



دو فصلنامه اختصاصی مطالعات فرهنگی «خط‌مشی‌گذاری در فرهنگ»
سال اول، شماره اول، پیاپی ۱، پاییز و زمستان ۱۴۰۳

صص ۳۳۶-۳۲۱؛ تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۲۴؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۲۲

اقتصاد توجه از منظر حقوق عمومی

علیرضا مفتخری مظاهری^۱؛ محسن طاهری^۲؛ رضا زیاری^۳؛ علی صالحی فارسانی^۴

چکیده

اقتصاد توجه ظرفیت جمعی انسان برای درگیر شدن با بسیاری از عناصر محیطی است. ظرفیت انسان برای توجه محدود است و محتوا و رویدادهایی که برای آن توجه رقابت می‌کنند بسیار فراتر از ظرفیت است. اقتصاد توجه یکی از مهم‌ترین چالش‌های حقوقی و اجتماعی عصر پسامدرنیته در فضای مجازی است که به صورت فزاینده در حال تسخیر روابط انسانی و تعیین معادلات جدید سیاسی و اقتصادی می‌باشد. عدم توجه قانون‌گذاری و رصد مقوله حاکمیت در تبیین مناسبات آن می‌تواند به هرج و مرج و فروپاشی ارکان حاکمیتی منجر شود بدون آنکه ساختار نوینی را پدید بیاورد. سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که چرا اقتصاد توجه باید در حقوق عمومی ایران مخصوصاً از منظر سیاسی مورد بررسی قرار گیرد؟ در آن ساختار، همه افراد جامعه باید احساس امنیت اجتماعی و سیاسی داشته باشند. حمایت همه‌جانبه حاکمیت از آزادی ملت در مقابل سوءاستفاده‌گران از فناوری‌های نوین در حوزه اقتصاد توجه باید به عمل آید. نویسنده با بررسی اقتصاد توجه از منظر حقوق عمومی در این پژوهش به دنبال ایجاد ساختاری اساسی در مفاهیم ارتباط آن با مقوله حاکمیت و انتقال قدرت سیاسی است.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد توجه، حقوق عمومی، حکمرانی، حقوق بشر، دسترسی اطلاعات.

۱. دانشجوی دکتری، گروه حقوق واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران، سمنان.
۲. استادیار گروه حقوق، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران، سمنان (نویسنده مسئول).
۳. استادیار گروه اقتصاد، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران، سمنان.
۴. استادیار گروه علوم سیاسی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران، سمنان.



۱. مقدمه

اقتصاد توجه^۱ به مطالعه چگونگی رقابت افراد و سازمان‌ها برای جذب توجه محدود مخاطبان می‌پردازد (باب‌الحوائجی، ۱۳۸۳، ص ۳۵) اقتصاد توجه، به‌عنوان یک مفهوم نوظهور، نه صرفاً به دنبال پول است و نه صرفاً به دنبال قدرت، بلکه ترکیبی از هر دو را دنبال می‌کند. (درودی، ۱۳۸۶، ص ۸۶). می‌توان گفت که در واقع، هدف اصلی اقتصاد توجه، کسب و حفظ قدرت از طریق کنترل و هدایت توجه افراد است و پول ابزاری برای دستیابی به این هدف محسوب می‌شود. (خسروی، ۱۴۰۰، ص ۵۱) در گذشته پول به‌عنوان ابزاری برای کسب قدرت محسوب می‌شد اما در اقتصاد توجه، توجه افراد به یک کالای با ارزش تبدیل شده که می‌توان آن را به پول تبدیل کرد. پلتفرم‌های آنلاین با نمایش تبلیغات، فروش داده‌های کاربران و ارائه خدمات پولی، از توجه کاربران درآمدزایی می‌کنند. سرمایه‌گذاری اصلی در جذب توجه است. با کنترل توجه افراد، می‌توان بر افکار، رفتار و تصمیمات آن‌ها تأثیر گذاشت. این نفوذ می‌تواند برای ترویج ایده‌ها و حتی شکل‌دهی به گرایش‌های سیاسی مورد استفاده قرار گیرد. (قراگزلو و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۱۲)

هدف اصلی اقتصاد توجه، کنترل و هدایت توجه افراد به سمت منابع و محتوای مورد نظر است. این کنترل می‌تواند به شکل‌های مختلفی مانند الگوریتم‌های شخصی‌سازی، طراحی رابط‌های کاربری و تولید محتوای جذاب صورت گیرد. با کنترل توجه افراد، می‌توان بر افکار، باورها و رفتار آن‌ها تأثیر گذاشت. این تأثیرگذاری می‌تواند به نفع سازمان‌ها و حتی دولت‌ها باشد. پلتفرم‌های آنلاین با ارائه خدمات جذاب و شخصی‌سازی شده، کاربران را به خود وابسته می‌کنند. این وابستگی به معنای قدرت و نفوذ بیشتر برای پلتفرم‌ها است. پلتفرم‌های آنلاین نقش مهمی در شکل‌دهی به گفتمان عمومی و تعیین موضوعات مورد بحث دارند. با کنترل توجه افراد به محتوای خاص، می‌توان بر روند شکل‌گیری افکار عمومی تأثیر گذاشت. در نهایت، می‌توان گفت که اقتصاد توجه، به دنبال کسب قدرت از طریق کنترل و هدایت توجه افراد است و پول ابزاری برای دستیابی به این هدف محسوب می‌شود. این قدرت می‌تواند در حوزه‌های مختلفی مانند تبلیغات، سیاست، فرهنگ و جامعه مورد استفاده قرار گیرد. این قدرت می‌تواند هم به نفع جامعه و هم به ضرر آن باشد؛ بنابراین، ضروری است که از این قدرت به طور مسئولانه و اخلاقی استفاده شود و از سوءاستفاده از آن جلوگیری شود. حاکمیت با فاصله گرفتن از اهداف متعالی مصرح در قانون اساسی و مبانی حقوق بشر و با ایجاد قوانین مغایر با



روح قانون اساسی موجب ایجاد بحران‌های شدیدتر خواهد شد که این با روح عدالت در تعارض آشکاری است. (خسروی، ۱۴۰۰، ص ۴۴)

این فاصله عدم دقت در کارشناسی دقیق به همان میزان تبعات و ناامیدی را به جامعه و نسل بعدی منتقل خواهد ساخت. در مورد اقتصاد توجه آن‌قدر قوانین و بخش‌نامه‌های متناقض وجود دارد که هدف نهایی آن موجب ناامنی اجتماعی و بروز پدیده‌های خلاف قانون در روش‌های دور زدن قوانین خواهد شد و ترویج نوعی بی‌قانونی را سبب می‌شود.

