

حکمت

نهج البلاغه - نامه ۶۹
امام علی (ع)

به ریسمان قرآن چنگ زن و از آن طلب پند کن، حلالش را حلال، و حرامش را حرام شمار، به آنچه که از حق گذشته است تصدیق کن، از گذشته جهان برای باقیمانده آن پند گیر، زیرا بعضی از آن شبیه بعض دیگر است، و انجامش به آغازش می پیوندد، و همه آن از بین رفتنی و از دست دادنی است

ایده‌هایی برای تمرین سواد رسانه در خانه

زاویه دوربین رادریاب

درک و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای نیاز به تمرین دارد. سن در نوع تمرین‌ها تفاوت ایجاد می‌کند اما باعث نمی‌شود به خاطر سن پایین بچه‌ها از این آموزش صرف نظر کنید. بچه‌ها با کنجکاوی، سؤال‌های تازه و نکته‌بینی به دنیای پیرامون خود نگاه می‌کنند. تمرین برای درک و تحلیل بهتر پیام‌هایی است که بچه‌ها هر روز از طریق رسانه‌هایی که با آنها در ارتباط هستند دریافت می‌کنند. این تمرین‌ها از زمانی باید آغاز شود که کودکان مصرف محتوای رسانه‌ای را آغاز می‌کنند. تمرین‌های مربوط به سنین پیش از دبستان بسیار ساده است و زمینه‌ساز این مساله است که کودکان با تفکر انتقادی قوی و ذهنی جست و جوگر تربیت شوند. تمرین‌های سواد رسانه این امکان را برای بچه‌ها فراهم می‌کند تا بتوانند درباره آنچه دریافت می‌کنند نظر داشته باشند، آن را به واضع بیان و ایده‌های خود را به صورت کلامی به اطرافیان منتقل کنند. در ادامه چند تمرین برای رسیدن به این هدف آمده است.

زهره صالحی نیا
کارشناس سواد
رسانه

قسمت سیزدهم



تمرین اول: زاویه دوربین

این روزها در اکثر خانه‌ها گوشی موبایلی با دوربین وجود دارد. بچه‌ها هر لحظه در معرض عکسبرداری و فیلمبرداری هستند و حتی گاهی خودشان دست به کار می‌شوند و از سقف، در، پنجره و هر کدام از اعضای خانواده که از جلوی دوربین‌شان گذر کند، عکس می‌گیرند. گاهی این عکس‌ها و ارسال ناگهانی‌شان در گروه‌های فامیلی، دوستانه و حتی کاری دردسرهایی هم برای خانواده به همراه دارد. اما چطور همین عکسبرداری و فیلمبرداری ساده می‌تواند فعالیتی برای رشد سواد رسانه در کودکان باشد؟

درک ارزش یک قاب تلای تنها زمانی امکان‌پذیر است که شما یک قاب تلای ببندید، عکاسان و کارگردان‌های حرفه‌ای عمری را صرف پیدا کردن قاب‌های تلای می‌کنند، گاهی حتی تمام دنیای پیرامون را در فریم‌های مناسب یا نامناسب می‌بینند و از این طریق ارزش زیبایی‌شناختی و محتوایی و تأثیری که روی مخاطب دارد را عمیق‌تر درک می‌کنند. همان‌طور که بشر با امتحان طعم‌های مختلف به ذائقه‌ای رسید و توانست گیاهان و غذاهای دارویی را شناسایی کند، با تمرین چشم نیز ما می‌توانیم ذائقه خود را تربیت کرده و هدف از هر قاب را بهتر درک کنیم. برای بچه‌های بالای سه سال که تمایل به عکسبرداری یا فیلمبرداری از خود بروز می‌دهند می‌توانید یک فعالیت تعریف کنید. یکی از داستان‌های کتابی که دوست دارند را با هم مقابل دوربین بازی کنید یا نقاشی ساده‌ای بکشید و با چند عکس آن را حرکت دهید. با این فعالیت ساده بچه‌ها متوجه مفهوم ساخته شدن یک انیمیشن یا فیلم می‌شوند، درواقع برای این‌که بچه‌ها واقعیت را درک کنند، آنها را جزئی از واقعیت می‌کنید. با بالا رفتن سن بچه‌ها این تمرین می‌تواند با معرفی نماها ادامه داشته باشد. با یک جست و جوی ساده می‌توانید انواع نماهای سینمایی و کارکرد آنها را پیدا کنید. مثلاً تأثیری که نمای رو به بالا در حس صحنه دارد، حس تسلط بر شخصیت و کوچکی و ناتوانی شخصیت، برای بچه‌های دبستان قابل درک است. آموزش تکنیک اگرچه عمیق نباشد، اما در گام اول باعث ایجاد اعتماد به نفس در کودکان می‌شود و در گام بعدی موجب می‌شود آنها جدی‌تر

