

Redéfinition du Rôle des Média et de l'Attention dans le Processus éducatif à partir de la Pensée d'Yves Citton

Hassan Zokhtareh (Auteur correspondant)¹ 

Maitre-assistant en langue et littérature françaises, Université Bu-Ali Sina, Hamadan, Iran

Akbar Momeni Rad

Maitre-assistant en sciences de l'éducation, Université Bu-Ali Sina, Hamadan, Iran

Résumé

Cet article se propose de présenter la pensée d'Yves Citton sur l'écologie de l'attention d'une part, et de tisser des liens entre cette notion et l'enseignement, d'autre part. Afin d'y parvenir, tout d'abord, il montre pourquoi cet archéologue des *médias* met en question les approches économique et psychologique de l'attention, incapables d'étudier le capitalisme cognitif créé par les médias numériques et les métamédias produisant massivement des données immatérielles. On va également y découvrir pourquoi, contre toute économie de l'attention, le penseur suisse est pour une écologie de l'attention qui, proposant la typologie de l'attention et l'énumération des pouvoirs de chacune sur les plans collectif, groupal et individuel, peut se transformer en une approche à la fois politique, anthropologique, éducative et écologique. En effet, à l'origine des troubles les plus importants de l'homme dans la société du spectacle contemporaine, il faut chercher le trouble de l'attention et la distraction causés par les *médias*. Comme l'attention s'est appropriée une place importante dans la société de la communication, après avoir critiqué les discours lamentables sur l'inattention juvénile, le présent article, tout en s'appuyant sur l'écologie de l'attention, accomplit une étude pathologique de l'attention dans le milieu d'apprentissage et fixe des objectifs de l'enseignement. Cette étude montre que l'approche écologique de l'attention, en mettant fin à l'autorité de l'enseignant maîtrisant le savoir, transforme le processus de l'apprentissage en une aventure faisant vivre des valeurs telles que la mise en partage des connaissances, la variation et la nuance.

Mots-clés: Citton, Ecologie de l'attention, Multitasking, Media, Education.

¹. E-mail: h.zokhtareh@basu.ac.ir DOI: <https://doi.org/10.22067/RLTF.2023.80260.1070>
<https://orcid.org/0000-0001-6452-2623>

Redefining the role of media and attention in the education process based on Yves Citton's thought

Hassan Zokhtareh (Correspondant author)¹ 

Assistant professor in French language and literature, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

Akbar Momeni Rad

Assistant professor in Education sciences, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

Abstract

The following essay is an attempt to introduce Yves Citton's thought about the ecology of attention on the one hand; and to show its connection with education on the other hand. This essay first shows why this media paleontologist considers economic and psychological approaches to be ineffective in examining the cognitive capitalism that digital media and metamedia have created with the mass production of immaterial data. We also find out why the Switzerland thinker, defends the ecology of attention, against the economy of attention, which, in addition to the typology of attention and enumerating the abilities of each of them at the collective, group, and individual levels, can be considered as a political, anthropological, educational and environmental approach. The origin of the most important human problems in today's dramatic society is attention disorder and distraction, which undoubtedly the media plays an important role in its creation and expansion. Since attention has attained an important position in the communication society, after criticizing the discourses blaming of inattention on the young generation, it examines how relying on the ecology approach can either do attention pathology in the learning environment and also determine educational goals at the rest of this article. Thus, the ecological approach to attention, by ending the authority of the knowledgeable teacher as the source of knowledge, turns the education process into a risky adventure for each person involved in it, in order to achieve values such as the sharing of knowledge, variation and nuance.

Keywords: Citton, Ecology of attention, Multitasking, *Media*, Education


¹ E-mail: h.zokhtareh@basu.ac.ir

DOI: <https://doi.org/10.22067/RLTF.2023.80260.1070>

<https://orcid.org/0000-0001-6452-2623>

بازتعریف نقش رسانه و توجه در فرایند آموزش با تکیه بر اندیشه ایو سیتون

مقاله پژوهشی

حسن زختاره (نویسنده مسئول) ^۱ 

استادیار گروه زبان و ادبیات فرانسه، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

اکبر مومنی راد

استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

چکیده

جستار پیش‌رو تلاشی است برای شناساندن اندیشه ایو سیتون پیرامون محیط‌شناسی توجه از یک سو، و نشان دادن پیوند آن با آموزش از سویی دیگر. این نوشته نخست نشان می‌دهد چرا این دیرینه‌شناس رسانه رویکردهای اقتصادی و روان‌شناختی را در بررسی سرمایه‌داری شناختی که رسانه‌های دیجیتال و متامدیا با تولید انبوه داده‌های غیرمادی ایجاد کرده‌اند، ناکارآمد می‌داند. همچنین درمی‌یابیم چرا اندیشمند سوئیسی، در برابر اقتصاد توجه، به دفاع از محیط‌شناسی توجه برمی‌خیزد که افزون‌بر گونه‌شناسی توجه و برشمردن توانایی‌های هر کدام از آن‌ها در سطح جمعی، گروهی و فردی، می‌تواند رویکردی سیاسی، انسان‌شناختی، آموزشی و زیست‌محیطی به شمار آید. چه به نظر می‌رسد ساختار مهم‌ترین گرفتاری‌های انسان در جامعه نمایشی هم‌روزگار، اختلال توجه و حواس‌پرستی است که بی‌گمان رسانه نقش مهمی در پیدایش و گسترش آن ایفا می‌کند. از آنجایی که توجه جایگاه مهمی را در جامعه ارتباطی از آن خود کرده است، پس از خرده‌گیری بر گفتمان‌های سرزنش‌آلود به توجه در نسل جوان، در ادامه این مقاله بررسی می‌کند چگونه با اتکا به رویکرد محیط‌شناختی هم می‌توان به آسیب‌شناسی توجه به ویژه در محیط یادگیری پرداخت و هم هدف‌های آموزشی را تعیین کرد. بدین ترتیب، رویکرد محیط‌شناختی به توجه، با پایان بخشیدن به اقتدار معلم دانا به مثابه سرچشمه دانایی، فرایند آموزش را به ماجراجویی پر مخاطره برای تک‌تک افراد دخیل در آن بدل می‌سازد تا ارزش‌هایی چون به اشتراک‌گذاری را در عین گوناگونی و ظرافت‌های جزئی تجربه کنند.

کلیدواژه‌ها: سیتون، محیط‌شناسی توجه، چندکارگی، رسانه، آموزش.

^۱ E-mail: h.zokhtareh@basu.ac.ir

DOI: <https://doi.org/10.22067/RLTF.2023.80260.1070>

<https://orcid.org/0000-0001-6452-2623>

۱. مقدمه

کم‌توجهی، بی‌توجهی، حواس‌پرتی، ناتوانی در تمرکز، بیش‌فعالی و چندکارگی^۱ یادگیرندگان از جمله مشکلاتی است که تقریباً تمامی یاددهندگان در دوران هم‌روزگار از آن شکایت دارند. بر همین اساس، بسیاری بر نسل جوان خرده می‌گیرند که نمی‌توانند در کلاس درس یا هنگام انجام تکلیف آن‌گونه که باید روی موضوعی تمرکز کنند، متنی طولانی را بخوانند، یا به جزئیات و به عمق آن غور کنند و دلالت پنهان آن را بیابند، یا حتی متنی را بدون اشتباه املائی بنویسند. سرعت، ناپایداری و به‌ویژه خودشیفتگی فزاینده در برخی رسانه‌های جمعی چون اینستاگرام و فیس‌بوک جوانان را در خود غرق کرده است. همچنین، به نظر می‌رسد که این یادگیرندگان جوان زمانی که با آن‌ها صحبت می‌کنید به سخن‌تان گوش نمی‌دهند، محرک‌های بیرونی بی‌شماری هم‌زمان توجه آن‌ها را به خود جلب می‌کند، پیش از آن‌که پرسشی به پایان برسد به آن پاسخ می‌دهند، از روی بی‌دقتی مرتکب اشتباهات فراوانی در حل تمرین‌ها و تکلیفشان می‌شوند، نمی‌توانند مدت زمان زیادی یک جا بنشینند، مدام حرف دیگری را قطع و حواس هم‌کلاسی‌های‌شان را پرت می‌کنند. به باور لوان^۲ (2011) با پیدایش رسانه‌های جدید رقابت شدیدی بین رسانه‌های چاپی و الکترونیکی بر سر تصاحب زمان و توجه مخاطب درگرفته است.

