

حکمت

نهج البلاغه
خطبه ۷۷

خداوند، آنچه را درباره من از من دانستی بر من ببخش. پس اگر دوباره به گناه بازگشتم تو هم دوباره به مغفرتت به من بازگرد. خداوند، بر من ببخش آنچه را که با خود وعده کردم و تو وفایی از من نسبت به آن ندیدی. الهی آنچه را که به زبانم به تو تقرب جستم ولی دلم برخلاف آن بود بر من ببخش.

چطور درباره رسانه مصرفی از فرزندان سوال کنیم؟

در ستایش علامت سوال

در والدگری لحظات بی شماری پیش می آید که شما با فرزندان در هر دهه سنی، در حال پرسش و پاسخ هستید. در واقع فکر می کنید در حال پرسش و پاسخید ولی در واقعیت گاهی پیش می آید که شما بدون آن که بخواهید در نقش یک بازجو قرار می گیرید و این حس را فرزندان از سوالات بی شمار شما دریافت می کند. او می فهمد هدف گفت و گو نیست، هدف رسیدن به پاسخ و بعد قضاوتی درباره اوست. همه در هر سن و سالی از قضاوت و پیشداوری بیزارند، حتی کودکان؛ بنابراین اهمیت سوال درست اینجا مشخص می شود. یکی از مهم ترین مهارت ها در سواد رسانه طرح سوال درست در جای درست است، سوالی که مخاطب را برای فکر کردن، تحلیل و پاسخ جامع و کامل و صادقانه مشتاق کند. نمونه سوالاتی را که در ادامه بررسی می شود با ادبیات خودتان و با توجه به سن فرزندان، میزان تحلیل و درکی که از شرایط اقتصادی، سازوکار رسانه و ساخت آثار دارد، بپرسید. محتوای رسانه ای مورد گفت و گو می تواند آگهی، نمایش، وب سایت، فیلم، آهنگ، مارک و... باشد.

زهرا صالحی نیا
کارشناس سواد
رسانه



قسمت دهم

که در رسانه و خود می بیند، پی ببرید. مثلاً حس حسرت یا کنجکاوی، هر کدام از نیازی در کودک می آید، در مثال حسرت پررنگ کردن ارزش های اصیل و موارد ارزشمندی که در خانواده و سبک زندگی خود دارید و اشاره به تفاوت های افراد می تواند به فرزندان در گذشتن از این حس کمک کند. درک تفاوت های آنچه در رسانه است و آنچه در واقعیت است، می تواند دید شفافی به فرزندان بدهد و او را در مقابل پیام های رسانه محافظت کند و پیش از پذیرش هریامی به خاطر آورد که لزوماً رسانه همواره بازتابی از حقیقت نیست.

اگر در محصول رسانه ای خشونت یا مدلی از خشونت و هیجان بود، از فرزندان بپرسید اگر این اتفاق در زندگی واقعی می افتاد، به نظرش افراد درگیر چه حسی خواهند داشت؟ نتیجه واقعی خشونت چه خواهد بود؟ چه اتفاقی برای افراد درگیر خواهد افتاد؟

نمایش مکرر خشونت ممکن است این دیدگاه را در کودک شکل دهد که این هم روشی برای حل مسئله است، دعوت به درک احساسات دیگران و تقویت همدلی و همچنین بررسی عواقب این انتخاب می تواند به کودک کمک کند تا بهتر به درک مسئله خشونت برسد، رسانه از خشونت و هیجان جاری در آن برای جلب توجه مخاطب در تمام سطوح استفاده می کند، مراقبت در این زمینه در گام اول با حذف یا سانسور صحنه های خشن برای کودک امکان پذیر است اما واکسینه کردن کودک برای موقعیت های آینده ضروری است.

در نظر گرفتن مدل تفکر و منافع و نگاهی است که هر کدام از این گروه ها به یک اتفاق واحد دارند. این درک لزوماً به همدلی منجر نمی شود اما سدهای گفت و گو و تبادل نظر و فهم یکدیگر را برمی دارد.

