

نگاه

درباره کتاب «جهان فراطبیعی»

رویارویی با خرافات

جوادلکزیان

بشقاب‌پرنده، فضانوردان باستانی، طالع‌بینی، پیشگویی، انرژی درمانی، فرادرمانی و جهان هولوگرافی آیا به‌راستی این موضوعات حقیقت دارند؟ اکنون با یک نگاه به جامعه و فضای مجازی، با انبوهی از افرادی برخورد می‌کنیم که هرکدام مدعی راه‌حلی جادویی برای مشکلات یا کشفی عجیب درباره جهان هستند. اما معیار چیست؟ آیا از دیدگاه‌ها، روش‌های درمانی یا فرمول‌های آنها استفاده کنیم یا نه؟ آیا این اندیشه‌ها یا شیوه استدلال آنها منطقی است یا غیرمنطقی؟ دکتر محمدرضا توکلی‌صابری در کتاب «جهان فراطبیعی (علم، شبه‌علم و ضدعلم در دوران پست‌مدرن)» می‌کوشد شیوه‌های ارزشیابی مطالب واقعی از غیرواقعی، علمی از شبه‌علمی و ضدعلمی و مسائل فراعادی و ماوراءطبیعی از مسائل عادی و جهان طبیعی را بیان کند و اصولی را شرح دهد که می‌تواند در اندیشیدن و شناختن هر اندیشه و پدیده فراعادی و شبه‌علمی که جامعه وزین علم را بر تن کرده است، ما را یاری دهد. کتاب در ۱۵ فصل، همراه با پیوستی خواندنی از پاسخ به سوالات جدید سامان یافته است؛ عصر جدید و رونق شبه‌علم و ضدعلم؛ قوانین طبیعت؛ پاراپسیکولوژی چیست؟؛ آسترولوژی یا احکام نجوم؛ هومیوپاتی؛ بشقاب‌پرنده و شیء پرنده ناشناس؛ فون داینکن و فضانوردان باستانی؛ ولیکوفسکی و تصادم جهان‌ها؛ جنبه‌های علمی و پیشگویی آینده؛ رهنمودهایی برای درست اندیشیدن؛ طب سوزنی؛ انرژی درمانی؛ شبه‌علم و ضدعلم در دوران پست‌مدرن؛ سایمتنولوژی؛ عرفان کیهانی (عرفان حلقه) و فرادرمانی؛ جهان هولوگرافی؛ جهان هیروتنی و جهان هالوسالاری و ظامات و خرافات. دکتر محمدرضا توکلی‌صابری در ابتدا به تبلیغات پرهیاهوی مدعیان اشاره می‌کند که طی آن معمولی‌فردان را شبه‌علم و ضد علم، مطالبی ثابت‌نشده را اعلام می‌کنند؛ وقتی فون داینکن ادعا می‌کند که اهرام مصر را موجودات آسمانی ساختند، وی نه‌تنها تمام تمدن‌های گذشته را نفی می‌کند، بلکه شیوه‌های کسب اطلاع از این تمدن‌ها را که باستان‌شناسان به کار می‌گیرند نیز نفی می‌کند. تئوری او در هیچ جای دانش ما جای نمی‌گیرد. فون داینکن هیچ نوع سند و مدرک واقعی مانند ابزارها، هنرها، سلاح‌ها و تکنولوژی این موجودات آسمانی را به ما نشان نمی‌دهد... معتقدان به بشقاب‌پرنده نیز فقط به تعداد محدود و معینی رویت‌های نامشخص استناد می‌کنند که توضیح علمی برای آنها وجود ندارد و شامل خطاهای بصری و مشاهدات غیرعادی جوی و هوایی افراد غیرمتخصص است. درحالی‌که برای حدود ۹۵ درصد این رویت‌ها می‌توان توضیحات بسیار معمولی و عادی پیدا کرد... همچنین باید گفت انرژی درمانی هیچ بنیان علمی و پزشکی ندارد و هیچ‌یک از مراکز علمی و پزشکی آمریکا مانند وزارت بهداشت، سازمان نظام پزشکی و مؤسسه بهداشت ملی آمریکا آن را تأیید نکرده و اصولا استفاده از آن را برای هرگونه درمان خطرناک اعلام کرده‌اند. انجمن آمریکایی برای پیشرفت علوم نیز به‌شدت با آن مخالفت کرده و هیچ بنیاد علمی بدان قائل نیست. جراحت و آسیب حاصل از انرژی درمانی نیز مانند بقیه موارد دخالت غیرمجاز در علم پزشکی محسوب شده و برحسب قوانین آمریکا مجازات‌های عمده‌ای دارد. انرژی درمانی به‌هیچ‌وجه جزء جایگزین‌های پزشکی نیست. کسانی که در آمریکا و اروپا و کشورهای دیگر به آن اشتغال دارند، همان‌هایی هستند که به کار فال‌بینی، طالع‌بینی، مدیتاسیون و کارهای فراوان‌شناسی اشتغال دارند و خارج از محدوده درمانی قرار می‌گیرند. مانند کسانی که ادعا می‌کنند نیروهای روانی فوق‌العاده دارند.