برای جلوگیری از مفسدات اجتماعی و سیاسی حداقل نیازهای حقوق بشری توسط حاکمیت باید تأمین می‌گردد. برای آنکه جامعه سیاسی اسیر عوارض نادرست عدم اجرای عدالت در اقتصاد توجه نشود باید دولت در مصادیق مذکور مسئولانه عمل کند. دولت باید مانع تصویب مقررات و آیین‌نامه‌های غیراصولی شود، همچنین تفاسیر نادرست حقوقی از اصول قانون اساسی و حقوق بشر توسط مدیران دولتی و حاکمیتی ناکارآمد و سیاست‌باز و قانون‌گریز، بی‌دانش در حوزه حقوق عمومی ممانعت به عمل آورد. (خسروی، ۱۴۰۰، ص ۹۹)

۲. پیشینه تحقیق

در کتاب «روندهای فناوری نوظهور در اقتصاد توجه» «اقتصاد توجه»، برگرفته از این نظر «هربرت سایمون»، روان‌شناس و اقتصاددان امریکایی برنده جایزه نوبل اقتصاد سال ۱۹۷۸ می‌باشد که گفته است: «ثروتمندی در حجم، اطلاعات قابل توجه را به همراه می‌آورد». به اعتقاد این نظریه‌پرداز توجه به گلوگاه فکر انسان است و درک ما از محیط واقعی، توانایی‌های ما را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. در عصر اقتصاد توجه، همواره اطلاعات فراوانی در حال تولید است و این اطلاعات توجه انسان را معطوف به خود می‌کند.

در کتاب «اصول علم اقتصاد» نوشته دومینیک سالواتوره، یوجین ا دیولیو با ترجمه محمد ضیایی بیگدلی، نوروز علی مهدی‌پور به چاپ رسیده است. در این کتاب به علم اقتصاد، سیستم تقاضا عرضه و تعادل، حسابداری درآمد ملی و نظریه تقاضای مصرف‌کننده پرداخته شده است. لوئیس مدل دوسویه خود را در مقاله «توسعه اقتصادی با عرضه نامحدود نیروی کار» که در سال ۱۹۵۴ منتشر شد، مطرح کرد. او تحلیل تجربه تاریخی کشورهای توسعه‌یافته را با ایده اصلی اقتصاد کلاسیک درهم آمیخت تا تصویر بزرگ‌تر و روشن‌تری از روند توسعه ارائه دهد. لوئیس در کتاب «تئوری رشد اقتصادی» که در سال ۱۹۵۵ منتشر شد، مبنای مناسبی برای مطالعه توسعه اقتصادی ارائه کرد



در کتاب «کلیات علم اقتصاد» نوشته باقر قدیری اصل، کلیات علم اقتصاد، فشرده تحلیل‌هایی از اقتصاد خرد و کلان در ابعاد مختلف مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شده است.

در مقاله «توجه»، حکمرانی جدید در اقتصاد رسانه که در فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی به چاپ رسیده است آمده است در اقتصاد آنچه تعیین‌کننده ارزش هر کالایی است، میزان کمیابی آن است. افزایش تصاعدی شمار رسانه‌ها و بمباران اطلاعاتی مخاطبان از سوی آن‌ها باعث شده است که عنصر کمیاب در حوزه اقتصاد رسانه، به جای اطلاعات، توجه مخاطبان به رسانه‌ها و اطلاعات ارسالی از سوی آن‌ها باشد. کمیابی توجه، سبب پدید آمدن نظریه جدیدی درباره ماهیت اقتصاد به نام «اقتصاد توجه» شده است. بر این اساس، هدف مقاله حاضر، معرفی نظریه «اقتصاد توجه» و بررسی نقش آن در اقتصاد رسانه‌هاست.

در کتاب «واژه‌های کلیدی اقتصاد خرد و کلان» نوشته منیژه نخعی آغمیونی به بررسی واژه‌های کلیدی اقتصاد خرد و کلان و تأثیرگذاری آن در اجتماع و الگوهای جوامع پرداخته شده است.

۳. پرسش‌ها و فرضیه‌ها

چرا اقتصاد توجه باید در حقوق عمومی ایران مخصوصاً از منظر سیاسی مورد بررسی قرار گیرد؟

فرضیه و مدعای اصلی این است که اقتصاد توجه پدیده‌ای نوظهور می‌باشد که مرزهای باریک آن در آزادی‌های فردی و اقتدار حاکمیت مشخص نیست؛ بلکه در فرآیند حقوق سیاسی عدم توجه به ساختارهای حقوقی آن می‌تواند با تحولات اجتماعی و سیاسی، آرمان‌های تمدنی بشریت را به مخاطره اندازد. از همین روی همان میزان که دخالت‌های نامناسب دولت‌ها در مواجهه با آن در حقوق عمومی و اتخاذ تصمیمات غیرکارشناسی در قانون‌گذاری خطرناک است به همان مقدار رهاسازی این مقوله آسیب‌های غیرقابل بازگشتی را پدید خواهد آورد، لذا باید به صورت مفصل در حقوق عمومی به آن پرداخته شود. ساختار مطلوب همان تعریف اصول متقابل حق ملت و تکلیف دولت در قانون اساسی است که برگرفته از حقوق بشر جهانی می‌باشد.

۴. روش پژوهش و چارچوب نظری

لزوم صیانت از حقوق اساسی در مواجهه با اقتصاد توجه

اقتصاد توجه به طور فزاینده‌ای بر جمع‌آوری و استفاده از داده‌های شخصی تمرکز دارد. حقوق عمومی باید در این زمینه نقش محافظتی ایفا کند و تضمین کند که جمع‌آوری و استفاده از اطلاعات



