصرف رسانه؛ حکومت و مداخله در زندگی؛ سیاست زندگی روزمره؛ بازسازی زندگی عادی در ایران.

زوبوف، شوشانا

سرمایه‌داری نظارتی؛ تجربه انسانی به‌عنوان ماده خام؛ مازاد رفتاری؛ بازارهای پیش‌بینی رفتار؛ قدرت ابزاری.

س

سانسور

حذف اطلاعات؛ ممنوعیت؛ فیلترینگ؛ تهدید؛ سانسور اقتصادی؛ خودسانسوری؛ سانسور و توجه عمومی؛ سانسور در جمهوری اسلامی.

سرمایه توجه

تعریف؛ محدودیت؛ بازگشت‌ناپذیری زمان؛ سرمایه‌گذاری توجه؛ مصرف توجه؛ رابطه با عمر؛ حفاظت فردی و اجتماعی.

سرمایه‌داری پلتفرمی

مدل پلتفرم؛ داده؛ اثر شبکه‌ای؛ تمرکز بازار؛ قدرت زیرساختی؛ وابستگی کاربران و کسب‌وکارها.

سرمایه‌داری نظارتی

تعریف؛ جمع‌آوری داده؛ پیش‌بینی رفتار؛ تغییر رفتار؛ عدم توازن قدرت؛ زوبوف؛ تنظیم‌گری.

سرعت

شتاب زندگی؛ خبر فوری؛ تصمیم سریع؛ فناوری؛ کاهش تأمل؛ ارزش‌کندی؛ سرعت و کنترل.

سکوت

سکوت به‌عنوان فقدان نیست؛ سکوت و حضور؛ سکوت و خلاقیت؛ سکوت در آموزش؛ حق دسترسی به سکوت.

سواد توجه

تعریف؛ شناخت محدودیت ذهن؛ مدیریت وقفه؛ مصرف‌خبر؛ طراحی دیجیتال؛ آموزش کودکان؛ مسئولیت جامعه.

سواد دیجیتال

کار با ابزار؛ امنیت؛ حریم خصوصی؛ الگوریتم؛ تشخیص محتوای مصنوعی؛ حقوق کاربر.

سواد رسانه‌ای

منبع‌شناسی؛ تحلیل پیام؛ هدف و منافع؛ تصویر؛ زبان؛ اطلاعات نادرست؛ جعل عمیق؛ آموزش عمومی.

سیاست

سیاست توجه؛ دستور کار؛ انتخابات؛ تبلیغات؛ بحران؛ رهبری؛ رسانه؛ مسئولیت شهروندی.

سیاست توجه

توزیع امکان دیده شدن؛ رقابت بر سر دستور کار؛ سکوت تحمیلی؛ قدرت رسانه‌ای؛ توجه به اقلیت‌ها؛ عدالت توجه.

ش

شبکه اجتماعی

پلتفرم؛ ارتباط؛ داده؛ الگوریتم؛ تأیید اجتماعی؛ حباب اطلاعاتی؛ قطبی‌شدن؛ اعتیاد؛ سازمان‌دهی سیاسی.

شخصی‌سازی

محتوای متناسب؛ تبلیغات؛ الگوریتم؛ مزایا؛ محدود شدن افق؛ شفافیت؛ کنترل کاربر.

شفافیت

شفافیت الگوریتمی؛ شفافیت تبلیغاتی؛ شفافیت حکومتی؛ حق دانستن؛ محدودیت شفافیت؛ حفاظت از حریم خصوصی.

شناخت

فرایندهای ذهنی؛ ادراک؛ حافظه؛ تصمیم؛ شناخت و عاطفه؛ علوم شناختی؛ حقوق شناختی.

ع

عادت

شکل‌گیری عادت؛ محرک؛ پاداش؛ تکرار؛ عادت دیجیتال؛ عادت آگاهانه؛ تغییر محیط؛ اراده و ساختار.

عدالت توجه

توزیع امکان شنیده شدن؛ گروه‌های حاشیه‌ای؛ قدرت رسانه‌ای؛ دیده شدن رنج؛ توجه عمومی و منابع محدود.

عقلانیت محدود

هربرت سایمون؛ محدودیت اطلاعات؛ محدودیت زمان؛ پاسخ رضایت‌بخش؛ کاربرد در سیاست و اقتصاد توجه.

عملیات روانی

اطلاعات؛ شایعه؛ ترس؛ دشمن؛ رسانه؛ جنگ شناختی؛ جامعه هدف؛ مقاومت اجتماعی.

ف

فناوری

ابزار و ساختار؛ فناوری و ارزش؛ خنثی نبودن طراحی؛ توانمندسازی؛ وابستگی؛ سیاست‌گذاری؛ مسئولیت سازندگان.

فناوری انسانی

طراحی در خدمت ارزش‌های انسانی؛ افزایش اختیار؛ کاهش بار شناختی؛ حفاظت از کودک؛ امکان خروج؛ نظارت انسانی.

فناوری عصبی

خواندن فعالیت مغز؛ رابط مغز و رایانه؛ داده عصبی؛ حریم ذهنی؛ تمامیت روانی؛ حقوق عصبی.