از نگاه توکلی‌صابری، اگر ادعایی درمورد یک مسئله علمی یا غیرعلمی، یکی از شش مورد ابطال‌پذیری، منطق، جامعیت، صداقت، تکرارپذیری و کفایت را رعایت نکرد، نباید آن را پذیرفت و باید به دور انداخت. اما اگر هر شش مورد گفته‌شده را به موفقیت گذراند، در این حال، ارزش آن را دارد که اطمینان قابل ملاحظه‌ای به آن پیدا کرد، او این موارد را چنین تعریف می‌کند: «ابطال‌پذیری: تصور سند و مدرکی که یک ادعا را رد و ابطال می‌کند باید ممکن باشد. منطق: هر استدلالی که در تأیید ادعایی ارائه می‌شود باید منطقی باشد. جامعیت: مدارک و شواهدی که در تأیید و حمایت از هر ادعایی ارائه می‌شود باید جامع و فراگیر باشد، یعنی تمام مدارک موجود باید در نظر گرفته شود. صداقت: هر مدرکی که در حمایت و تأیید از یک ادعا ارائه می‌شود باید بدون خودفریبی ارزشیابی شود. تکرارپذیری: اگر مدرک و دلیل یک ادعا بر پایه نتایج تجربی است و با ثبات آن یا نتیجه شناسی با هر زمانی دانست، لازم است که آن را دوباره آزمایش کرد. کفایت: مدرکی که در حمایت از هر ادعایی آورده می‌شود، باید برای اثبات حقیقت آن ادعا کافی باشد، با این شرط که بار ارائه مدرک بر شانه مدعی است، همچنین ادعاهای خارق‌العاده، مدرک خارق‌العاده هم می‌خواهد و مدرکی که بر پایه شهادات و گواهی اشخاص یا فرمان اولیای امور است، برای اثبات ادعاهای مربوط به امور فراعادی همیشه ناکافی است». توکلی‌صابری در ادامه علاوه بر شش موردی که در مورد اعتبار مدرک و سند علمی تأکید دارد، در مورد مدعی یا ارائه‌دهنده یک نظریه نیز خاطرنشان می‌کند باید به ۱۰ نکته زیر توجه داشته باشیم:

- مدارک و منابع مدعی تا چه حد قابل اطمینان است؟
- آیا مدعی غالباً ادعاهای مشابهی ارائه می‌کند؟
- آیا کسان دیگری موضوع ارائه‌شده از سوی مدعی را نیز تحقیق و تأیید می‌کنند؟
- موضوع ارائه‌شده از سوی مدعی در چه بخشی از معلومات کنونی ما از جهان خارج قرار می‌گیرد و با آنها چه رابطه‌ای دارد؟
- آیا کسی، ازجمله مدعی، زحمت آن را به خود داده است تا آن ادعا را نفی کند یا اینکه فقط مدارک مثبت درباره آنها جمع‌آوری شده است؟
- در مواقعی که سند و مدرک مشخص و قاطعی وجود ندارد، آنچه موجود است آیا به نتیجه دلخواه مدعی منتهی می‌شود و یا غیر آن؟
- آیا مدعی، روش‌های پذیرفته‌شده استدلال و تحقیق را به کار می‌برد یا اینکه آنها را به نفع روش‌هایی که او را به نتیجه دلخواه می‌رساند کنار گذاشته است؟
- آیا مدعی برای پدیده مشاهده‌شده توضیح متفاوتی را ارائه می‌کند یا اینکه فقط به انکار نظریات موجود می‌پردازد؟
- اگر مدعی، نظریه یا تئوری جدیدی را ارائه می‌کند، آیا پدیده‌هایی را که توضیح می‌دهد به تعداد نظریه یا تئوری قبلی است که می‌خواهد جانشین آن شود؟
- آیا اعتقادات شخصی و پندارهای مدعی او را به نتیجه می‌رساند یا برعکس آن است؟



جهان فراطبیعی

علم، شبه‌علم و ضدعلم در دوران

پست‌مدرن

محمدرضا توکلی‌صابری

انتشارات اختران

هوش مصنوعی و سرمایه

مهندسی سلطه در عصر داده‌محور

می‌شسه؟» از همین جا، اقتصاد احساس شکل گرفته است؛ داده‌ها تنها مصرف، خرید یا متن نیستند، بلکه شامل نوسان‌های روان، حالات چهره، تپش قلب، خواب و حتی شکل‌گیری رابطه‌اند. این داده‌ها، بسیار حساس‌تر از اطلاعات اقتصادی و بسیار قدرتمندتر از تحلیل بازارند.

۱.۶- دولت‌ها و بازی دیرنهم‌گام

دولت‌های ملی در برابر این قدرت جدید، غالباً با ناتوان‌اند یا دیر واکنش نشان می‌دهند. قوانین داده‌محور (مانند GDPR در اروپا) تلاش‌هایی‌اند برای مهار این قدرت بی‌چهره، اما در عمل، اغلب کند، ناقص یا محدود به حوزه‌هایی کوچک هستند. واقعیت این است که حاکمیت سنتی، در برابر شرکت‌هایی که مرز نمی‌شناسند، اغلب دست‌کم گرفته شده است.

۱.۷- انسان؛ تولیدگر و قربانی هم‌زمان

در پایان این فصل، به این نکته می‌رسیم که انسان مدرن در وضعیت دوگانه‌ای است: او هم خالق داده است و هم موضوع تحلیل آن. او داده تولید می‌کند، اما از تحلیل همان داده‌ها، هدایت می‌شود. در این چرخه، سوزۀ انسانی به نقطه‌ای امار بدل شده است که در الگوریتمی ناشناخته طبقه‌بندی می‌شود.

و این همان آغاز بحران است: وقتی انسان، دیگر خود را نمی‌نویسد، بلکه داده‌ها برای او تصمیم می‌گیرند.

فصل دوم: الگوریتم، انضباط و نظارت

۲.۱- الگوریتم؛ صورت نوین قانون

در جهان قدیم، قانون مکتوب بود: کتاب قانون، قاضی، دادگاه؛ در جهان دیجیتال، قانون درون کدهاست. الگوریتم‌ها بی‌صدا و بی‌چهره، اما بسیار قاطع عمل می‌کنند. آنها تصمیم می‌گیرند چه کسی دیده شود، چه کسی شنیده نشود، چه چیزی پیشنهاد شود، چه کسی حذف شود. الگوریتم، نه یک ابزار ساده، بلکه تجسم نوین قدرت و ارزش‌گذاری است. او قاضی است، اما نه انسانی، بلکه ماشینی که بر اساس داده‌های پیشین، آینده را طراحی می‌کند.

۲.۲- انضباط درون‌ساز

میشل فوکو، فیلسوف فرانسوی، از «جامعه انضباطی» سخن می‌گفت؛ جایی که افراد، بدون نیاز به مراقبت مستقیم، خود را کنترل می‌کردند؛ زیرا ساختارهای قدرت درونی شده بودند. امروز اما، این انضباط از طریق فناوری تشدید شده است. تلفن همراه، دوربین، سنسورها و ساعت‌های هوشمند، ابزاری برای نظارت دائمی‌اند، نه فقط بر بدن، بلکه بر روان. ما خود درون زندان شفاف اطلاعاتی‌مان، زندان‌بان خود شدیم. نظم دیگر نه تحمیل‌شده، بلکه کدگذاری شده است.