شخصی با رعایت اصول شفافیت، رضایت آگاهانه و حریم خصوصی انجام می‌شود. الگوریتم‌ها و سیستم‌های فیلترینگ که در اقتصاد توجه به کار می‌روند، می‌توانند به طور بالقوه دسترسی به اطلاعات و آزادی بیان را محدود کنند. حقوق عمومی باید از دسترسی برابر به اطلاعات و تنوع دیدگاه‌ها حمایت کند و از ایجاد انحصار اطلاعاتی برای گروه خاص جلوگیری کند. در اقتصاد توجه، مصرف‌کنندگان اغلب بدون آگاهی از نحوه جمع‌آوری و استفاده از اطلاعاتشان، توجه خود را به محصولات و خدمات مختلف معطوف می‌کنند. دولت یا حاکمیت در مقام مدافع حقوق عمومی باید از حقوق عامه همگانی ملت در برابر سوءاستفاده احتمالی اشخاص یا گروه‌های خاص سیاسی محافظت کند. شرکت‌های بزرگ فناوری که در اقتصاد توجه نقش کلیدی دارند، می‌توانند از موقعیت خود برای اعمال نفوذ و ایجاد مزیت رقابتی ناعادلانه به نفع برخی کارگزاران دولتی استفاده کنند. حقوق عمومی باید از رقابت سالم و عادلانه در این فضا حمایت کند و از انحصار و اعمال قدرت جناح خاص سیاسی یا اقتصادی توسط شرکت‌های خاص جلوگیری کند. شرکت‌های بزرگ فناوری غالباً حجم عظیمی از داده‌های شخصی را در اختیار دارند که می‌تواند به آن‌ها قدرت کنترل و نفوذ زیادی بدهد. حقوق عمومی باید به دنبال راهکارهایی برای تنظیم نحوه دسترسی و استفاده عادلانه از این داده‌ها باشد تا از سوءاستفاده از آن‌ها برای رسیدن به مقاصد سیاسی و جناحی جلوگیری شود. اقتصاد توجه می‌تواند بر فرهنگ و جامعه تأثیرات عمیقی بگذارد. حقوق عمومی باید به دنبال راهکارهایی برای مدیریت این تأثیرات باشد و از گسترش محتوای مضر یا ترویج روابط و رفتارهای نامناسب جلوگیری کند. شرکت‌هایی که در اقتصاد توجه فعال هستند، باید مسئولیت اجتماعی خود را در قبال جامعه و کاربران خود به رسمیت بشناسند و از اصول اخلاقی در فعالیت‌های خود پیروی کنند. حقوق عمومی می‌تواند نقش مهمی در ترویج این مسئولیت و نظارت بر عملکرد این شرکت‌ها ایفا کند و ایشان را وادار به پذیرش اصول حقوقی نماید. الگوریتم‌های هوش مصنوعی در اقتصاد توجه نقش فزاینده‌ای دارند و می‌توانند بر نحوه شکل‌گیری افکار و رفتار افراد تأثیر بگذارند. حقوق عمومی باید به دنبال راهکارهایی برای تنظیم استفاده از هوش مصنوعی در این زمینه باشد و از خطرات احتمالی آن جلوگیری کند. فناوری‌های نوظهور مانند واقعیت مجازی و واقعیت افزوده نیز می‌توانند ابعاد جدیدی به اقتصاد توجه بیفزایند. حقوق عمومی باید با پیشرفت این فناوری‌ها، چالش‌های جدیدی که به وجود می‌آیند را شناسایی و برای آن‌ها راهکارهای حقوقی متناسب پیدا کند.



۴-۱. بررسی آثار اقتصاد توجه در ساحت حقوق عمومی

اقتصاد توجه، با توجه به ماهیت نوظهور و پیچیده‌اش، چالش‌های جدیدی را برای نظام‌های حقوقی و قوانین داخلی کشورها ایجاد کرده است. این چالش‌ها به طور عمده در حوزه‌های حفاظت از حریم خصوصی، مقابله با اطلاعات نادرست، حفاظت از آزادی بیان شهروندان و چالش‌های پیش روی قانون‌گذاری قابل مشاهده است. متأسفانه تا کنون در کتاب‌ها و مقالات و رساله‌ها به اقتصاد توجه در حقوق عمومی هیچ اشاره‌ای صورت نگرفته است. آثار اقتصاد توجه باید از جنبه‌های حکمرانی، نوع حکومت و نوع نظام سیاسی، ظهور نسل رهبران جدید و انتخابات مورد بررسی دقیق در حوزه حقوق عمومی قرار گیرد.

۴-۲. اقتصاد توجه از منظر قوانین داخلی و حکمرانی

قوانین داخلی کشورها باید به طور کافی از حریم خصوصی و داده‌های شخصی کاربران در برابر سوءاستفاده‌های احتمالی توسط پلتفرم‌های آنلاین و شرکت‌های فناوری محافظت کنند. قوانین باید الزاماتی را برای شفافیت در نحوه جمع‌آوری، ذخیره و استفاده از داده‌های شخصی کاربران تعیین کنند. همچنین، کاربران باید از حق انتخاب و رضایت آگاهانه برای ارائه داده‌های خود برخوردار باشند. قوانین باید به طور مشخص به مقررات مربوط به استفاده از کوکی‌ها و دیگر ابزارهای ردیابی آنلاین پردازند و محدودیت‌هایی را برای جمع‌آوری داده‌های شخصی بدون رضایت کاربر تعیین کنند.

قوانین باید به طور واضح مسئولیت پلتفرم‌های آنلاین در مقابله با اطلاعات نادرست، اخبار جعلی و محتوای مضر را مشخص کنند. قوانین باید مکانیسم‌های کارآمدی برای گزارش‌دهی و حذف محتوای مضر و اطلاعات نادرست از پلتفرم‌های آنلاین ارائه دهند. قوانین می‌توانند به شفافیت در نحوه عملکرد الگوریتم‌های پلتفرم‌های آنلاین کمک کنند تا از سوگیری و دستکاری در نتایج جستجو و نمایش محتوا جلوگیری شود.

قوانین باید تعادل بین آزادی بیان و نظم عمومی را برقرار کنند و از سوءاستفاده از پلتفرم‌های آنلاین برای ترویج نفرت، خشونت و محتوای غیرقانونی جلوگیری کنند. قوانین باید محدودیت‌های قانونی برای محتوای منتشر شده در پلتفرم‌های آنلاین تعیین کنند و در عین حال، از آزادی بیان و حقوق شهروندی محافظت کنند. قوانین باید به شفافیت در اعمال محدودیت‌ها و نظارت بر پلتفرم‌های آنلاین کمک کنند تا از سوءاستفاده از قدرت توسط دولت‌ها جلوگیری شود. (درودی، ۱۳۸۶، ص ۴۸)



قوانین باید به سرعت با نوآوری‌های سریع در حوزه فناوری همراه باشند و از عقب ماندن از تحولات این حوزه جلوگیری کنند. قانون‌گذاران باید با تعارض منافع بین شرکت‌های بزرگ فناوری، دولت‌ها و شهروندان به طور دقیق و عادلانه برخورد کنند. اقتصاد توجه به طور فزاینده‌ای به یک پدیده جهانی تبدیل شده است و نیاز به همکاری بین‌المللی برای تنظیم آن و ایجاد قوانین مشترک وجود دارد.