فضای عمومی

گفت‌وگو؛ حضور شهروندان؛ رسانه؛ سیاست؛ تفاوت عمومی و خصوصی؛ فضای عمومی در جامعه استبدادی و دموکراتیک.

فیلتر اطلاعاتی

الگوریتم؛ گزینش محتوا؛ حذف نامرئی؛ حباب اطلاعاتی؛ کنترل دستور کار؛ تنوع منابع.

ق

قدرت

قدرت سیاسی؛ قدرت اقتصادی؛ قدرت رسانه‌ای؛ قدرت الگوریتمی؛ قدرت تعیین دستور کار؛ محدودیت و پاسخ‌گویی.

قدرت توجه

توان دیده شدن؛ هدایت نگاه جمعی؛ تعیین مسئله؛ شخصیت‌های سیاسی؛ شرکت‌های فناوری؛ رسانه؛ مقاومت در برابر انحصار توجه.

قطبی شدن

هویت سیاسی؛ دشمن‌سازی؛ الگوریتم؛ محتوای خشم‌برانگیز؛ فروپاشی گفت‌وگو؛ قطبی شدن ایرانیان؛ راه‌های کاهش شکاف.

قانون

حاکمیت قانون؛ حفاظت از داده؛ تنظیم هوش مصنوعی؛ حقوق کودک؛ حق اعتراض؛ قانون در ایران آینده.

کاهنمن، دانیل

تفکر سریع و آهسته؛ ظرفیت محدود؛ توجه و تلاش؛ خطاهای شناختی؛ قضاوت و تصمیم.

کالایی شدن توجه

اندازه‌گیری؛ کلیک؛ مشاهده؛ زمان حضور؛ فروش تبلیغات؛ انسان به‌عنوان محصول؛ مرزهای اخلاقی.

ک

کودک

رشد شناختی؛ آسیب‌پذیری؛ تبلیغات؛ تلفن هوشمند؛ بازی؛ خواب؛ آموزش؛ حقوق کودک؛ مسئولیت والدین و حکومت.

کرامت انسانی

ارزش ذاتی؛ انسان به‌عنوان غایت؛ مخالفت با تقلیل انسان به داده؛ کرامت و حریم ذهن؛ کرامت در جامعه آزاد.

کار

کار عمیق؛ وقفه؛ پیام کاری؛ نظارت کارکنان؛ خودکارسازی؛ حق قطع ارتباط؛ معنای کار.

کاربر

کاربر به عنوان مصرف کننده؛ کاربر به عنوان محصول؛ داده کاربر؛ حقوق کاربر؛ مسئولیت کاربر؛ طراحی انسانی.

کنترل

کنترل آشکار؛ کنترل نامرئی؛ کنترل رفتاری؛ کنترل الگوریتمی؛ کنترل سیاسی؛ خودکنترلی؛ تفاوت کنترل با حاکمیت.

گی

گفت‌وگو

گفت‌وگوی رودررو؛ گوش دادن؛ اختلاف؛ دموکراسی؛ خانواده؛ شبکه اجتماعی؛ گفت‌وگو و کشف حقیقت.

گوش دادن

توجه به دیگری؛ همدلی؛ احترام؛ سکوت؛ گفت‌وگوی سیاسی؛ گوش دادن در خانواده و آموزش.

م

مارپیچ خشم

محتوای تحریک کننده؛ الگوریتم؛ واکنش؛ بازنشر؛ تشدید قطبی شدن؛ تأثیر بر سیاست.

مالکیت داده

حق دسترسی؛ انتقال؛ حذف؛ منافع اقتصادی؛ مالکیت فردی یا جمعی؛ محدودیت‌های مفهوم مالکیت.

محرك

محرك بیرونی؛ محرك درونی؛ اعلان؛ تصویر؛ صدا؛ احساس؛ محرك و عادت؛ فاصله میان محرك و واکنش.

مدرسه

محیط توجه؛ تلفن همراه؛ نقش معلم؛ سواد رسانه‌ای؛ سکوت؛ مطالعه؛ گفت‌وگو؛ آموزش شهروندی.

مسئولیت

مسئولیت فرد؛ مسئولیت رسانه؛ مسئولیت شرکت فناوری؛ مسئولیت حکومت؛ مسئولیت والدین؛ مسئولیت نسبت به توجه دیگران.

مسئولیت توجه

انتخاب آگاهانه؛ احترام به زمان دیگران؛ پرهیز از پیام غیرضروری؛ عدم انتشار اطلاعات نادرست؛ مسئولیت نهادی.

مطالعه

مطالعه عمیق؛ کتاب چاپی و دیجیتال؛ حافظه؛ تمرکز؛ تخیل؛ مطالعه در عصر شبکه‌های اجتماعی.

معماری انتخاب

ترتیب گزینه‌ها؛ گزینه پیش‌فرض؛ طراحی رابط؛ حق خروج؛ تلنگر؛ فراتلنگر؛ اخلاق طراحی.

معماری جامعه آزاد

قانون؛ نهاد؛ فرهنگ؛ آموزش؛ رسانه؛ فناوری؛ طراحی خدمات عمومی؛ حفاظت از توجه شهروندان.