۲.۳- جیش‌تجربه کاربر؛ مهندسی ناخودآگاه

کدام محتوا را نمایش داده می‌شود؟ چرا فلان فیلم در پیشنهادت ماست؟ چرا هر بار چیزی را جست‌وجو می‌کنیم، پیش‌بینی‌های خاصی ظاهر می‌شود؟ اینها تصادفی نیستند. تجربه ما در فضای دیجیتال به‌شدت طراحی‌شده است. الگوریتم‌ها بر اساس رفتارهای گذشته‌مان، مسیر آینده‌مان را شکل می‌دهند، بی‌آنکه ما آگاه باشیم. این یعنی مهندسی ناخودآگاه: انتخاب‌هایی که ما انجام می‌دهیم، از پیش، محدود شده‌اند.

۲.۴- نظارت خویشاوند؛ دوستانه، اما قاطع

یکی از هوشمندترین ترندهای قدرت دیجیتال، چهره دوستانه آن است.

شبکه‌های اجتماعی به ما لبخند می‌زنند، پیام‌رسان‌ها با ما بازی می‌کنند، دستیارهای صوتی صدای ملایم دارند. اما در دل همین رابطه‌ای کاربرپسند، لایه‌هایی از تحلیل، پردازش، استخراج و دسته‌بندی جریان دارد. قدرت امروز نه با خشونت، بلکه با لبخند، نه با اجبار، بلکه با تسهیل و نه با تنبیه، بلکه با پادشای رفتاری و روانی اعمال می‌شود.

۲.۵- از انسان‌ها واقعی؛ از چین تا سیلیکون‌ولی

در چین، سیستم‌های امتیاز اجتماعی شهروندان، از طریق تحلیل رفتار روزانه‌شان، دسترسی آنان به خدمات عمومی را تنظیم می‌کند. در ایالات متحده، الگوریتم‌های پلیس پیش‌بینی‌گر، مناطق «پرخطر» را براساس داده‌های پیشین شناسایی می‌کنند که غالباً با تعصب نژادی هم همراه است. در ایران، الگوریتم‌های صداوسیما، آیارات یا پیام‌رسان‌های بومی نیز رفتار کاربران را دسته‌بندی و تنظیم می‌کنند. این موارد، همگی نشان‌دهنده تعمیم انضباط الگوریتمی در مقیاس ملی هستند.

۲.۶- تحلیل کلان‌داده و تهدید حرمت

داده‌هایی که ما از خود به جا می‌گذاریم – سابقه جست‌وجو، مکان‌های بازدیدشده، ساعت خواب، میزان فعالیت، حتی سرعت تایپ – در کنار هم تصویری دقیق از ما می‌سازند. این تصویر، از نگاه نزدیک‌ترین اطرافیان‌مان هم دقیق‌تر است و حالا این تصویر در اختیار ساختارهایی قرار گرفته که می‌توانند از آن برای هدایت، کنترل یا حذف ما استفاده کنند. خلوت، که در فلسفه و روان‌شناسی، پایه استقلال شخصیت تلقی می‌شد، در معرض نابودی است. انسان، زیر نگاه دائمی قرار گرفته، بی‌آنکه بداند کی، کجا و چگونه.

۲.۷- نظارت درونی‌شده و سوزۀ مطیع

در نهایت، الگوریتم‌ها فقط با جهان بیرونی ما کار ندارند؛ آنها در ضمیر ما لانه می‌کنند. وقتی ما بر اساس چیزی که «احتمالاً بهتر است»، تصمیم می‌گیریم، وقتی از ترس قضاوت در فضای مجازی سکوت می‌کنیم، وقتی بدون فکر، الگویی را که الگوریتم پیشنهاد داده، تکرار می‌کنیم، در آن لحظه، دیگر سوزۀ آزادی نیستیم. ما به سوزۀای مطیع، درون‌ساخته‌شده توسط منطق الگوریتمی بدل شده‌ایم.