تمامی این موارد می‌تواند هر کس را به این نتیجه روشن برساند که معلم در رقابت با بازی‌های ویدئویی، موبایل، تصویر، «جامعه نمایشی»^۳ و دنیای مجازی از میدان به در رفته است. تردیدی نیست که انگاره توجه، مضمون اصلی تمامی این گفتمان‌های خرده‌گیرانه به یادگیرندگان است و به دل‌مشغولی مهمی در روند آموزش و یادگیری بدل شده است. از همین رو، امروزه افراد بی‌شماری برای رفع این مشکل و آشفتگی عصب‌شناختی و بازیابی «جادوی تمرکز»^۴، چه با یا بی‌تجویز پزشک به مصرف بی‌اندازه دارو، از جمله ریتالین روی می‌آورند تا این مشکل به ظاهر فردی را برطرف سازند.

جستار پیش‌رو تلاشی است برای شناساندن رویکردی متفاوت و نوین به انگاره و بحران توجه. خوب می‌دانیم که از سال ۱۹۶۹م به این سو که هربرت سیمون^۵ برای نخستین بار از ضرورت پیدایش اقتصاد توجه سخن گفته است، مطالعات و پژوهش‌های بی‌شماری به بررسی توجه، علاقه نشان داده‌اند. بررسی این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تقریباً تمامی نوشته‌هایی که در حوزه اقتصاد توجه جای می‌گیرند توجه را پدیده‌ای سراسر فردی به‌شمار

1. Multitasking

2. Loan

3. وِنسان کُفمان (Vincent Kaufmann)، نظریه‌پرداز و منتقد ادبی سوئیس بر این باور است که متن‌محوری که در سده نوزدهم و با رمانتیسیم به اوج خود رسیده بود با پیشرفت فناوری جای خود را به تصویرمحوری داده است.

4. جادوی توجه عنوان گویای کتابی است از ژان-فیلیپ لاشو (Jean-Philippe Lachaux)، متخصص علوم اعصاب‌شناختی، که در سال ۲۰۲۰ به چاپ رسیده است.

5. Herbert Simon

می‌آورند و با رویکردی تاریخی و اقتصادی به پدیده رسانه که در پیوند مستقیم با انگاره توجه است می‌پردازند. اما ایو سیتون^۱، فیلسوف، دیرینه‌شناس رسانه و پژوهشگر و استاد ادبیات اهل سوئیس، از لزوم بررسی توجه، به مثابه پدیده‌ای یکسر جمعی سخن می‌گوید^۲. او در بررسی‌های خود رویکرد محیط‌شناختی^۳ را برمی‌گزیند که تحت تأثیر فلیکس گاتاری^۴، اندیشمند فرانسوی، و به‌ویژه آرن نائس^۵، فیلسوف نروژی، به محیط‌شناسی ژرف‌نگر^۶، خرد زیست‌محیطی^۷ یا اکوزوفی^۸ توجه (Citton, 2014, p. 41) منتهی می‌شود. نوشته کنونی که می‌توان آن را بیشتر در حوزه‌هایی چون مطالعات رسانه‌ای، علوم تربیتی، آموزش، جامعه‌شناسی و ادبیات گنجانده، تلاش خواهد کرد، از یک سو، رویکرد محیط‌شناختی و دیرینه‌شناختی سیتون به رسانه‌های نوین و توجه را به هم‌سخنشناسانند، و از سوی دیگر، پیوند و کارکرد آن را با و در علوم تربیتی و آموزشی بررسی کند. از دیگر ویژگی‌های بارز و بدیع نوشته‌های سیتون به رسانه و توجه که تاکنون هیچ نوشته‌ای آن‌ها را به فارسی‌زبان معرفی نکرده این است که رویکرد او برآیندی است نوآورانه از اندیشه‌های نظریه‌پردازانی آلمانی، انگلیسی، ایتالیایی، فرانسوی و نروژی‌زبان^۹. این مقاله از دو بخش اصلی تشکیل می‌شود. در بخش نخست می‌کوشیم تا پس از بررسی دلایل و ضرورت پیدایش اقتصاد توجه، به ویژه از گذار آن به محیط‌شناسی توجه در اندیشه ایو سیتون سخن بگوییم. این مقدمه به ما مجال می‌دهد تا به بخش دوم سخنانمان که همان بررسی پیوند توجه با مسائل آموزشی است وارد شویم. در این بخش بر آن خواهیم بود تا به پرسش‌های بعدی پاسخ دهیم: چگونه می‌توان به توجه جهت داد؟ در فضای بسیار رقابتی دنیای کنونی، توجه را باید به سوی چه هدفی متمرکز کرد؟ آیا توجه امری است فردی و قابل کنترل؟ رؤیا و جادوی تمرکز امری است شدنی؟ آیا چندکارگی ممکن است؟ آیا در کلاس باید به یادگیرنده اجازه استفاده از رسانه‌های نوین را داد؟ چگونه باید دید منفی به لحظات حواس‌پرتی یادگیرندگان را تغییر داد؟ چگونه می‌توان

1. Yves Citton

۲. کوتاه یادآوری کنیم که در روان‌شناسی تجربی، اقتصاد توجه و علوم اعصاب، حرکت از سوی فرد به سوی جمع است، در نتیجه اختلال توجه اختلالی یکسر ذهنی و فردی به‌شمار می‌رود که باید برای آن درمان شیمیایی یا دارویی تجویز کرد، اما محیط‌شناسی توجه از جمع به فرد حرکت می‌کند.

3. Écologique

4. Félix Gattari

5. Arne Naess

6. Écologie profonde

7. Sagesse environnementale

8. Écosophie

۹. از جمله چهره‌های سرشناس در این حوزه می‌توان به هربرت سیمون، نیکلاس لومان، کاترین هیلز، مارشال مک‌لوهان، تیم اینگولد، گابریل تارد، آرن نائس، ژیل دلوز، فلیکس گاتاری، ژان - ماری شِفِر و ژان - فیلیپ لاشو اشاره کرد.

فضای کلاس را به محیطی تبدیل کرد که در آن یادگیرنده به حضور دیگران اهمیت و به موضوع درس توجه نشان دهد؟ چگونه می‌توان بر کیفیت توجه یادگیرنده افزود؟

کوتاه دو نکته را یادآوری کنیم: نخست این که این مقاله با رویکردی سراسر توصیفی به پدیده آموزش می‌پردازد و در برخی موارد حتی نگاه‌هایی متضاد به یک پدیده را، به‌عنوان نمونه در مورد استفاده از موبایل در کلاس، مطرح می‌کند و می‌کوشد از تحمیل کردن هرگونه شیوه تجویزی حتی هنگام به چالش کشیدن برخی دیدگاه‌ها یا توصیه کردن برخی شیوه‌های آموزشی دوری کند، چه پرهیز از شیوه‌ای یا به کارگیری آن به عوامل متعددی چون دوره تحصیلی، محیط آموزشی و غیره بستگی دارد. دوم این که بررسی‌ها نشان می‌دهد که پیش‌تر مقاله‌ای با نام «توجه، حکمرانی جدید در اقتصاد رسانه»، به قلم علی‌اکبر فرهنگی و همکاران، در سال ۱۳۸۹ به اقتصاد توجه پرداخته است. این نوشته ارزشمند گرچه تا جایی می‌تواند با نوشته‌ما نزدیکی داشته باشد، اما رویکردی یکسر اقتصادی، کمی و فردگرایانه به توجه دارد و بیشتر در حوزه اقتصاد و مطالعات رسانه‌ای قرار می‌گیرد حال آنکه جستار کنونی رویکرد اقتصادی به توجه را به چالش می‌کشد، آن را پدیده‌ای جمعی به‌شمار می‌آورد و سرانجام با آموزش گره می‌زند. جلوتر در قسمت سوم این نوشته خواهیم دید که با تعریفی که سیتون از گونه‌های رسانه ارائه می‌دهد، تقریباً آنچه که ما امروزه از آن با نام مطالعات رسانه یاد می‌کنیم در تعریف دوم او از رسانه جای می‌گیرد و به دیگر دلالت‌های معنایی این انگاره چندان توجهی نشان نمی‌دهد.

۲. پیدایش اقتصاد توجه

سیتون در پیش‌گفتار کتابش با نام حکومت رسانه‌ها پرسشی مهم را در عنوان پیش‌گفتار («دموکراسی یا حکومت رسانه؟») مطرح می‌کند و بدون هیچ تردید و وقفه‌ای پاسخش را که همان نظریه اصلی کتابش است بیان می‌کند: تصور ما این است که در جوامع دموکراتیک زندگی می‌کنیم اما واقعیت این است که بررسی نظام‌های قدرت نشان می‌دهند که حکومت رسانه‌ها^۱ بر زندگی ما چیره است (Citton, 2017, p. 13). به نظر می‌رسد پیش‌نیاز درک این نظریه تعریفی است که سیتون از رسانه، سرمایه‌داری شناختی^۲ و جامعه اطلاعاتی می‌دهد که خود نیازمند فهم تقابل و حتی شباهت‌های میان اقتصاد کلاسیک و اقتصاد توجه است.