۴-۳. بررسی رابطه اقتصاد توجه بر شکل نظام سیاسی و نوع حکومت

نوع حکومت و نظام سیاسی یک کشور به طور قابل توجهی بر نحوه شکل‌گیری و عملکرد اقتصاد توجه در آن کشور تأثیر می‌گذارد. در دموکراسی‌ها، حفاظت از حریم خصوصی و آزادی بیان از اولویت‌های اصلی است، در حالی که در حکومت‌های اقتدارگرا و توتالیتر، کنترل و نظارت بر فضای مجازی و پلتفرم‌های آنلاین در اولویت قرار دارد. شفافیت، پاسخگویی و رقابت در حکومت دموکراسی بیشتر از حکومت‌های اقتدارگرا و توتالیتر است. استفاده از داده‌های شخصی کاربران در حکومت‌های اقتدارگرا و توتالیتر می‌تواند برای اهداف سیاسی و سرکوب مخالفان استفاده شود. در حکومت دموکراسی، حفاظت از حریم خصوصی و آزادی بیان از اولویت‌های اصلی است. به همین دلیل، قوانین و مقررات مربوط به اقتصاد توجه در این کشورها به گونه‌ای طراحی می‌شوند که از حقوق اساسی شهروندان محافظت کنند. در دموکراسی، انتظار می‌رود که دولت‌ها و نهادهای عمومی شفاف و پاسخگو باشند. در دموکراسی، دولت‌ها نقش نظارتی و تنظیم‌گری در اقتصاد توجه ایفا می‌کنند. این نظارت به منظور حفاظت از حقوق شهروندان، تضمین رقابت عادلانه و جلوگیری از سوءاستفاده از داده‌های شخصی انجام می‌شود. در حکومت دموکراتیک، شهروندان نقش فعالی در شکل‌دهی به سیاست‌ها و قوانین مربوط به اقتصاد توجه دارند. آن‌ها می‌توانند از طریق مشارکت در انتخابات اثرگذار باشند و گروه‌های مدنی و سایر کانال‌های ارتباطی، نظرات و خواسته‌های خود را به گوش قانون‌گذاران برسانند. (خسروی، ۱۴۰۰، ص ۲۲)

در حکومت‌های اقتدارگرا، دولت‌ها کنترل و نظارت شدیدی بر فضای مجازی و پلتفرم‌های آنلاین اعمال می‌کنند. این کنترل به منظور سرکوب مخالفان، جلوگیری از انتشار اطلاعات نادرست و حفظ قدرت سیاسی انجام می‌شود. در این نوع حکومت‌ها، آزادی بیان و حریم خصوصی شهروندان به شدت محدود می‌شود. دولت‌ها می‌توانند به راحتی به داده‌های شخصی کاربران دسترسی پیدا کنند و از آن‌ها برای نظارت بر فعالیت‌های آن‌ها استفاده کنند. حکومت‌های اقتدارگرا از سانسور و فیلترینگ برای



کنترل اطلاعات و محتوای منتشر شده در پلتفرم‌های آنلاین استفاده می‌کنند. این امر می‌تواند به محدود شدن دسترسی کاربران به اطلاعات و محتوای مورد نظر آن‌ها منجر شود. در این نوع حکومت‌ها، داده‌های شخصی کاربران می‌تواند برای اهداف سیاسی و سرکوب مخالفان استفاده شود. حکومت‌های اقتدارگرا ممکن است از طریق قوانین و مقررات، رقابت در بازار دیجیتال را محدود کنند و به شرکت‌های فناوری مورد نظر خود امتیاز دهند. (درودی، ۱۳۸۶، ص ۷۲)

در حکومت‌های توتالیتر، دولت‌ها کنترل کامل بر تمام جنبه‌های زندگی اجتماعی و سیاسی از جمله اقتصاد توجه دارند. نظارت بر فضای مجازی و پلتفرم‌های آنلاین در این نوع حکومت‌ها بسیار گسترده است و دولت‌ها به راحتی به داده‌های شخصی کاربران دسترسی دارند. سانسور و فیلترینگ در این نوع حکومت‌ها بسیار شدید است و کاربران به اطلاعات و محتوای محدودی دسترسی دارند. داده‌های شخصی کاربران می‌تواند برای سرکوب مخالفان و حفظ قدرت سیاسی استفاده شود. رقابت در بازار دیجیتال در این نوع حکومت‌ها به حداقل می‌رسد و دولت‌ها به طور کامل بر این حوزه کنترل دارند.

۴-۴. اثر اقتصاد توجه در تعیین رهبران سیاسی جدید

اقتصاد توجه، با تمرکز بر رقابت برای جذب توجه انسان‌ها، می‌تواند تأثیرات قابل توجهی بر شکل‌گیری و تعیین حکومت‌های جدید داشته باشد. این تأثیر از طریق چندین کانال مختلف اعمال می‌شود. اقتصاد توجه می‌تواند به ظهور رهبران جدید سیاسی کمک کند. افرادی که از طریق پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی موفق به جذب توجه و ایجاد پیروان وفادار می‌شوند، می‌توانند به عنوان رهبران جدید سیاسی مطرح شده و بر فرآیندهای سیاسی تأثیر بگذارند. حال این موضوع که رهبر جدید تا چه میزان دارای اصالت بوده و یا بر اساس الگوهای نامناسب ترویج شبه علم، پدیدآمده باشد باید واکاوی شود. (خسروی، ۱۴۰۰، ص ۵۸)

پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی، به عنوان کانال‌های اصلی اقتصاد توجه، نقش تعیین‌کننده‌ای در انتشار اطلاعات و اخبار دارند. این پلتفرم‌ها می‌توانند با استفاده از الگوریتم‌ها و فیلترهای خود، نوع اطلاعاتی را که کاربران دریافت می‌کنند، کنترل و جهت‌دهی کنند. این امر می‌تواند بر افکار عمومی و اولویت‌های مردم در مسائل سیاسی و اجتماعی تأثیر گذاشته و آن‌ها را به سمت حمایت از گروه‌ها و احزاب خاص سوق دهد. پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان ابزار قدرتمندی برای سازماندهی و بسیج مردم در حمایت از گروه‌ها و احزاب خاص استفاده



شوند. این پلتفرم‌ها می‌توانند به راحتی افراد با علایق و دیدگاه‌های مشابه را به هم متصل کرده و آن‌ها را برای شرکت در تظاهرات، اعتراضات و سایر فعالیت‌های سیاسی تشویق کنند. اقتصاد توجه می‌تواند شیوه‌های تبلیغات سیاسی را تغییر دهد. با استفاده از داده‌های کاربران و الگوریتم‌های هدفمند، احزاب و گروه‌های سیاسی می‌توانند پیام‌های خود را به طور مؤثرتری به مخاطبان خاص خود برسانند. این امر می‌تواند بر نحوه شکل‌گیری آرای مردم و نتایج انتخابات تأثیر بگذارد.