فصل سوم: پلتفرم‌ها و بازارسلطه

۳.۱- پلتفرم به‌مثابه دولت موازی

در عصر شبکه، پلتفرم‌ها فقط واسطه‌های فنی نیستند؛ آنها نظم‌دهنده اجتماعی‌اند. فیس‌بوک، آمازون، استلارگرام، تیک‌تاک، آیارات یا دیجی‌کالا، تنها ابزار ارتباط و خرید نیستند، بلکه حکومت‌های دیجیتال‌اند که قوانین خاص خود را دارند؛ چه چیزی مجاز است، چه چیزی حذف می‌شود، چه محتوایی بیشتر دیده می‌شود و چه کاربری مسدود. این ساختارها مرز نمی‌شناسند. تابع دولت‌ها نیستند و اغلب هیچ پاسخ‌گویی رسمی ندارند. قدرت‌شان از کاربران می‌آید، اما برخلاف دموکراسی، به رای کاربران وابسته نیستند.

۳.۲- اقتصاد توجه؛ طلای نوین عصر دیجیتال

پلتفرم‌ها چیزی نمی‌فروشند، جز توجه ما. هر ثانیه‌ای که ما صرف تماشای یک ویدئو، خواندن یک پست یا اسکرول‌کردن صفحه می‌کنیم، به فرصتی برای فروش تبلیغ، استخراج داده و تحلیل رفتاری تبدیل می‌شود. در این بازار، توجه کاربر به واحد اصلی معامله بدل شده است و الگوریتم‌ها مانند کارگزاران بورس، توجه ما را به سودآورترین مسیر هدایت می‌کنند. در این فضا، ما هم «محصول» هستیم، هم «کارگر بی‌مزد».

۳.۳- کالای‌ساز فرهنگ و مشارکت

آنچه در ابتدا به‌عنوان «شبکه اجتماعی» آغاز شد، امروز به میدان رقابتی بی‌پایان بدل شده است. مشارکت کاربر، تبدیل به محتوای قابل فروش شده؛ از عکس‌های روزمره گرفته تا دیدگاه‌های سیاسی و عاطفی. پلتفرم‌ها با کدگذاری آنچه باید «ترند» شود، فرهنگ، سلیقه و حتی ارزش‌ها را به کالا تبدیل کرده‌اند. دراین‌میان فرهنگ‌های بومی، گفت‌وگوهای عمیق و صداهای حاشیه‌ای اغلب به حاشیه رانده می‌شوند، چون الگوریتم‌ها با تأییه سهرورندی در قرن بیست‌ویکم است.

۳.۴- انحصارهای پنهان و قدرت نامرئی

پلتفرم‌ها در عمل ساختارهایی انحصاری‌اند.

کار نمی‌تواند بر الگوریتم نظارت داشته باشد. سیاست به‌ندرت شفاف‌اند و قدرت تصمیم‌گیری در اتاق‌های بسته مدیریتی تمرکز یافته است. درحالی‌که در بازار آزاد، انحصار ممنوع است، در بازار دیجیتال، انحصار استاندارد است و این انحصار، نه‌فقط اقتصادی، بلکه شناختی، روانی و فرهنگی است.



۳.۵- نمونه جهانی: از سیلیکون‌ولی تا آسیا

در ایالات متحده، پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب و آمازون، نه‌تنها بازار، بلکه سیاست و رسانه را نیز شکل داده‌اند. در چین، وی‌چت و علی‌با عملاً جای دولت در برخی خدمات را گرفته‌اند. در هند، واتس‌اپ به ابزار خبری و شایعه‌سازی بدل شده و روی انتخابات تأثیر گذاشته است و در ایران، پلتفرم‌هایی مانند دیجی‌کالا، کافه‌بازار یا روبیکا، با حضور گسترده در زندگی دیجیتال، وارد لایه‌های زیرساختی جامعه شده‌اند. در همه‌جا، شاهد دولتی‌شدن شرکت‌ها و خصوصی‌شدن سیاست‌ها هستیم.