برای نشان دادن شباهت‌ها، تفاوت و به ویژه پیوندهای این دو گونه از اقتصاد، سیتون در کتابی دیگر با نام در دفاع از محیط‌شناسی توجه^۳ (2014) دو صحنه را با هم مقایسه می‌کند: نیازمندی که در خیابان نشسته و دست نیاز به سوی رهگذران دراز می‌کند و کوچه و خیابان‌های شهر آوینیون^۴ در زمان جشنواره سالانه تئاتر که در آن، آگهی نمایش‌ها و گروه‌های نمایش خیابانی می‌کوشند به هر نحوی توجه رهگذران را به خود جلب کنند. نیازمند

1. *Médiarchies*
2. *Capitalisme cognitif*
3. *Pour une écologie de l'attention*
4. Avignon

خیابان منتظر مبلغی ناچیز است تا بقایش را تضمین کند، و نمایش و دارایی‌های فرهنگی گدای توجه تا دیده شوند و به شهرت و موفقیت دست یابد. اما یادمان باشد که ما تنها زمانی به نیازمند کمک خواهیم کرد که در کانون توجه ما قرار گیرد و نمایش‌ها نیز برای بقای‌شان تنها نیازمند توجه ما نیستند، زیرا از قبل به آماده‌سازی و تبلیغات آن‌ها بودجه‌هایی اختصاص یافته است. با وجود شباهت‌ها و پیوندهای میان این اقتصاد اما سازوکارهای آن‌ها از منطق و اصول متفاوتی پیروی می‌کند.

هدف اصلی اقتصاد کلاسیک که بیشتر با فراوانی تقاضا روبروست مدیریت کمبود منابع در مرحله تولید و سروکارش با دارایی‌ها و اموال مادی است. به دیگر سخن، به ویژه در طول سه سده اخیر، تمامی تلاش‌ها و تحلیل‌های اقتصاد کلاسیک معطوف به افزایش نیروهای تولید بوده است تا بتواند به نیازهای مصرف‌کنندگان پاسخ مناسبی بدهد. اما اقتصاد توجه بر کمبود میزان توانایی‌های مصرف‌کنندگان برای دریافت تولیدات غیرمادی و داده‌ها متمرکز است. برای تبیین سرشت این نوع جدید از فرآورده‌های غیرمادی، ایو سیتون پیش‌تر در کتاب آینده علوم انسانی. اقتصاد آگاهی یا فرهنگ‌های تأویل^{۱۹} چهار ویژگی بنیادین دارایی و اموال غیرمادی نوظهور را این گونه برمی‌شمارد: ۱. این دست از دارایی‌ها سراسر غیر رقابتی‌اند و برخلاف دارایی‌های مادی منقول و غیرمنقول با واگذاری‌شان به دیگری آن‌ها را از دست نمی‌دهیم؛ ۲. نمی‌توان تأثیرگذاری مثبت و بیرونی این نوع از دارایی‌ها را به‌ویژه در کوتاه مدت و به شیوه کمی ارزیابی کرد؛ ۳. با توجه به گسترش فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، هزینه انتقال دارایی‌های غیرمادی بسیار ناچیز است؛ ۴. سه ویژگی قبلی، تولید انبوه و فراوانی داده‌ها و دارایی‌های غیرمادی را به دنبال خواهد داشت (Citton, 2010, pp. 17-19).

درحقیقت، پس از پیدایش و گسترش فناوری ارتباطات و رسانه‌های نوین، به‌ویژه اینترنت و موبایل، ما با حجم بالایی از داده‌ها و اطلاعات روبه‌رویم که با سرعت هر چه بیشتر تولید می‌شوند، اما در جلب توجه مصرف‌کنندگان یکسر ناکام می‌مانند. این مهم در مورد محصولات فرهنگی نیز صدق می‌کند چه امروزه بسیاری از آفرینش‌های هنری و ادبی با حمایت دولت‌ها و حامیان خصوصی به مرحله تولید می‌رسند و حتی به صورت مجانی یا به قیمت ناچیزی به ما عرضه اما با محدودیت توجه روبرو می‌شوند. برای نمونه، هر سال در فرانسه ششصد رمان جدید چاپ می‌شود به نحوی که سیتون به مزاح می‌گوید که امروزه همگان دست به قلم شده‌اند و یافتن خواننده به مراتب از پیدا کردن نویسنده دشوارتر شده است (Citton, 2014, p. 21). بدین ترتیب، از دو دهه پیش به این سو، بسیاری از متخصصان از لزوم ایجاد اقتصاد توجه سخن می‌گویند، دانشی که بتواند به مطالعه و ااکاوی شرایط تولید انبوه اطلاعات و داده‌ها در جامعه ارتباطی یا جامعه اطلاعاتی بپردازد.

کوتاه یادآور شویم که اقتصاد کلاسیک نیز از وجود چنین اقتصادی بهره می‌برد چه از یک سو، تلاش می‌کرد کارگران در زنجیره تولید از بیشترین میزان توجه یا تمرکز بهره گیرند، و از سوی دیگر، همواره با ایجاد و گسترش

1. *L'Avenir des humanités. Economie de la connaissance ou cultures de l'interprétation?*

رسانه و به‌ویژه ابزار تبلیغاتی می‌کوشید توجه را به محصولات خاصی جلب کند و در مخاطبان خود نیازها و تقاضاهای جدیدی به‌وجود آورد (Citton, 2014, p. 23). در چنین شرایطی، فراوانی داده‌ها و اطلاعات با کمبود چیزی روبه‌رو می‌شود که اطلاعات آن را مصرف می‌کند. اطلاعات نیز چیزی مصرف نمی‌کند مگر توجه کسانی که آن را دریافت می‌کنند (Herbert Simon cité par Citton, 2014, p. 24) و توجه نیز به نوبه خود ارزش می‌آفریند.

در این راستا می‌توان به پیوند تبلیغات و به‌ویژه معروفیت یا شهرت^۱ با توجه اشاره کرد که آنتوان لیلی^۲ در کتابی با نام چهره‌های مردمی. پیدایش شهرت در بازه زمانی ۱۷۵۰-۱۸۵۰^۳ تاریخچه آن را با دقت بررسی کرده است. سرمایه‌داران دوران سرمایه‌داری توجه افراد مشهوری هستند که به کمک رسانه‌ها، به‌ویژه تلویزیون، توانسته‌اند توجه افراد بسیاری را به خود جلب کنند. این نوع سرمایه‌داری خود خاستگاه گونه‌ای جدید از بی‌عدالتی و تبعیض اجتماعی است، چراکه افراد هرگز در قبال میزان توجهی که به فرد خاصی نشان می‌دهند از همان میزان توجه بهره‌مند نمی‌شوند و فضای تلویزیون و رسانه‌های جمعی در ارتباط و دادوستدی دوطرفه همواره در اختیار افراد مشهور است. در این ارتباط، برای نمونه تلویزیون افراد مشهور را دعوت می‌کند تا از توجه بیشتری از سوی بینندگان عادی برخوردار شود و هم‌زمان خود نیز در افزایش توجه به فرد مشهور فعالانه سهم می‌شود. به باور سیتون، افراد عادی زمانی در فرانسه، آن هم برای چند دقیقه، در رسانه جمعی ظاهر می‌شوند که در حال آشوب و شکستن شیشه‌های بانک‌ها و آتش زدن اتومبیل‌ها در خیابان‌ها هستند (Citton, 2014, pp. 77-80). هر چه میزان این نابرابری و تبعیض نوین بیشتر شود بر میزان رفتارهای خشونت‌بار افراد عادی در زمان اعتراض و آشوب خواهد افزود تا شاید برای مدتی کوتاه توجه رسانه را به خود جلب کند.