اقتصاد توجه می‌تواند گفتمان‌های عمومی را شکل داده و موضوعات مهمی را که در جامعه مورد بحث قرار می‌گیرند، تعیین کند. با تمرکز بر موضوعات خاص و ایجاد ترندهای جدید، این پلتفرم‌ها می‌توانند توجه مردم را به مسائل خاصی جلب کرده و آن‌ها را به سمت مشارکت در گفتمان‌های مرتبط با آن مسائل سوق دهند. این امر می‌تواند بر نحوه شکل‌گیری نظرات و دیدگاه‌های مردم در مورد مسائل سیاسی و اجتماعی و در نتیجه، بر انتخاب‌های آن‌ها در انتخابات و سایر تصمیم‌گیری‌های سیاسی تأثیر بگذارد.

اقتصاد توجه می‌تواند به شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی و سیاسی جدید کمک کند. این شبکه‌ها می‌توانند بر اساس علایق مشترک، دیدگاه‌های سیاسی و یا اهداف خاص شکل گیرند و به عنوان ابزار قدرتمندی برای بسیج مردم و تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری‌های سیاسی استفاده شوند. (خسروی، ۱۴۰۰، ص ۱۴۲)

اقتصاد توجه می‌تواند به افزایش مشارکت سیاسی مردم کمک کند. با ارائه فرصت‌های جدید برای بیان نظرات، مشارکت در گفتمان‌های عمومی و سازماندهی فعالیت‌های سیاسی، این پلتفرم‌ها می‌توانند افراد بیشتری را به مشارکت در فرآیندهای سیاسی تشویق کنند. اقتصاد توجه می‌تواند به کاهش نفوذ رسانه‌های سنتی در شکل‌دهی به افکار عمومی کمک کند. با افزایش دسترسی به اطلاعات و تنوع منابع خبری، مردم می‌توانند به جای تکیه بر رسانه‌های سنتی، از منابع مختلفی برای کسب اطلاعات استفاده کنند. این امر قدرت رسانه‌های سنتی را در کنترل و جهت‌دهی افکار عمومی کاهش می‌دهد.

۴-۵. اثرات اقتصاد توجه در انتخابات

اقتصاد توجه و انتخابات دموکراتیک دو مفهوم مرتبط هستند که در دنیای امروز به شدت با هم درهم‌تنیده شده‌اند. اقتصاد توجه به چگونگی رقابت افراد و سازمان‌ها برای جلب توجه محدود مخاطبان می‌پردازد، در حالی که انتخابات دموکراتیک فرآیندی است که در آن مردم به طور آزادانه و داوطلبانه برای انتخاب نمایندگان خود و تعیین سرنوشت جامعه شرکت می‌کنند.



در دنیای امروز، با وجود حجم عظیمی از اطلاعات و محتوای دیجیتال، جلب توجه رأی‌دهندگان به یک چالش اساسی برای نامزدها و احزاب سیاسی تبدیل شده است. نامزدها برای جلب توجه رأی‌دهندگان از ابزارهای مختلفی مانند رسانه‌های اجتماعی، تبلیغات، سخنرانی‌ها و رویدادهای عمومی استفاده می‌کنند. رقابت برای جلب توجه می‌تواند به استفاده از تاکتیک‌های اغراق‌آمیز، ساده‌سازی مسائل پیچیده و ایجاد احساسات منفی علیه رقبای سیاسی منجر شود. این رقابت می‌تواند منجر به کاهش کیفیت بحث‌های سیاسی و تمرکز بر مسائل سطحی به جای مسائل اساسی شود. شبکه‌های اجتماعی و الگوریتم‌های آن‌ها نقش مهمی در شکل‌دهی به اقتصاد توجه در انتخابات ایفا می‌کنند. الگوریتم‌ها می‌توانند محتوای موردعلاقه کاربران را به آن‌ها نمایش دهند و در نتیجه، افراد بیشتر در معرض اطلاعاتی قرار می‌گیرند که با دیدگاه‌های قبلی آن‌ها همخوانی دارد تا جایی که افراد فقط با اطلاعاتی مواجه می‌شوند که با دیدگاه‌های آن‌ها همسو است و در نتیجه، درک آن‌ها از مسائل مختلف محدود می‌شود. این موضوع می‌تواند به قطبی شدن جامعه و تشدید اختلافات سیاسی منجر شود. اقتصاد توجه می‌تواند به انتشار اطلاعات نادرست و اخبار جعلی در فضای مجازی منجر شود.

محتوای جنجالی و احساسی می‌تواند توجه بیشتری را به خود جلب کند و در نتیجه، افراد بیشتری به اشتراک‌گذاری و انتشار آن می‌پردازند. این اطلاعات نادرست می‌تواند بر تصمیم‌گیری رأی‌دهندگان تأثیر منفی بگذارد و به تضعیف اعتماد به نهادهای دموکراتیک منجر شود. (درودی، ۱۳۸۶، ص ۵۳)

اقتصاد توجه چالش‌های جدی برای انتخابات دموکراتیک ایجاد می‌کند، اما در عین حال، فرصت‌هایی نیز برای بهبود این فرآیند به وجود می‌آورد. آموزش رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی می‌تواند به شهروندان کمک کند تا اطلاعات نادرست را از اطلاعات صحیح تشخیص دهند. شفافیت در استفاده از داده‌ها و الگوریتم‌ها توسط شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به افزایش اعتماد به این پلتفرم‌ها منجر شود. تقویت نقش رسانه‌های مستقل و روزنامه‌نگاری تحقیقی می‌تواند به ارائه اطلاعات دقیق و بی‌طرفانه به رأی‌دهندگان کمک کند.