مک‌لوهان، مارشال

رسانه همان پیام است؛ امتدادهای انسان؛ تأثیر ساختار رسانه بر ادراک و جامعه.

منشور حاکمیت بر توجه

هدف؛ اصول بنیادین؛ کرامت؛ آزادی ذهن؛ کودک؛ آموزش؛ رسانه؛ اقتصاد؛ حکومت؛ فناوری؛ مسئولیت نسل‌ها.

منطق نمایش

جذابیت بصری؛ سرگرمی؛ سیاست؛ خبر؛ شخصیت‌محوری؛ غلبه تصویر بر استدلال.

ن

نابرابری

نابرابری اقتصادی؛ نابرابری اطلاعاتی؛ نابرابری در دسترسی به سکوت و زمان؛ قدرت شرکت‌ها؛ عدالت توجه.

نظارت

نظارت دولتی؛ نظارت تجاری؛ نظارت محل کار؛ خودنظارتی؛ داده؛ حریم خصوصی؛ سرمایه‌داری نظارتی.

نوجوان

شبکه اجتماعی؛ هویت؛ تأیید اجتماعی؛ اضطراب؛ خواب؛ آموزش؛ تلفن هوشمند؛ حمایت قانونی.

نوآوری

نوآوری فناورانه؛ پیشرفت انسانی؛ جهت فناوری؛ توزیع منافع؛ نوآوری مسئولانه.

و

واقعیت

واقعیت مشترک؛ تصویر ذهنی؛ رسانه؛ جعل؛ دروغ؛ حقیقت‌سنجی؛ بحران واقعیت.

وقفه

اعلان؛ پیام؛ تغییر کار؛ هزینه شناختی؛ وقفه در مطالعه؛ مدیریت وقفه؛ طراحی محیط.

ویلیام جیمز

تعریف توجه؛ تجربه آگاهانه؛ انتخاب ذهن؛ نقش عادت؛ جایگاه در روان‌شناسی توجه.

ویلیامز، جیمز

اقتصاد توجه؛ آزادی؛ نور توجه؛ اهداف بلندمدت؛ طراحی دیجیتال؛ مقاومت.

ه

هویت

هویت فردی؛ هویت گروهی؛ هویت سیاسی؛ داده و طبقه‌بندی؛ شبکه اجتماعی؛ هویت تحمیلی؛ هویت ایرانی.

همدلی

توجه به تجربه دیگری؛ گفت‌وگو؛ ادبیات؛ رسانه؛ کاهش همدلی در محیط قطبی؛ آموزش.

هوشیاری مدنی

پیگیری خبر؛ مشارکت؛ تعادل میان آگاهی و فرسودگی؛ مسئولیت شهروندی؛ مقاومت در برابر بحران دائمی.

ی

یادگیری

توجه و حافظه؛ تمرین؛ مطالعه؛ وقفه؛ آموزش دیجیتال؛ یادگیری عمیق؛ نقش هوش مصنوعی.

یأس

بحران دائمی؛ درماندگی آموخته شده؛ پروپاگاندا؛ فرسودگی سیاسی؛ امید به عنوان بازپس گیری آینده.

یوتوپیا و دیستوپیا

آرمان شهر فناورانه؛ جامعه کنترل شده؛ اورول؛ هاکسلی؛ ادبیات هشداردهنده؛ آینده آزادی.

درباره نویسنده

مرتضی انواری پژوهشگر، نویسنده، مدرس دانشگاه و مدیر ارشد بازنشسته دولت ایالات متحده است. فعالیت حرفه‌ای او با تدریس در دانشگاه و پژوهش در حوزه‌های مهندسی و سیستم‌های خبره آغاز شد و در طول بیش از دو دهه، هم‌زمان با مسئولیت‌های اجرایی، به‌صورت نیمه‌وقت در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به تدریس در زمینه‌های مدیریت، فناوری، برنامه‌ریزی و تحلیل سیستم‌ها ادامه داد.

او در ادامه فعالیت حرفه‌ای خود، مسئولیت‌های راهبردی متعددی را در دولت ایالات متحده و ارتش آمریکا بر عهده داشت و در زمینه‌های برنامه‌ریزی راهبردی، مدیریت منابع، ارزیابی عملکرد، مدیریت هزینه، هوش مصنوعی و تحول سازمانی فعالیت کرد. در کنار فعالیت‌های حرفه‌ای، همواره به مسائل ایران، آزادی، حکومت دموکراتیک، آینده فناوری و تأثیر آن بر سرنوشت انسان پرداخته است. نوشته‌های او حاصل تلفیق تجربه دانشگاهی، مدیریت اجرایی، پژوهش و دغدغه‌های فلسفی درباره آزادی، مسئولیت و آینده تمدن انسانی است.

کتاب - **حاکمیت بر توجه** - نتیجه سال‌ها مطالعه و تأمل او درباره یکی از بنیادی‌ترین چالش‌های عصر دیجیتال است: حفظ حاکمیت انسان بر ذهن، توجه، زمان و آزادی انتخاب خویش.