سیتون در ادامه بحث خود پیش‌بینی جالبی را ارائه می‌دهد: به احتمال زیاد، تا چند سال یا دهه دیگر به ما مبلغی می‌پردازند تا به پدیده‌های فرهنگی توجه نشان دهیم. البته فراموش نکنیم که هم‌اکنون چنین رخدادی در فضای مجازی روی می‌دهد. برای نمونه، می‌توان به موتور جست‌وجویی چون گوگل اشاره کرد که چندین هزار سرور پرهزینه را به کار گرفته و حجم بالایی از برق را مصرف می‌کند تا به صورت کاملاً جادویی خدماتی مجانی به استفاده‌کنندگانش ارائه دهد. سخت می‌توان چنین چیزی را باور کرد چه شعار اقتصاد نوین به ما یادآوری می‌کند که به یاد داشته باشید که هرگاه محصولی را مجانی به شما عرضه کرده‌اند بی‌گمان خود شما به محصول بدل شده‌اید! (Citton, 2014, p. 27) درحقیقت، حیات گوگل، اینستاگرام، فیسبوک، یوتوب و بسیاری از شبکه‌های

1. Célébrité

2. Antoine Lilt

3. *Figures publiques. L'invention de la célébrité 1750-1850*

اجتماعی و ارتباطی دیگر تنها به توجه ما انسان‌ها وابسته است، زیرا آن‌ها با رصد کردن توجه‌مان آن را به شرکت‌های دیگری می‌فروشند (Citton, 2014, pp. 27-28).

۳. گذار از اقتصاد توجه به محیط‌شناسی توجه

سیتون برای گذار از اقتصاد توجه به محیط‌شناسی توجه چندین استدلال بنیادین را مطرح می‌کند. برای درک نخستین استدلال لازم است کوتاه یادآوری کنیم که این دیرینه‌شناس سوئیسی چهار گونه رسانه را از هم تمیز می‌دهد: ۱. رسانه در معنای کلی آن که شامل تمامی ابزارهایی است که انتقال، ضبط و تغییر حواس و اطلاعات را در زمان و مکان ممکن می‌سازند؛ ۲. رسانه در معنای محدود آن به تمامی رسانه‌های جمعی ای اطلاق می‌شود که مطالعات رسانه بیشتر بر آن متمرکز است؛ ۳. رسانه می‌تواند به دلیل انتقال اطلاعات در زمان و در مکان به نوعی واسطه‌گری روحی نیز اطلاق شود چه مثلاً هنگام نگاه کردن به تصویری در موبایل یا در تلویزیون ما درحقیقت با نوعی اشباح سروکار داریم و خودمان نیز به مرده متحرکی بدل می‌شویم؛ ۴. رسانه همچنین می‌تواند به معنای متمادیا^۱ نیز باشد که در این صورت ویژگی‌های منحصربه‌فرد رسانه‌های دیجیتال^۲ و مدرن بررسی می‌شوند. این گونه از رسانه، همانند موبایل و کامپیوتر، نه تنها تمامی رسانه‌های پیشین را در خود می‌گنجاند، بلکه افزون‌بر دریافت داده‌ها، برخلاف رسانه‌های نسل قبلی، به ما امکان تولید، تغییر و به اشتراک‌گذاری آن‌ها را هم می‌دهد (Citton, 2017).

و اما استدلال نخست سیتون این است که نمی‌توان رسانه را تنها مجموعه‌ای از دستگاه‌های قابل برنامه‌ریزی دانست که تنها به شبکه‌های ارتباطی وصل می‌شوند چه رسانه، به‌ویژه متمادیا یا رسانه‌های دیجیتال، از این توانایی برخوردارند که محیطی را می‌آفرینند که به سختی می‌توان گفت انسان در مرکز آن جای دارد یا ماشین‌ها. پس به آسانی می‌توان به نگرش صرفاً ابزاری اقتصاد توجه به رسانه خرده گرفت، زیرا تنها به مدیریت منابع می‌پردازد بی‌آن‌که به نتیجه استفاده از این منابع توجهی نشان دهد. پس مسئله توجه را نمی‌توان به مسئله ابزار تقلیل داد و گفتمانی خنثی و جدا از هرگونه ارزش درونی نسبت به آن اتخاذ کرد چه فرایند توجه، پیوندی جدانشدنی و چرخشی با فرایند ارزش‌گذاری دارد: توجه به هر آنچه من به آن توجه نشان می‌دهم ارزش می‌بخشد و من هم به هر آنچه برایش ارزش قائلم توجه نشان می‌دهم. انسان هم‌روزگار از طریق رسانه‌ها، با آن‌ها و مطابق با آن‌ها می‌اندیشد و تعامل ما با رسانه‌ها پیامدهای مهمی هم در حوزه‌های عصب‌شناختی، زیست‌شناختی و روان‌شناختی و هم در عرصه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در پی دارد. نیکلاس کار^۳ یادآوری می‌کند که مک‌لوهان^۴، اندیشمند کانادایی، به خوبی دریافته بود که انسان با پیدایش هر رسانه جدیدی اسیر اطلاعات و داده‌هایی می‌شود که آن رسانه

1. Métamédia
2. Média numérique
3. Nicholas Carr
4. Marshal McLuhan

به او می‌دهد (Carr, 2011, p. 4) و فناوری کاملاً گذرا^۱ و شفاف می‌شود تا خود را در افکار عمومی به ابزاری بی‌خطر جا بزند (Carr, 2011, p. 8). حال آن‌که با پیدایش هر رسانه جدیدی، هم ساختار مغز و ذهن انسان تغییر می‌کند (Carr, 2011, p. 123). هم خوراک فکری جدیدی به ذهن او داده می‌شود، و هم عادت‌ها و اعتیادهای جدیدی در او شکل می‌گیرد^۲.

دوم این‌که، برخلاف رویکرد غالب اقتصادی به توجه که جمع را منتج از فعالیت‌های فردی می‌داند، باید توجه را پدیده‌ای سراسر جمعی به‌شمار آورد که فعالیت‌های فردی از آن سر بیرون می‌آورند: «من» همواره به چیزی توجه نشان می‌دهد که «ما» به صورت جمعی و هم‌زمان به آن توجه می‌کند (Citton, 2014, p. 39). این چنین است که به‌عنوان نمونه در کشور فرانسه در بازه زمانی خاصی همگان به مسائلی چون حجاب و اسلام‌هراسی توجه نشان می‌دهند یا بیشتر ساکنان زمین هر چهار سال به تماشای جام جهانی فوتبال می‌نشینند. بنابراین، رسانه محیطی را شکل می‌دهد که هم‌زمان بر هر آنچه پیرامون و حتی در درون ما رخ می‌دهد تأثیر می‌گذارد، حتی بر فردی‌ترین اندیشه‌هایمان، و در بیشتر موارد ما را در حالت هشدار قرار می‌دهد تا در سریع‌ترین زمان ممکن به محرک‌ها پاسخ دهیم (Citton, 2014, p. 67). بدین ترتیب، باید توجه را به سان پدیده‌ای کاملاً جمعی و در بطن سپهر رسانه‌ای^۳ (Citton, 2014, p. 52) بررسی و از انگاشتن حواس پرتی^۴، بیش‌فعالی و چندکارگی به‌عنوان مشکلاتی صرفاً فردی پرهیز کنیم. رویکرد محیط‌شناختی بر این باور است که وجود افراد بر وجود روابطی که آن‌ها را شکل می‌دهد مقدم نیست و نمی‌توان افراد را از محیط‌شان جدا دانست. بر این اساس، توجه نوعی تعامل به‌شمار می‌رود که ضامن ایجاد پیوند من با محیطی است که بقای من به آن بستگی دارد.

۴. گونه‌های توجه و توانایی‌های نهفته آنها

پیش از پرداختن به پیوند محیط‌شناسی توجه و آموزش، لازم است به بخش دیگری از اندیشه سیتون پیرامون توجه اشاره کرد. فارغ از گونه‌های متفاوت نظام توجه، سیتون سه گونه توجه را از یکدیگر متمایز می‌کند: توجه جمعی^۵، توجه مشترک^۶ و توجه فردی‌ساز^۷. تمایزی دیگر در بطن این گونه‌شناسی، میان رویکرد اقتصادی به توجه و رویکرد

1. Transitive

۲. نمونه ساده پیامدهای استفاده از یک فناوری نوین را می‌توان در تأثیر موبایل بر شیوه رانندگی، میزان دقت و توجه و همچنین آمار تصادفات جاده‌ای بررسی کرد. نمونه دیگر را نیز می‌توان بر تأثیر استفاده از صفحه‌های نمایش‌گر بر نسل جدید بشر بررسی کرد که موجب افزایش بی‌شمار بیماری نزدیک‌بینی و چاقی در آینده خواهد شد.