آیا آنچه در رسانه ها شاهدش هستی را تجربه کرده ای یا به تجربه های تو از زندگی نزدیک است؟

این سوال می تواند سطح ساده ای داشته باشد از پیدا کردن نقاط اشتراک و آشنای نمایش داده شده در یک انیمیشن کودک تا بررسی تفاوت های اساسی در یک تبلیغ یا فیلم سینمایی، اهمیت این سوال درک بهتر سبک زندگی و ارزش های خود و آنچه در رسانه به آنها اشاره می شود، است. در اتمسفر این سوال شما می توانید به صورت نامحسوسی به حس یا برداشت کلی فرزندان نسبت به تفاوت و شباهت هایی

و دوستان و حتی شخصیت های کتاب یا کارتون) چه نظر و برداشتی از این محتوای رسانه ای دارند؟

این سوال هدفی نزدیک به سوال قبلی دارد با این تفاوت که فرزند شما ابتدا تحلیل خود را از اثر پیدا می کند سپس به دنبال تحلیل افراد دیگر می رود؛ به طور مثال: به نظرت مامان بزرگ نظرش درباره این تبلیغ پنیر چیه؟ فرزندان با شناختی که از مادر بزرگش دارد تلاش می کند پاسخی بدهد، مثلاً من دیدم مامان بزرگ پنیر شور دوست داره، این پنیر شور نیست، روزی می رسد که فرزندان نیاز به این تحلیل و تفکیک نظر افراد دارد. تشخیص دلایل تصمیم و انتخاب آنها باعث می شود کودک در آینده به درک بهتر و عمیق تری از دنیا برسد، فهم این که چرا افرادی از دیدن یک مستند یا فیلم سینمایی یا خبر واحد خوشحال می شوند و گروهی عصبانی با

عادت می کنیم

مهم ترین عادت سواد رسانه ای که می توانیم در فرزندانمان پرورش دهیم سوال پرسیدن در مورد رسانه هاست. می توانید ابتدا با پرسیدن سوالاتی در مورد رسانه های مصرفی شان شروع کنید و با گذشت زمان آنها را تشویق کنید خودشان شروع به طرح سوال کنند. در مسیر طرح سوالات بهتر، شنونده خوبی بودن تأثیری بسزا دارد، حتماً بسیار شنیده اید که «مستمع صاحب سخن را بر سر ذوق آورد» دقیقاً این توجه به پاسخ های فرزندان تأثیر عمیقی روی روابط و جواب های او می گذارد، خیلی وقت ها ما در انتهای یک گفت و گو به این فکر می کنیم کاش فرد مقابل این سوال را از من می پرسید یا این مسیر گفت و گو را آغاز می کرد تا من هم بهتر نظر اتم را می گفتم و زمینه های بیشتری برای گفت و گو و حتی اشتراک نظر پیدا می کردم. خوب شنیدن به پیدا کردن سوالات درست منجر می شود، اگر دقیق و با درک بشنویم و از قضاوت نیاز و احساس پشت هر پاسخ پرهیز کنیم، می توانیم مسیر بهتری برای گفت و گو طراحی کنیم. حضور ذهن داشتن، تمرین و اشتیاق می تواند ما را در گفت و گو و پرسش و پاسخ فعال با فرزندان یاری کند.

چه چیز این محتوای رسانه ای برای تو جالب است و باعث شده آن را دنبال کنی؟

این سوال مخصوصاً درباره آگهی های تبلیغاتی در کودکی قابل بررسی است، ممکن است کودک در سنین پایین نیاز به حمایت از طرف والدین داشته باشد که به چرایی علاقه اش پی ببرد. مثلاً آهنگ و شعر و ریتم آگهی را دوست دارد، یا از حضور کودکان در آگهی خوشحال می شود، یا از دیدن خوراکی لذت می برد. در پاسخ به این سوالات اگر متوجه خودداری از سمت فرزندان شدید و دلیلی برای این خودداری پیدا نکردید، شما برای پاسخ پیشقدم شوید، مثلاً من از شعر این تبلیغ خوشم می آید / این خانه ای را که در تبلیغ نشان داده، دوست دارم و....

فکر می کنی چه کسی این محتوای رسانه ای را تماشا و دنبال می کند؟ مثلاً چه جنسیتی، چه سنی، چه نژادی، چه علایقی؟

سوال درباره مخاطب اثر باعث می شود فرزند شما به درک آگاهانه ای از علاقه های خود و حتی اطرافیان و گروه هایی که می شناسد یا فکر می کند می شناسد، برسد. مثلاً وقتی مخاطب یک اثر را از نظر جنسیتی طبقه بندی می کند، می توان متوجه شد فرزندان به صورت غریزی یا از محرک های محیطی به دسته بندی نسبت به جنسیت رسیده، البته این نتیجه گیری در دسته خوب و بد قرار نمی گیرد بلکه می تواند برای شما این آگاهی را به همراه داشته باشد که فضای ذهنی و تحلیلی فرزندان نسبت به محتوای رسانه ای مورد استفاده اش به چه صورت است.

به نظرت افراد دیگر را با ذکر مثال هایی از اقوام