۳.۶- کاربر؛ میان مصرف و تولید

کاربر امروز، در فضای پلتفرم، هم تولیدکننده است، هم مصرف‌کننده و هم کالا. صرف، بلکه به طور عملی: هر عمل، هر احساس و هر واکنش، خود به بخشی از محصول قابل فروش تبدیل می‌شود. اما در این چرخه، هیچ‌گاه مالک محصول خود نیست؛ حقوق او تابع قوانین پنهانی است که در هیچ دادگاه عمومی بازخواست نمی‌شود.

۴.۱- بازگشت «انسان‌شی‌وار»

انسان، زمانی خود را مرکز جهان می‌دانست: سوزۀ‌ای اندیشنده، خالق و انتخابگر، اما در جهان داده‌محور، او به تدریج به شیء تبدیل شده است؛ نه در معنای فلسفی صرف، بلکه به طور عملی: هر عمل، هر احساس و هر واکنش، نه در نهایت، خود به بخشی و معامله بدل شده است. در این ساختار، ارزش انسان نه به هستی او، بلکه به قابلیت تحلیل و بهره‌برداری از داده‌هایش وابسته است.

۴.۲- بدن، روان، خواب، لبخند؛ همه داده هستند

شمار گام‌ها، ضربان قلب، کیفیت خواب، فشار خون، حالات چهره، میزان استرس، حتی صدای خنده یا لهجه حرف‌زدن، همه به داده‌هایی برای شرکت‌های سلامت‌محور، پلتفرم‌های روان‌شناسی یا تبلیغات همدند تبدیل شده‌اند. بدن ما دیگر فقط بدن نیست؛ یک سطح خوانا برای دستگاه‌هاست، پر از نقاط اتصال و قابل فهم برای هوش مصنوعی.

۴.۳- روان به‌مثابه کالا

در گذشته، روان انسان ناپیدا، رازآلود و خصوصی تلقی می‌شد. امروز، از روی جست‌وجوهای شبانه، زمان توقف روی پست‌های خاص، تغییر لحن صدا یا انتخاب رنگ‌ها، شرکت‌ها به تصویری از حالات درونی انسان دست می‌یابند.

احساسات، نه صرفاً فکات، بلکه تجزیه، کلاسه‌بندی و قیمت‌گذاری می‌شوند.

۴.۴- روابط انسانی ره مهندسی تجاری

پلتفرم‌های دوست‌یابی، شبکه‌های اجتماعی و حتی سرویس‌های پیشنهاد موسیقی یا فیلم، روابط انسانی را هدف الگوریتم‌ها قرار داده‌اند. چه چیزی باعث برانگیختن احساسات می‌شود؟ چه کسی شبیه توست؟ چه زمانی احتمال عاشق‌شدن بیشتر است؟ این سوالات دیگر فقط فلسفی نیستند؛ بلکه به مدل‌های اقتصادی بدل شده‌اند که روابط را شبیه‌سازی، کنترل و بهینه‌سازی می‌کنند.

۴.۵- از تجربه زیسته؛ بازنویسی‌شده به وسیله کد

هویت ما روزی از دل خاطرات، تجربه‌ها و انتخاب‌های آزاد شکل می‌گرفت.

امروز، در فضای دیجیتال، هویت ما حاصل تحلیل الگوها، پیشنهادها و داده‌های جمع‌آوری‌شده است. ما خود را در آینه آنچه سیستم درباره ما می‌گوید، می‌شناسیم. پرسش اینجاست: آیا هنوز چیزی از «من» باقی مانده یا نه فقط نسخه‌ای آماری از رفتارهای پیشین هستیم؟

۴.۶- بازار احساس؛ تجاری‌سازی عشق، غم و تنهایی

تنهایی، افسردگی، اضطراب، عشق و امید؛ همگی به فرصت‌های تجاری تبدیل شده‌اند. هوش‌های مصنوعی همدم‌نم، تبلیغات روان‌شناسانه، داروهای هدفمند و محتوای شخصی‌سازی‌شده، همگی نشان می‌دهند که حتی رابطه ما با درون‌مان نیز به بازاری قابل فروش تبدیل شده است.