3. Médiasphère

4. Distraction

5. Attention collective

6. Attention conjointe

7. Attention individuante

محیط‌شناختی به آن پدیدار می‌شود. برخلاف اقتصاد توجه، رویکرد محیط‌شناختی به توجه بر این باور است که توجه، تنها به صورت کنش‌پذیر هدف محرک‌ها قرار نمی‌گیرد و انسان می‌تواند از توانایی‌های نهفته آن‌ها برای تغییر و اصلاح در عرصه‌های متفاوت بهره بگیرد. با توجه به این که میزان توجه انسان‌ها در یک لحظه مشخص محدود است و توجه ما به چندین پدیده از کیفیت آن نیز می‌کاهد (Citton, 2014, p. 56)، پرسش‌های مهمی در این باره به ذهن‌خاطر می‌کند. با توجه به سرعت تغییرات اقلیمی، بحران و کمبود آب، ذوب شدن یخ‌های قطبی، نابودی جنگل‌ها و کوه‌ها، آلودگی هوا و وجود ریزگردهای مضر در آن و همین بیماری همه‌گیری که چندین سال است تمامی انسان‌ها را درگیر خود کرده است، که البته همگی پیامد بی‌توجهی ما و به اندازه «خطر تروریسم» وحشتناک و جدی است، آیا بهتر نیست از توجه‌مان بهتر بهره بگیریم و آن را بیهوده صرف دیدن ازدواج یا مراسم تدفین شاهزاده یا ملکه کشوری خاص، مسابقه فوتبال یا عکس‌ها و حرف‌های فردی مشهور و غیرمتخصص نکنیم؟ به نظر می‌رسد مهم‌ترین چالش محیط‌شناسی توجه و آکاوای و برملا کردن این حقیقت است که چگونه رسانه‌های جمعی به مثابه سلاح‌های حواس‌پرتی جمعی ذهن و حواس ما را درگیر مسائلی بی‌اهمیت می‌کنند.

در همین راستا، به باور سیتون، اصلاح زیرساختار رسانه‌ای باید اولین و مهم‌ترین هدف محیط‌شناسی توجه در سطح سیاسی به‌شمار رود، زیرا چنین زیرساختاری شکل‌دهنده محیط توجه جمعی است. به زعم اندیشمند سوئیسی، از آن جایی که توجه به هر چیزی موجب اعطای ارزش به آن می‌شود پر بی‌راهه نیست اگر از خود پرسیم چرا و چگونه جامعه‌ای خاص به آسانی هزینه‌های سنگین یک روزنامه سیاسی، یک شبکه تلویزیونی خاص یا حتی یک برنامه تلویزیونی یا رادیویی خاصی را متقبل می‌شود، اما از اختصاص هرگونه بودجه‌ای به یک مجله ادبی و علمی یا پژوهشی در حوزه علوم انسانی و اجتماعی سرباز می‌زند. بی‌گمان برای مدیریت و استفاده بهتر از توجه جمعی باید اقدام‌هایی ملموس در عرصه کلان‌ساختار سیاسی دست زد، قوانین را تغییر داد و با حضور پررنگ در رادیو، تلویزیون و فضای مجازی در این باره آگاهی‌رسانی کرد (Citton, 2014, pp. 160-168). همین بس که به صورت گروه کوچک چند نفره در کلاس، نشست یا جلسه‌ای دور هم جمع شویم تا بتوان از توجه مشترک سخن گفت. سیتون پیشنهاد می‌دهد که تمرین کنیم تا در چنین گروه‌هایی با احترام به یکدیگر گوش دهیم و فضایی بسازیم که در آن صمیمیت، اعتماد و امنیت بر روابط حاکم باشد.

سومین گونه از توجه در سطح فردی عمل می‌کند و به فرد امکان می‌دهد تا با استفاده بهینه از آن درون و ذهنیت خویش را شکل دهد. سیتون در این سطح از توجه با بهره‌گیری از اندیشه زیگموند فروید پیرامون رؤیاپردازی، اندیشه ژیل دُلوز^۱ در باب اندیشیدن، اندیشه رولان بارت^۲ در خصوص کتاب خواندن و اندیشه ژان-ماری شفر

1. Gilles Deleuze
2. Roland Barthes

ا دربارۀ تجربه زیباشناختی، همگان را به تمرین توجه شناور^۲ یا توجه زیباشناختی^۳ توصیه می‌کند. فرد در چنین حالتی نه کاملاً ارتباط خود را با محرک‌های بیرونی قطع می‌کند و نه در شرایط هشدار قرار داد و بی‌درنگ به آن‌ها پاسخ می‌دهد. توجه شناور به فرد امکان می‌دهد از هرگونه پیش‌داوری و پیش‌ساخته‌های ذهنی و رسانه‌ای دوری کند و تلاش کند مسیرها و شیوه‌های دیگری را بیازماید. در این صورت، توجه به گونه‌ای تجربه و ماجراجویی بدل می‌شود که فرد را از عادات و روزمرگی دور می‌کند. بدین ترتیب، شاید بتوان تجربه شناور را تجربه‌ای کنجکاوانه و میدانی به‌شمار آورد که هر لحظه فرد را با جذابیت شگفتی روبه‌رو خواهد ساخت. واضح است که این نوع از توجه با تمرکز انحصاری بر موضوعی خاص که محیط‌های آموزشی بر آن اصرار می‌ورزند همخوانی ندارد چه در چنین محیطی تمرکز فرد به کارگر خط تولید در دوران صنعتی بدل می‌شود که محکوم به اسارت است.

۵. نقد گفتمان‌های انتقادی به توجه نسل جوان

آنچه در ادامه می‌آید تلاشی است برای ایجاد پیوند میان آنچه محیط‌شناسی توجه نامیده می‌شود و حوزه آموزش، که هم انگاره توجه نقشی بنیادین در آن ایفاء می‌کند و هم پدیده‌ای است جمعی که باید رویکرد محیط‌شناختی به آن داشت. نخست باید بگوییم که هرگونه گفتمان انتقادی، بدبینانه و آخرالزمانی پیرامون توجه یادگیرندگان نسل جدید را می‌توان بی‌تردید گفتمانی محدودکننده و ناقص دانست و از چندین منظر آن را به چالش کشید. نخست این‌که یکی از تأثیرات مهم سلطه متن محوری^۴ (Vaillant, 2005)، فردگرایی و ذهنیت‌گرایی، به‌ویژه از سده نوزدهم به این سو، بر فرهنگ و آموزش این بوده است که ما تنها یک نظام توجه را خوب می‌پنداریم: دوری از جمع و قطع هرگونه ارتباطی با محیط اطراف و دیگران برای خواندن یک کتاب، لذت بردن از یک تجربه زیبایی‌شناختی یا تمرکز کردن بر روی یک شیء یا موضوعی خاص. این‌ها تمامی، همان دگرگونی‌های ذهنی، عادت‌ها و باورهای هستند که فناوری چاپ با خود به ارمغان آورده بود، چه صنعت چاپ با فراگیرسازی خواندن و دسترسی همگان به کتاب، به هر فردی امکان می‌داد که در خارج از کلیسا و «دانشگاه»، به شیوه خود و در خانه خود فعالیت کتاب‌خوانی را در سکوت و تنهایی تجربه کند (Le Pestipon, 2014, p. 14). گرچه تمرکز بر موضوعی خاص می‌تواند درخور ستایش باشد، اما به‌خوبی آگاهییم که توجه فرد در دنیای کنونی و به‌ویژه پس از پیدایش

1. Jean-Marie Schaeffer
2. Attention flottante
3. Attention esthétique
4. Textocentrisme

رسانه‌های نوین هر لحظه تحت فشار محرک‌های محیط اطراف است^۱. تمرکز یا توجه عمیق گرچه خوب است، اما تنها نظام توجه در خور ارزشگذاری نیست و گاه حتی می‌توان آن را شایسته سرزنش دانست. دوم این‌که، تقریباً همگان، چه در محیط‌های آموزشی و چه در محیط‌های غیرآموزشی، نگاهی دوقطبی به پدیده توجه دارند، بدین معنی که افراد را در دو دسته با دقت و حواس پرت، یعنی در دو قطب انتهایی محور توجه، تقسیم‌بندی می‌کنند؛ حال آن‌که لاشو در کتاب مغز بندباز. کاربست علوم اعصاب در درک و رام کردن توجه^۲ (2015)، خیال همگان را راحت کرده و به تصور بسیاری خرده می‌گیرد، چه او بر این باور است که ما همگی دچار درجات گوناگونی از اختلال توجه در موقعیت‌های متفاوت زندگی در طول روز هستیم که موجب آشفتگی، استرس، تشویش و ناسازگاری ما با دیگران و دنیای بیرونی می‌شود (Lachaux, 2015, p. 8). این مهم به ما نشان می‌دهد که برخلاف تصورمان، مهار سازوکارهای ذهنی و استفاده بهینه از توجه در هر لحظه کار چندان آسانی نیست و نیازمند یادگیری برخی مهارت‌هاست چه ما در کسری از ثانیه کنترل توجه‌مان را از دست می‌دهیم (Lachaux, 2015, p. 16). بنابراین، برداشتی که توجه را در حد تمرکز پایین می‌آورد، پدیده ذهنی را به خوبی درک نکرده است، زیرا نگاهی حتی سرسری به یک منظره یا به پاره‌متنی هرگز به معنای بی‌توجهی یا حواس پرتی نیست و اتفاقاً شکلی از توجه و مهارت است که ذهن انسان مدرن در دنیای گمراه‌کننده و سرشار از داده‌ها و محرک‌ها پیدا کرده است^۳. این موضوع از رهگذر توجه به رسانه‌های غنی و سرشار از اطلاعات امروزی شفاف‌تر می‌شود. در این زمینه دد^۴ (2005) و میلوتینویک^۵ (2022) معتقدند رسانه‌های دیجیتال چنان با سبک زندگی نسل جدید که آن‌ها را «بومیان دیجیتالی»^۶ می‌نامند، درهم تنیده شده‌اند که می‌توان از تغییر سبک یادگیری و شناختی صحبت کرد.