اقتصاد توجه به طور فزاینده‌ای بر انتخابات دموکراتیک تأثیر می‌گذارد. رقابت برای جلب توجه، تأثیر الگوریتم‌ها، و انتشار اطلاعات نادرست، چالش‌های جدی برای فرآیند دموکراسی ایجاد می‌کنند. با این حال، با اتخاذ تدابیر مناسب، مانند آموزش رسانه‌ای، شفافیت در استفاده از داده‌ها، و تقویت نقش رسانه‌های مستقل، می‌توان از فرصت‌های موجود در اقتصاد توجه برای بهبود فرآیند انتخابات



۴-۶. بررسی اقتصاد توجه در نظام انتخاباتی ایران

۱۳۳۱ |

اقتصاد توجه در انتخابات ایران نیز به طور فزاینده‌ای در حال تأثیرگذاری است، هرچند به دلیل محدودیت‌های فضای مجازی و کنترل بیشتر دولت بر رسانه‌ها، شکل و شمایل آن با انتخابات آمریکا و سایر نقاط جهان متفاوت است. با این حال، مکانیزم‌های اساسی اقتصاد توجه همچنان در رقابت‌های انتخاباتی ایران نقش ایفا می‌کنند رسانه‌های اجتماعی علی‌رغم فیلترینگ و محدودیت‌ها، همچنان نقش مهمی در جلب توجه رأی‌دهندگان ایفا می‌کنند. نامزدها از این پلتفرم‌ها برای انتشار پیام‌های خود، تعامل با رأی‌دهندگان و جمع‌آوری حمایت استفاده می‌نمایند. رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون و رادیو همچنان نقش غالب را در اطلاع‌رسانی و شکل‌دهی افکار عمومی ایفا می‌کنند. نامزدها تلاش می‌کنند تا با حضور در برنامه‌های مختلف تلویزیونی و رادیویی، توجه رأی‌دهندگان را به خود جلب کنند. در تبلیغات محیطی بنرهای تبلیغاتی، پوسترها و بیلبوردها در سطح شهر همچنان ابزارهای مهمی برای جلب توجه رأی‌دهندگان هستند. رسانه‌های دولتی مانند صدا و سیما نقش پررنگی در شکل‌دهی افکار عمومی و حمایت از نامزدهای موردنظر دولت ایفا می‌کنند. این رسانه‌ها به طور معمول به نامزدهای مورد حمایت دولت، زمان بیشتری برای تبلیغات و حضور در برنامه‌ها اختصاص می‌دهند.

فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی و وب‌سایت‌ها، دسترسی به اطلاعات و دیدگاه‌های مختلف را برای رأی‌دهندگان محدود می‌کند. این امر می‌تواند به تمرکز افکار عمومی بر روی اطلاعات و دیدگاه‌های موردنظر دولت منجر شود. دولت به طور فعال در کنترل محتوا و جلوگیری از انتشار اطلاعاتی که به ضرر نامزدهای موردنظر آن باشد، تلاش می‌کند. این امر می‌تواند به محدود شدن تنوع دیدگاه‌ها و اطلاعات در فضای مجازی منجر شود. با وجود فیلترینگ، الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی داخلی همچنان می‌توانند به نمایش محتوای موردعلاقه کاربران پردازند و در نتیجه، حباب‌های فیلتر را ایجاد کنند. حباب‌های فیلتر در فضای مجازی می‌توانند به قطبی شدن افکار عمومی و تشدید اختلافات سیاسی در ایران منجر شوند. (خسروی، ۱۴۰۰، ص ۳۴)

اقتصاد توجه می‌تواند به انتشار اطلاعات نادرست و اخبار جعلی در فضای مجازی و رسانه‌های سنتی منجر شود. اطلاعات نادرست می‌تواند بر تصمیم‌گیری رأی‌دهندگان تأثیر منفی بگذارد و به



تضعیف اعتماد به نهادهای دموکراتیک منجر شود. این موضوع می‌تواند به کاهش اعتماد به رسانه‌های سنتی و افزایش اعتماد به منابع اطلاعاتی غیرقابل اعتماد منجر شود.

رقابت برای جلب توجه می‌تواند به تشدید اختلافات سیاسی و قطبی شدن جامعه منجر شود. از سوی دیگر، اقتصاد توجه می‌تواند فرصت‌هایی برای افزایش مشارکت سیاسی و آگاهی عمومی ایجاد کند. نامزدها می‌توانند از این پلتفرم‌ها برای ارتباط مستقیم با رأی‌دهندگان و تشویق آن‌ها به مشارکت در انتخابات استفاده کنند.

آموزش رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی می‌تواند به شهروندان کمک کند تا اطلاعات نادرست را از اطلاعات صحیح تشخیص دهند. شفافیت در رسانه‌ها: شفافیت در عملکرد رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های دولتی، می‌تواند به افزایش اعتماد به آن‌ها منجر شود. تنظیم‌گری فضای مجازی برای مقابله با انتشار اطلاعات نادرست و اخبار جعلی ضروری است. تقویت نقش رسانه‌های مستقل و روزنامه‌نگاری تحقیقی می‌تواند به ارائه اطلاعات دقیق و بی‌طرفانه به رأی‌دهندگان کمک کند. (دومینیک سالواتوره، ۱۳۷۴، ص ۸۴)

اقتصاد توجه در انتخابات ایران نیز در حال رشد و تأثیرگذاری است. محدودیت‌های فضای مجازی و کنترل بیشتر دولت بر رسانه‌ها، شکل و شمایل آن را با انتخابات آمریکا متفاوت می‌کند. با این حال، رقابت برای جلب توجه، تأثیر رسانه‌های دولتی، و انتشار اطلاعات نادرست، چالش‌های جدی برای فرآیند دموکراسی در ایران ایجاد می‌کنند. با اتخاذ تدابیر مناسب، مانند آموزش رسانه‌ای، شفافیت در عملکرد رسانه‌ها، و تقویت نقش رسانه‌های مستقل، می‌توان از فرصت‌های موجود در اقتصاد توجه برای بهبود فرآیند انتخابات و تقویت مردم‌سالاری دینی در ایران استفاده کرد.

۴-۷. اقتصاد توجه و اثر آن بر ترویج افراط‌گرایی

از نظر سیاسی، افراطی‌ترین، رادیکال‌ترین و ناآگاهانه‌ترین دیدگاه‌ها بیشترین زمان پخش را دارند؛ زیرا منحصربه‌فردترین دیدگاه‌ها هستند و بیشترین توجه را به خود جلب می‌کنند؛ بنابراین، به نظر می‌رسد که دنیا در حال تبدیل شدن به یک مارپیچ در حال چروکیدن است، در حالی که واقعاً، ما بیشتر از همیشه در معرض مردم حاشیه‌نشین هستیم. تهدیدهایی مانند ابولا یا تروریسم هیجان‌انگیز می‌شوند، نه به این دلیل که در واقع آن‌قدر تهدیدکننده هستند، بلکه به دلیل افراطی بودن و میزان توجهی که به خود جلب می‌کنند. احتمال اینکه در هنگام برخورد صاعقه توسط یک کوسه خورده شوید، بیشتر از مرگ در اثر یک حمله تروریستی است. احتمال اینکه امسال بر اثر آنفولانزا بمیرید بیشتر از ابتلا به



ابولا است. با این حال، در فرهنگ ما، به نظر می‌رسد که جهان در یک وضعیت دائمی فروپاشی قریب‌الوقوع است.