۴.۷- از انسان‌ها به واحد پیش‌بینی‌پذیر»

در نهایت، انسان در این ساختار، به موجودی پیش‌بینی‌پذیر تبدیل می‌شود. تمام تلاش سیستم، تبدیل ما به «مدلی با کمترین خطای پیش‌بینی» است. خطا، بی‌نظمی، شور، شگفتی و حتی دیوانگی انسانی – که زمانی سرچشمه خلاقیت و عشق بودند– اکنون تهدیدی برای دقت الگوریتمی تلقی می‌شوند و این، بزرگ‌ترین خطر است: وقتی انسان بودن، یعنی «اشتباه‌کردن»، دیگر جایی در مدل‌ها نداشته باشد.

فصل پنجم: مقاومت، اخلاق و آینده‌بدیل

۵.۱- بازاندیشی در اخلاق تکنولوژیک

در جهانی که تکنولوژی نه‌فقط ابزار، بلکه معماری ذهن و احساس ماست، دیگر اخلاق نمی‌تواند بیرون از کدها بایستد. باید به دل فناوری نفوذ کرد و از درون، سازوکار آن را انسانی کرد. اخلاق امروز یعنی پرسش از چگونگی طراحی هوش مصنوعی، ساختار تصمیم‌گیری پلتفرم‌ها و احترام به کرامت انسان در دل الگوریتم‌ها. یعنی پرسش از:

آیا این سیستم، به انسان «گوش می‌دهد» یا فقط «تحلیلش» می‌کند؟

آیا این پلتفرم، به‌تنهایی «پاسخ می‌دهد» یا از آن «سود می‌کشد»؟

۵.۲- طراحی بدیل‌های همدل

همه فناوری‌ها برای سلطه ساخته نشده‌اند.

ما می‌توانیم هوش‌هایی طراحی کنیم که یاد بگیرند عشق را تشخیص دهند، نه‌فقط فروش را. همدم‌های دیجیتال، «دستیارهای اخلاق‌مدار، ابزارهای تقویت کرامت و خلوت فردی، همه نمونه‌هایی‌اند از آینده‌ای ممکن. طراحی چنین سیستم‌هایی نیازمند اتلافی است از مهندس، فیلسوف، جامعه‌شناس، شاعر و کاربر آگاه.

۵.۳- بازسازی خلوت در جهان شفاف

یکی از اولین گام‌های مقاومت، بازس‌گیری خلوت است. نه به معنای انزوا، بلکه حق داشتن ناچهار خاموش، رازآلود و انسانی. جایی که داده نباشد، نگاه نباشد، تحلیل نباشد و فقط حضور باشد. در این خلوت، انسان می‌تواند دوباره خودش را بیابد. تصمیم بگیرد، بیندیشد و دوست بدارد.

۵.۴- آموزش، آگاهی و سواد داده‌ای

مقاومت بدون آگاهی ممکن نیست. باید به نسل جدید پیام‌وزیم که داده‌ها فقط اطلاعات نیستند؛ آنها قدرت‌اند که پشت هر «پیشنهاد»، نیت اقتصادی یا ایدئولوژیک هست. آگاه‌بودن از الگوریتم‌ها، یکی از اشکال زیستن انسانی در عصر دیجیتال است، سواد داده‌ای، تأییه سهرورندی در قرن بیست‌ویکم است.

۵.۵- بازگشت به رابطه؛ نجات از انزوا

در جهانی که روابط انسانی به طور مصنوعی شبیه‌سازی شده‌اند، راه نجات، احیای رابطه راستین، انسانی و بی‌واسطه است. رابطه‌ای که نه از مسیر نمایش، بلکه از مسیر حضور، شنیدن، دیدن و لمس ساخته می‌شود.

هوش مصنوعی اگر بخواهد در کنار انسان باشد، باید یاد بگیرد که سکوت، احترام، اشک و بی‌جوابی هم بخشی از رابطه‌اند.