۱. این پدیده را می‌توان در نظام هشدار دید که توجه همیشگی را می‌طلبد و ناپایداری از ویژگی‌های بنیادین آن است. این حالت را می‌توان در پدیده بورس نشان جست.

2. *Le Cerveau funambule. Comprendre et apprivoiser son attention grâce aux neurosciences.*

۳. روان‌شناسی تجربی حتی نشان داده است که مغز انسان براساس چه سازوکاری حجم بالایی از داده‌ها را به صورت خودکار پردازش می‌کند بی‌آنکه خود انسان متوجه این فرایند باشد (Citton, 2014, Pp. 175-176). این گونه از توجه را توجه خودکار می‌نامند.

4. Dede

5. Milutinović

۶. اولین بار پرنسکی (Prensky, 2001) این اصطلاح را در مورد نسلی که در بازه زمانی ۱۹۹۶ تا ۲۰۱۲ به دنیا آمده، به دلیل آشنایی آن با فناوری اطلاعات و ارتباطات و تکیه بر این فناوری به کار برده است. گالاردو و همکاران (۲۰۱۵) با بررسی ادبیات پژوهشی در این زمینه به ۴۸ اصطلاح در رابطه با این نسل همچون نسل شبکه، نسل کلیک، نسل Z، نسل اینترنت... اشاره کرده‌اند.

بدین ترتیب، در کنار توجه عمیق، برخی متخصصان از کثرت‌گرایی توجه^۱ یا چندکارگی و تقویت آن در نسل جوان حرف می‌زنند. در حقیقت، آنچه که برخی با دید منفی از آن با نام حواس‌پرتی مزمن یاد می‌کنند و از معایب جوانان می‌دانند همان توانایی‌ای است که ذهن نسل جدید بشریت برای پاسخ‌گویی مناسب به درخواست‌های هم‌زمان چندین محرک بدان دست یافته است. البته لاشو باز به ما یادآوری می‌کند که چندکارگی هرگز به معنای توجه هم‌زمان به چندین چیز نیست، زیرا علوم اعصاب ثابت می‌کند که چنین پدیده‌ای از لحاظ ذهنی ناشدنی است. چندکارگی را باید گونه‌ای نظام تناوبی در نظر گرفت که در آن ذهن به‌طور منظم و بسیار سریع از محرکی به محرک دیگر توجه می‌کند یا فعالیتی را انجام می‌دهد. پس می‌توان به تمامی گفتمان‌های سرزنش‌آلودی که توجه را صرفاً پدیده‌ای فردی به‌شمار می‌آورند و فرد را سراسر مقصر بی‌توجهی و حواس‌پرتی می‌دانند خرده گرفت، زیرا فرد می‌کوشد در محیط‌هایی که رفتارشان را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد بهترین استراتژی رفتاری را در قالب چندکارگی از خود نشان دهد.

نکته مهم دیگر این‌که ما توجه را در محیط‌های آموزشی، به‌ویژه در مدرسه، به گوش دادن مطیعانه و یک‌جانبه به آموزه‌های معلم فرومی‌کاهیم، گوش‌دانی که قادر به جذب حداکثری سخنان معلم است آن هم در حالی که شاید یکی از مهم‌ترین آموزه‌ها و ارزش‌های محیط‌های آموزشی، که شاید بیشتر در حوزه علوم انسانی یا گفتمانی بیشتر نمود دارد، باید این باشد که دنیایی سرشار از گفتمان‌های اغلب متضاد و متناقض درباره حقیقت ما را فراگرفته است. حال اگر محیط آموزشی را به‌صورت اکوسیستم توجه^۲ متشکل از بازتاب، سطوح و روابط متعدد در نظر بگیریم شاید آنگاه بتوانیم دلایل بی‌توجهی یادگیرندگان را به برخی شیوه‌های آموزشی بهتر درک کنیم چه در چنین حالتی معلم خود نیز می‌تواند در سطحی خاص از یک محیط خاستگاه بی‌توجهی و بی‌انگیزگی یادگیرندگان به‌شمار رود.

۶. هدف‌های آموزش

در این بخش می‌کوشیم تا با توجه به آنچه در بالا آمده است درباره برخی از هدف‌های اصلی آموزش در دوران سرمایه‌داری شناختی سخن بگوییم که بی‌تردید همگی ارتباطی تنگاتنگ با یکدیگر دارند و مکمل هم به‌شمار می‌روند: پرورش انسان‌های بادقت و باملاحظه، پرورش هنر به‌گزینی، پرورش هنر گفت‌وگو و همچنین پرورش توجه کاوشگر و خلاق در یادگیرندگان. همچنین باید اهمیت ارزش‌آفرینی را یادآور شد. گرچه توجه فرآورده‌ای است با ارزشی که محرک‌های بیرونی در جلب و مصرف آن می‌کوشند با یکدیگر وارد رقابتی جدی شوند، اما از یاد نبریم که توجه، خود می‌تواند تولیدکننده ارزش نیز باشد. با اهمیت دادن و توجه کردن به هر موضوع ناچیزی، ما به

1. Pluralisme attentionnel
2. Écosystème attentionnel

نوعی در حال ایجاد یا افزایش ارزش برای آن موضوع خاص هستیم. فلور^۱، نویسنده فرانسوی سده نوزدهم، بر این باور بود که همین بس که مدت زمان زیادی به چیزی نگاه کنیم تا به شیئی جالب و درخور توجه بدل شود. پس به یاد داشته باشیم که این توجه ماست که ارزش، شهرت و دیده شدن را می آفریند (Flaubert cité par Citton, 2014, p. 192). بهتر است به نسل جوان یادآوری کرد که ستاره‌ها و افراد سرشناس، خواه آگاهانه یا ناآگاهانه، در رسانه‌های مدرن از شکل جدیدی از استثمار بهره می‌برند، از توجه طرفدارن‌شان تغذیه می‌کنند و این ما هستیم که آن‌ها را مشهور و سرشناس می‌کنیم. تمامی این موارد ما را بر آن می‌دارد که استفاده درست از منابع توجه را به نسل جوان مان بیاموزانیم. اتفاقاً در همین جاست که پیوند سیاست و محیط‌شناسی توجه شکل می‌گیرد، در واقع، نخستین رسالت محیط‌شناسی توجه، اصلاح زیرساخت‌های رسانه‌ای است زیرا امروزه رسانه‌ها در شکل‌گیری کانون‌های توجه نقش بنیادین ایفا می‌کنند.

مهم‌ترین وظیفه معلم در هر محیط آموزشی این است که یادگیرنده به درس و دیگران توجه نشان دهد. پس یکی از اصلی‌ترین هدف آموزش، پرورش انسان‌های بادقت و باملاحظه است، انسان‌هایی که به دیگری، به جهان و چیزها توجه و از آن‌ها مراقبت می‌کنند.

اما چگونه می‌توان به چنین هدفی دست یافت؟ بررسی‌ها ثابت می‌کنند که میزان توجهی که یادگیرندگان به موضوع یادگیری نشان می‌دهند ارتباطی مستقیم و تنگاتنگ به میزان توجهی دارد که خود معلم برای آن موضوع خاص قائل است. درحقیقت، بر عهده معلم است که تازه‌سازی حس کنجکاوی و جذابیت را همواره در خود پرورش دهد و آن را به یادگیرندگان انتقال دهد یا در آن‌ها چنین حسی را برانگیزاند. به دیگر سخن، میزان توجهی که یادگیرنده به سخن معلم نشان می‌دهد به میزان و به‌ویژه کیفیت توجهی بستگی دارد که پیش از آن، معلم به یادگیرندگان خود نشان می‌دهد، که آن نیز به کیفیت توجهی بستگی دارد که معلم در محیط کاری خود از سوی همکاران و مدیران آموزشی در سطح‌های مختلف دریافت می‌کند. این امر به‌خوبی نشان می‌دهد که مقدار و کیفیت توجهی که یادگیرنده به معلم نشان می‌دهد به توجهی که مجموعه نظام آموزشی به یادگیرنده و معلم نشان می‌دهد، بستگی دارد. سرانجام باید پذیرفت که میزان و کیفیت توجهی که نهادهای غیرآموزشی به نهادهای آموزشی نشان می‌دهند بسیار مهم و کلیدی است (Citton et Doudet, 2019, p. 13).