رویدادهای بیهوده اما دراماتیک، مانند گاف‌ها، مصاحبه‌های اشتباه، و افراد مشهوری که کارهای احمقانه انجام می‌دهند، به نظر می‌رسد که اهمیت فرهنگی و اجتماعی بسیار بیشتری نسبت به آنچه که هستند به خود می‌گیرند. این اقتصاد توجه بود که در نهایت اجازه داد تا این اتهامات به طور قابل توجهی به آگاهی عمومی راه پیدا کند. افشاهای رسوایی‌های جنسی و اخلاقی افرادی که شخصیت مشهوری میان مردم بودند نوعی ترویج افراط‌گرایی است. قبل از اینترنت، چیزهایی مانند تجاوز جنسی یا حقوق همجنس‌گرایان یا نژادپرستی ناسازگار یا جنگ ناکام مواد مخدر، همگی مفاهیمی انتزاعی بودند که ما هرگز مجبور به مقابله با آن‌ها به‌هیچ‌وجه ملموس نبودیم. آن‌ها افسانه‌های سرزمینی دوردست بودند. آن‌ها با ما کاری نداشتند. اما فناوری‌های جدید، چه بخواهیم و چه نخواهیم، بارها و بارها این مسائل را جلوی چشم ما می‌آورند. تجاوز جنسی اتفاق می‌افتد و بیشتر مرتکبین بدون مجازات می‌مانند. این القانات اجتماعی پر نهایت کنش‌های فکری و سیاسی افراطی را میان موافقان و مخالفان توسعه اجتماعی پدید خواهد آورد و جامعه سیاسی و فضای حقوق عمومی را مخدوش خواهد ساخت و این ترویج رفتارهای رادیکال در نهایت به گسترش هرج و مرج و آنارشیزم سیاسی تبدیل می‌گردد.

۴-۸. اثر اقتصاد توجه در شکل‌گیری انقلاب سیاسی

اقتصاد توجه به‌عنوان یک نیروی نوظهور، در حال تغییر و تحول چشم‌انداز سیاسی در سراسر جهان است. این تحول که می‌توان آن را "انقلاب سیاسی" ناشی از اقتصاد توجه نامید. رسانه‌های سنتی و نهادهای سیاسی که پیش از این کنترل انحصاری بر جریان اطلاعات و شکل‌دهی افکار عمومی را داشتند، در حال از دست دادن قدرت خود هستند. پلتفرم‌های آنلاین و شبکه‌های اجتماعی به کانال‌های قدرتمند جدیدی برای انتشار اطلاعات و شکل‌دهی به گفتمان‌های سیاسی تبدیل شده‌اند. با کاهش قدرت نهادهای سنتی، بازیگران جدیدی مانند بلاگرها، اینفلوئنسرها و فعالان آنلاین به قدرت و نفوذ قابل توجهی در عرصه سیاسی دست یافته‌اند. آن‌ها می‌توانند به راحتی به بسیج مردم و شکل‌دهی به افکار عمومی بپردازند. اقتصاد توجه، روابط قدرت بین دولت‌ها، شهروندان و شرکت‌های فناوری را تغییر داده است. شرکت‌های فناوری با کنترل پلتفرم‌های آنلاین و داده‌های کاربران، به بازیگران



قدرتمندی در عرصه سیاسی تبدیل شده‌اند و می‌توانند بر نحوه شکل‌گیری گفتمان‌های سیاسی و فرآیندهای تصمیم‌گیری تأثیر بگذارند. (خسروی، ۱۴۰۰، ص ۷۵)

اقتصاد توجه می‌تواند به افزایش مشارکت عمومی در فرآیندهای سیاسی کمک کند. پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان ابزار قدرتمندی برای سازماندهی اعتراضات، بسیج مردم و جمع‌آوری نظرات و پیشنهادات در مورد سیاست‌های مختلف استفاده شوند. اقتصاد توجه، شیوه‌های تبلیغات و کمپین‌های سیاسی را به طور اساسی تغییر داده است. استفاده از داده‌های کاربران، تبلیغات هدفمند و شبکه‌های اجتماعی به ابزارهای قدرتمندی برای رساندن پیام‌های سیاسی به مخاطبان خاص تبدیل شده‌اند. با افزایش حجم داده‌های جمع‌آوری شده از کاربران آنلاین، سیاست‌گذاران به سمت استفاده از داده‌ها برای اتخاذ تصمیمات و طراحی سیاست‌های جدید سوق پیدا کرده‌اند. این امر می‌تواند به بهبود سیاست‌گذاری و افزایش کارایی آن کمک کند، اما در عین حال، خطرات مربوط به حریم خصوصی و سوءاستفاده از داده‌ها را نیز به همراه دارد. اقتصاد توجه می‌تواند به انتشار اطلاعات نادرست و سوگیری در عرصه سیاسی منجر شود. پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به راحتی به ابزارهایی برای انتشار اخبار جعلی و تبلیغات سیاسی سوءاستفاده‌گر تبدیل شوند. اقتصاد توجه می‌تواند به قطبی شدن و تفرقه در جامعه منجر شود. با تمرکز بر مسائل خاص و ایجاد گفتمان‌های قطبی، می‌تواند به ایجاد شکاف بین گروه‌های مختلف جامعه و دشوارتر شدن توافق بر سر سیاست‌های مشترک کمک کند. (همایون‌پور، ۱۳۹۶، ص ۸۷) اقتصاد توجه می‌تواند به نفوذ لابی‌ها و گروه‌های فشار در فرآیندهای سیاسی کمک کند. با استفاده از پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی، این گروه‌ها می‌توانند به راحتی به جذب توجه و بسیج مردم برای حمایت از منافع خود پردازند. اقتصاد توجه می‌تواند به تهدیدی برای دموکراسی تبدیل شود. با تمرکز بر جذب توجه و استفاده از الگوریتم‌ها برای شکل‌دهی به افکار عمومی، می‌تواند به تضعیف فرآیندهای دموکراتیک و کاهش مشارکت معنی‌دار شهروندان در تصمیم‌گیری‌ها منجر شود.

۵. نتیجه‌گیری

اقتصاد توجه چالش‌های جدیدی را برای حقوق عمومی به وجود آورده است. برای حفظ حقوق اساسی شهروندان، تنظیم رقابت و ترویج مسئولیت اجتماعی ضرورت دارد که حقوق عمومی به طور فعال در این زمینه ورود کند و با همکاری نهادهای مختلف، قوانین و مقررات لازم را تدوین و اجرا کند. این موضوع نیازمند همکاری بین‌المللی، تبادل نظر و تحقیق و توسعه بیشتر در این حوزه است.