امروزه، پس از پیدایش رسانه‌های مدرن، دیگر با کمبود با کمبود اطلاعات و داده‌ها پیرامون موضوع یادگیری مواجه نیستیم و حتی با پدیده‌ای چون ویکی‌پدیازدگی^۲ و گوگل‌زدگی^۳ دانش روبه‌رویم. یادآوری چندین نکته در این باره ضروری است. نخست این که بهتر است میان دریافت داده‌ها که روندی است کنش‌پذیر، از یک سو، و فعالیت تأویل، فعالیت بنیادین در علوم انسانی که باید به‌شدت آن را در انسان هم‌روزگار تقویت کرد، از سوی دیگر،

1. Flaubert
2. Wikipédiasation
3. Googlisation

تفاوت بگذاریم چون داده‌ها تنها زمانی که درونی و ذهنی شوند جزئی از دانش یک فرد به شمار خواهند آمد. دوم این که آموزش، دیگر به معنای توانایی یادگیرنده در انباشتن و حفظ اطلاعات در ذهن نیست، چراکه ما امروزه از فراوانی اطلاعات رنج می‌بریم.

در چنین موقعیتی، باید آن چه معلم به یادگیرندگان خود انتقال می‌دهد هنر به‌گزینی باشد، مهارت تشخیص سره از ناسره، توانایی جداسازی داده‌های معتبر از نامعتبر. امروز هر یادگیرنده‌ای باید به این توانایی برسد که در مدت زمان مناسب و قابل‌قبولی به اطلاعات درست و خوب در منابع اطلاعاتی، به‌ویژه رسانه، و به‌طور خاص شبکه اینترنتی، دست یابد. دست‌یابی به این مهارت باید به صورت عملی در کلاس درس و به کمک معلم یاد داده و تمرین شود. بدین ترتیب، کلاس درس به محلی برای جست‌وجوی جمعی، برای به اشتراک‌گذاری مهارت‌ها و تجربه‌های فردی، منابع، شگردها، حساسیت‌ها و حس شهود بدل می‌شود. کلاس و روند یادگیری به مکان و زمانی برای تجربه هم‌زمان آموزش و پژوهش، یا بهتر بگوییم «آموزش-پژوهش»، هم برای معلم و هم برای یادگیرنده تبدیل خواهد شد. تجربه آموزش-پژوهش به یک ماجراجویی شگفت‌انگیز و سرشار از اتفاقات پیش‌بینی نشده تغییر شکل می‌دهد، تجربه‌ای که نمی‌توان با تقلید، آن را به دیگری انتقال یا یاد داد.

یادگیرنده در چنین فرایندی می‌آموزد که به اولین اطلاعاتی که در شبکه به آن دست می‌یابد، که گاه براساس سازوکار اقتصادی و مالی خاصی در اولین ردیف قابل مشاهده جای داده شده‌اند و همگان به راحتی به آن دسترسی دارند، بسنده نکند و به جست‌وجوی وسعت و عمق بیخشد تا بتواند بهترین داده‌ها را برای فرایند بعدی، یعنی فرایند تأویل و فردی‌سازی داده‌ها یا تبدیل آن به دانش فردی آماده کند. این توجه شناور و کنجکاو، برخلاف تجربه کارگران دوران سرمایه‌داری صنعتی که بر روی فعالیتی خاص متمرکز می‌شد و آن‌ها را اسیر خود می‌ساخت، توجه‌ای است نامتمرکز، مرکزگرا و کاملاً باز، تا بتواند بیشترین امکان‌های احتمال را بررسی کند.

در زمینه خلاقیت در توجه و کاوشگری نخست این که باید تقابل میان فعالیت و بی‌فعالیتی، کار و خواب را مورد بازبینی قرار دهیم: علوم اعصاب نشان داده که گاه مغز انسان در خواب به اندازه حالت بیداری فعال است. در حقیقت، مغز در حالت بی‌فعالیتی یا خواب با قطع پیوند و هرگونه تماسی با محرک‌های بیرونی به پردازش اطلاعات می‌پردازد. هرچند رسانه‌های نوین این عادت را در ما به وجود آورده‌اند که در حالت بیداری همواره در حالت هشدار باشیم و به محرک‌های بیرونی در همان لحظه پاسخ دهیم، اما نباید دیگر فعالیت‌های مهم ذهنی و مغزی چون اندیشیدن، رؤیاپردازی و خیال‌بافی را که به همان اندازه مهم‌اند از یاد ببریم، زیرا این فعالیت‌ها به انسان امروزی مجال می‌دهند تا به‌طور موقت خود را از پاسخ‌گویی سریع، لحظه‌ای و خودکار به محرک‌های دنیای پیرامونش که سراسر استرس‌زاست برهانند.

دوم این که، این تصور که معلم همه چیز را می‌داند و تنها منبع انتقال داده‌ها و دانش است، بی‌اعتبار است، زیرا امروزه هر کس می‌تواند در زمانی اندک به داده‌هایی دست یابد که دیگری کاملاً از آن ناآگاه است. در تأیید این

موضوع شولز و اسکرو^۱ چنین بیان می‌دارند: «امروزه معلم بیش از آن‌که حاکمی روی صحنه^۲ باشد، راهنمایی در حاشیه^۳ است». به عبارتی، بیش از آن‌که معلم در کلاس درس حاکم بی‌همتای دانش باشد، راهنما و تسهیل‌کننده ساخت دانش برای یادگیرندگان است. پس معلم خود نیز به فردی نادان در فرایند آموزش - پژوهش که البته از مهارت بالایی در کاوشگری اطلاعات برخوردار است بدل می‌شود. آن‌چه مهم است نه تنها نتیجه آموزش - پژوهش بلکه خود فرایند جستجو است که در آن معلم، افزون بر انتقال و به اشتراک‌گذاری تجربه‌های خود برای یافتن بهترین و معتبرترین داده‌ها باید به مواردی که توجه یادگیرندگان را به خود جلب می‌کنند توجه نشان دهد و آن‌ها را مورد واکاوی قرار دهد. بدین ترتیب، هر جلسه یادگیری به آموزش - پژوهشی بدل می‌شود که ممکن است معلم با تعداد بی‌شماری موارد پیش‌بینی نشده روبرو شود، مواردی که شاید حتی پیش‌فرض‌ها یا نکته‌هایی را که او پیش از آن جلسه آماده کرده بود به چالش بکشند.

یاددهنده آموزشی خوب می‌داند که تنها زمانی می‌توان کلاس یادگیری‌ای را خوب ارزیابی کرد که در آن تمامی شرکت‌کنندگان توانسته باشند بهترین بهره را از هوش جمعی برای حل مسائل و مشکلات پژوهش برده باشند. پس در دنیای کنونی، بهترین روش برای بهره‌گیری از بالاترین میزان از توجه در دنیای انسانی همان توجه به دیگری باشد. درست است که دستگاه‌ها و رسانه‌های نوین امکان دسترسی آسان و سریع به بیشترین میزان از داده‌ها را در هر زمان و مکان برای ما فراهم می‌کنند، اما به نظر می‌رسد که بدترین و مخرب‌ترین شیوه آموزش این است که تعامل آموزشی را بر روی ماشین‌ها متمرکز کنیم. از یاد نبریم که زنده‌ترین، پویاترین و غنی‌ترین قلب آموزش همواره همان هنر گفت‌وگو بوده است و باقی خواهد ماند. معلم همواره باید بیشترین اهمیت و توجه را برای گفت‌وگوی جمعی قائل باشد، گفت‌وگویی که در بافت خاصی به تغییر مداوم، غریزی، جزئی و ظریف کنش‌گرانش منتهی خواهد شد، کنش‌گرانی بادقت و باملاحظه نسبت به همدیگر.

۷. نتیجه

با پیدایش رسانه‌های دیجیتال و متامدیا که افزون‌بر تولید داده‌ها، امکان پردازش، دستکاری، انتقال و به‌اشتراک‌گذاری را برای مخاطبشان فراهم کرده‌اند، شاهد تولید انبوه داده‌های غیرمادی هستیم که در جلب توجه انسان هم‌روزگار ناکام می‌ماند و نادیده گرفته می‌شود؛ نادیده گرفتن از کلیدواژه‌ها و از رنج‌های دردآور دنیای مجازی و واقعی آموزشی است. اهمیت این موضوعات در محیط‌های آموزشی چندین برابر می‌شود چه نظام آموزشی بیش از پیش به‌ویژه از بی‌توجهی، کم‌توجهی، حواس‌پرتی، بیش‌فعالی و کم‌انگیزگی یادگیرندگان شکایت می‌کند. درحقیقت، فراوانی داده‌های غیرمادی و محصولات فرهنگی از یک سو، کمبود منابع توجه و وقت از سوی

1. Schulz, J., & Iskru
2. Sage on the stage
3. Guide on the side

دیگر، توجه را به یکی از موضوعات و مشکلات بنیادین علوم اجتماعی و انسانی در دوره هم‌روزگار بدل کرده است. نارسایی‌ها و کاستی‌های رویکردهای اقتصادی و روان‌شناختی به توجه که آن را یکسر پدیده‌ای فردی، ذهنی و شیمیایی می‌انگارند این امکان را فراهم نمی‌سازد تا به درک درستی از سازوکار، بحران و اختلال توجه دست یافت. رویکرد محیط‌شناختی به توجه اما، با دیدگاهی انتقادی و دیرینه‌شناختی، ضمن خرده‌گیری به تمامی رویکردهای فردگرا به پدیده «توجه»، آن را پدیده‌ای سراسر جمعی و در پیوند با محیط پیرامون در نظر می‌گیرد. محیط‌شناسی «توجه» بر این باور است که رسانه‌ها تنها بازاری برای انتقال اطلاعات و داده‌ها نیستند و برعکس، نقشی کلیدی در شکل‌گیری دنیای بیرونی و عینی و حتی در سطح روابط بین‌فردی و نیز دنیای درونی و ذهنی دارند.

به نظر می‌رسد با توجه به بحران‌های گوناگونی که امروزه گریبان‌گیر انسان است (به‌ویژه مسئله مهمی چون مشکلات زیست‌محیطی که آینده بشر به آن وابسته و یکی از مضمون‌های اصلی آثار ادبی معاصر است^۱) همگی به‌گونه‌ای در بی‌توجهی و کم‌توجهی انسان ریشه دارند، اهمیت پیوند آموزش و توجه، بیش از پیش به چشم می‌آید، آن‌هم در زمانه‌ای که رسانه‌ها، به‌خصوص رسانه‌های تصویری، بسیار در ایجاد و گسترش حواس‌پرتی سهیم‌اند. از دیدگاه محیط‌شناسی توجه، آن‌چه امروزه در فرایند یادگیری و در میان هدف‌های آموزش از انتقال دانش و اطلاعات بسیار مهم‌تر و بنیادی‌تر است تربیت توجه به مثابه مهارتی حیاتی است. فرایند یادگیری، دیگر ارتباطی یک‌سویه در بطن یک تعامل چهره به چهره تعریف نمی‌شود، بلکه اشتراک‌گذاری دانسته‌ها و ندانسته‌ها، پرسش‌ها، تردیدها و کنجکاوی‌های یادگیرنده و معلم در یک جست‌وجوی ماجراجویانه جمعی، به‌منظور به چالش کشیدن پاسخ‌ها و دانسته‌هاست. این دقیقاً همان اصلی است که بی‌توجهی به آن موجب شده است تا نظام دانشگاهی ما دو حوزه پژوهش و آموزش را از هم جدا بداند.

گوناگونی^۲ و تفاوت‌های ظریف^۳ از انگاره‌های بنیادین و واژگان کلیدی این نوع از آموزش به‌شمار می‌رود که همواره در علوم انسانی یا گفتمانی بر آن‌ها تأکید می‌شود، مفاهیم و ارزش‌هایی که امروزه بیش از هر زمان دیگری به آن نیازمندیم. از یاد نبریم که اگر اطلاعات، شک‌ها، ندانسته‌ها، پیش‌دوری‌ها و دیدگاه‌های همگان یکی باشد، یعنی همان همگن‌سازی^۴، پدیده‌ای که رسانه‌های نوین در شکل‌گیری آن بسیار می‌کوشد، به اشتراک‌گذاری دیگر بی‌معنا خواهد بود. چینی برداشتی از آموزش و توجه پایانی است بر میل به اقتدار و سلطه آموزگار و استادی که خود را مسلط بر دانایی و دانشی می‌داند که نمی‌توان آن را به چالش کشید و از هرگونه تجربه خطر و سرنگونی مصون است. هم‌اینجاست که نقش بنیادین علوم انسانی به‌مثابه علمی که به ما در شکل‌گیری و گسترش آموزش

۱. در این زمینه توجه خواننده را به مقاله‌ای با عنوان «بوطیقای آخرالزمان در تخیل محیط‌زیستی امروز

فرانسه» به قلم حمیدرضا رحمت‌جو جلب می‌کنیم.

2. Variations

3. Nuances

4. Homogénéisation

زنده و طرح پرسش‌های دقیق و معتبر، و نه یافتن پاسخی اطمینان‌بخش، یاری می‌رساند بیش از پیش آشکار می‌شود. هم‌اینجاست که امروزه، با توجه به پیچیدگی مسئله‌ها و مشکل‌هایی که انسان معاصر با آن روبه‌روست،

دیگر حتی باید از گفت‌وگوهای میان‌رشته‌ای که تنها به وجود و بقای مرزهای تصنعی و ساختگی و یکپارچگی رشته‌ها دامن می‌زند به بی‌مرزی رشته‌ها و بی‌رشتگی گذار کرد.

منابع

رحمت‌جو، ح.ر. (۱۴۰۰). بوطیقای آخرالزمان در تخیل محیط‌زیستی امروز فرانسه. پژوهش‌های زبان و ترجمه فرانسه، ۴(۳)، ۴۷-۲۷.

فرهنگی، ع.ا.، قراگزلوع.، و صلواتیان س. (۱۳۸۹). توجه، حکمرانی جدید در اقتصاد رسانه. پژوهش‌های ارتباطی، ۱۷(۶۳)، ۹۱-۱۱۴.

- Caar, N. (2011). *Internet rend-il bête? Réapprendre à lire et à penser dans un monde fragmenté*, traduit par Marie-France Desjeux. Paris: Robert.
- Citton, Y. (2010). *L'Avenir des humanités. Economie de la connaissance ou cultures de l'interprétation?*. Paris: La Découverte.
- Citton, Y. (2014a). *L'Economie de l'attention : nouvel horizon du capitalisme?*. Paris: La Découverte.
- Citton, Y. (2014b). *Pour une écologie de l'attention*. Paris: Seuil.
- Citton, Y. (2017). *Médiarchies*. Paris: Seuil.
- Citton, Y., E. Doudet (2019). *Ecologies de l'attention et archéologie des média*. Grenoble: UGA.
- Dede, C. (2005). Planning for neomillennial learning styles. *Educause Quarterly*, 28(1), 7-12.
- Gallardo-Echenique, E. E., Marqués-Molíás, L., Bullen, M., & Strijbos, J. W. (2015). Let's talk about digital learners in the digital era. *The International Review of research in open and distributed learning*, 16(3).
- Kaufmann, V. (2011). *La Faute à Mallarmé. L'aventure de la théorie littéraire*. Paris: Seuil.
- Lachaux, J.-Ph. (2011). *Le Cerveau attentif. Contrôle, maîtrise et lâcher-prise*. Paris: Odile Jacob.
- Lachaux, J.-Ph. (2015). *Le Cerveau funambule. Comprendre et apprivoiser son attention grâce aux neurosciences*. Paris: Odile Jacob.
- Lachaux, J.-Ph. (2020). *La Magie de la concentration. Un parcours ludique et initiatique*. Paris: Odile Jacob.
- Le Pestipon, Y. (2014). *Oublier la littérature?*. Toulouse : Verdier.
- Lilti, A. (2020). *Figures publiques. L'invention de la célébrité 1750-1850*. Paris: Fayard.
- Loan, F. A. (2011). Media preferences of the net generation college students. *International Journal of Library and Information Science*, 3(7): 155-161 .

- Milutinović, V. (2022). Examining the influence of pre-service teacher's digital native traits on their technology acceptance: A Serbian perspective. *Education and Information Technologies*, 1-29.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon*, 9(5): 1-6.
- Schulz, J., & Iskru, V. V. (2021). Video in Education From 'Sage on the Stage' to 'TV Talk Show Host': Where to Next? *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 17(9), em2005.
- Vaillant, A. (2005). *La Crise de la littérature: Romantisme et modernité*. Grenoble: ELLUG.