اقتصاد توجه با شکل دهی به افکار عمومی، سازماندهی و بسیج مردم، تغییر در نحوه مشارکت سیاسی و تضعیف ساختارهای سنتی قدرت، می تواند تأثیر قابل توجهی بر تعیین حکومت های جدید داشته باشد. این تأثیر می تواند هم مثبت و هم منفی باشد. از یک سو، اقتصاد توجه می تواند به افزایش مشارکت سیاسی، تنوع در دیدگاه ها و ظهور رهبران جدید کمک کند.

از سوی دیگر، می تواند به سوءاستفاده از اطلاعات، انتشار اخبار نادرست و ایجاد تفرقه در جامعه منجر شود؛ بنابراین، ضرورت دارد که از این ابزار قدرتمند به طور مسئولانه و با رعایت اصول اخلاقی و حقوقی استفاده شود تا از تأثیرات منفی آن بر فرآیندهای دموکراتیک جلوگیری شود.

نهادهای امنیتی نقش مهمی در حفاظت از امنیت ملی و شهروندان در اقتصاد توجه ایفا می کنند. با این حال، لازم است که تعادل بین امنیت و آزادی، شفافیت و پاسخگویی در این حوزه حفظ شود تا از سوءاستفاده از قدرت و آسیب به نوآوری و رقابت جلوگیری شود. اقتصاد توجه، چالش های جدیدی را برای نظام های حقوقی و قوانین داخلی کشورها ایجاد کرده است. برای مقابله با این چالش ها، ضرورت دارد که قوانین داخلی کشورها به طور کامل و جامع به تنظیم این حوزه پردازند و از حریم خصوصی و داده های شخصی کاربران، آزادی بیان و حقوق شهروندی، رقابت عادلانه و منافع مصرف کنندگان محافظت کنند. این امر نیازمند همکاری بین المللی، نوآوری در قوانین و تطبیق آن ها با تحولات سریع در حوزه فناوری است.

انقلاب سیاسی ناشی از اقتصاد توجه، تغییرات عمیقی در چشم انداز سیاسی ایجاد کرده است. این تغییرات هم فرصت ها و هم چالش های جدیدی را به همراه دارند. برای استفاده از فرصت ها و مقابله با چالش ها، ضرورت دارد که سیاست گذاران، شهروندان و شرکت های فناوری با هم همکاری کنند تا از این ابزار قدرتمند به طور مسئولانه و با رعایت اصول اخلاقی و حقوقی استفاده شود. این همکاری می تواند به تضمین حفظ دموکراسی، افزایش مشارکت عمومی و ایجاد جامعه ای عادلانه و برابر کمک کند.



فهرست منابع

- باب الحوائجی، فهیمه. (۱۳۸۳). فصلنامه اطلاع‌شناسی. دوره ۴، شماره ۴، ص ۲۹-۵۰.
- جاسبی، عبدالله. (۱۳۶۱). *اقتصاد*. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی ریاست.
- خسروی، مجید و جعفری اصل، صدیقه. (۱۴۰۰). *روندهای فناوری نوظهور در اقتصاد توجه*. تهران: ویهان.
- درودی، فربرز. (۱۳۸۶). *کارکردهای اقتصادی اطلاعات در محیط شبکه*. اطلاع‌شناسی. تهران: مؤسسه بانکداری ایران.
- دومینیک سالواتوره، یوجین. (۱۳۷۰). *اصول علم اقتصاد*. ترجمه محمدرضا نوروز علی مهدی‌پور، تهران: مؤسسه بانکداری ایران. فدیر، لویس، ۱۳۶۶، خودآموز اقتصاد، ترجمه فیروزه خلعتبری، تهران: شباویز.
- فرهنگی، علی‌اکبر؛ قراگوزلو، علیرضا و صلواتیان، سیاوش. (۱۳۸۹). *توجه حکمرانی جدید در اقتصاد رسانه*. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۱۷-شماره ۶۳ - ص ۹۱-۱۱۴.
- قدیری اصل، باقر. (۱۳۹۱). *کلیات علم اقتصاد*. تهران: سپهر.
- نخعی اغمیونی، منیژه و نجارزاده، رضا. (۱۳۸۲). *واژه‌های کلیدی اقتصاد خرد و کلان*. چاپ و نشر بازرگانی.
- ویلیام نوردهاوس، پل آنتونی ساموئلسن. (۱۳۸۸). *اصول علم اقتصاد* (جلد اول). ترجمه محمد خان، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی (آموزش انقلاب اسلامی).
- همایون پور، هرمز (۱۳۹۶)، *تعریف مشکل اقتصاد توجه*. تهران: نشر مؤسسه عالی پژوهش.
- Shapiro, C. and H. Varian. *Information Rules*, Harvard Business School Press, ۱۹۹۸. p.۶
- Urs Birchler and Monika Bütler. ۲۰۰۷. *Information Economics*. London: Routledge.
- Shapiro, C. and H. Varian. *Information Rules*, Harvard Business School Press, ۱۹۹۸.
- Kingma, Bruce R. (۲۰۰۱). *The Economics of Information*. ۲nd ed. Englewood: Libraries Unlimited
- Davenport, Thomas H. , & Beck, John C. (۲۰۰۱). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. USA: Harvard Business School Press, p.۶-۲

Attention economy from the perspective of public law

Alireza Moftakhari Mazaheri¹, Mohsen Taheri², Reza Ziari³, Ali Salehi Farsani⁴

Abstract

Attention economy is the collective capacity of humans to engage with many environmental elements. Human capacity for attention is limited, and the content and events that compete for that attention far exceed the capacity. Attention economy is one of the most important legal and social challenges of the post-modern era in the virtual space, which is increasingly conquering human relationships and determining new political and economic equations. Not paying attention to legislation and monitoring the category of governance in explaining its relations can lead to chaos and the collapse of governance structures without creating a new structure. The main question of the current research is why the attention economy should be examined in Iran's public law, especially from a political perspective. In that structure, all members of the society should have a sense of social and political security. The all-round support of the government for the freedom of the nation against the abusers of new technologies in the field of economy of attention should be implemented. By examining the economy of attention from the perspective of public law in this research, the author seeks to create a basic structure in the concepts of its relationship with the category of governance and transfer of political power.

Keywords: Attention economy, Public law, Governance, Human rights, Access to information

1. Alireza moftakhari mazaheri student (PhD), Semnan Branch Islamic Azad University, Semnan Iran.

2. Mohsen taheri (PhD) «Corresponding Author», Semnan Branch Islamic Azad University, Semnan Iran.

3 . reza ziari (PhD), Semnan Branch Islamic Azad University, Semnan Iran.

4. Ali salehi farsani (PhD), Semnan Branch Islamic Azad University , Semnan Iran.