و مشخصی وجود دارد که با کمی تمرین کودکان امکان تشخیص آن را دارند.

تمرین سوم: در نظر گرفتن قالب

در ارسال پیام‌های رسانه‌ای ما هر روز با قالب‌های مختلفی مواجه هستیم مثل داستان، گزارش، روایت، پست‌هایی در صفحات مجازی، پادکست‌ها، موسیقی، فیلم، سریال، انواع قالب‌های تبلیغات، پوستر، بیل‌بورد و... تمام این قالب‌ها مختصات خاصی برای ارسال پیام و تأثیر متفاوتی نیز دارند، درک تفاوت قالب‌ها و گوناگونی روش‌های ارسال پیام در بسترهای مختلف می‌تواند سپهر فکری کودکان را گسترش دهد، کشف این‌که هر قالب برای چه پیامی مناسب‌تر است زمان طولانی می‌برد، اما باعث می‌شود پله پله متوجه تأثیر قالب‌ها بشویم. تفکیک ابتدایی قالب‌ها باعث می‌شود وقتی با جمعی از آنها در یک پیام مواجه شدیم، ما و کودکان امکان تفکیک و درک تأثیر آنها را داشته باشیم. به‌طور مثال تأثیر موسیقی روی یک صحنه غم‌انگیز یا نورپردازی و انتخاب رنگ‌های مختلف برای یک تصویر در پوستر تبلیغاتی.

تهیه یک موسیقی یا درست کردن یک رادیو اینترنتی یکی از تمرین‌های بررسی قالب‌های مختلف پیام‌های رسانه‌ای است. انتخاب یک شعر و تهیه یک موسیقی برای آن (می‌توانید حتی از ادوات موسیقی هم استفاده نکنید). در این تمرین بررسی امکانات مختلف می‌تواند خلاقیت بچه‌ها را نیز گسترش دهد. پس از تولید یک محتوا، می‌توانید آن را در اختیار اعضای خانواده و دوستان قرار دهید و از آنها بخواهید بازخوردی صادقانه و البته با مراعات سن و روحیه کودک ارائه دهند. از بچه‌ها بخواهید به این بازخوردها توجه کنند و البته آماده انتقاد و پیشنهاد باشند. هدف از تمرین‌های آموزش سواد رسانه کشف هدف ارسال پیام و شناخت فرستنده پیام است. ما برای انتقال این مفاهیم به کودکان نیاز داریم که دقت نظر و اطلاعات خود را نسبت به محتوای رسانه افزایش دهیم. مطالعه نقد فیلم و سریال و نه حواشی زرد، شناسایی منابع خبر زرد از غیر زرد و جست‌وجو درباره هدف تولید یک محتوای رسانه‌ای، می‌تواند به بالا بردن مهارت درک پیام‌های رسانه‌ای کمک کند.

یا «چرا این تصمیم را گرفت؟» می‌تواند سرآغاز کشف محتوای پیام باشد.

برای درک بهتر بچه‌ها، می‌توانید از مفاهیم ساده شروع کنید، نمایش‌های عروسکی یا داستان‌های مصور با یک موضوع ساده مثل اهمیت مسواک زدن. بازی را این‌طور شروع کنیم که ما می‌خواهیم امروز یک نمایش اجرا کنیم که بگوییم مسواک زدن خوب است و از فرزندتان پرسید به نظر او چطور با عروسک‌هایش می‌توانیم نمایشی با این هدف طراحی کنیم، البته سطح موضوع و پرداخت آن با توجه به سن کودک متفاوت است. این تمرین باعث می‌شود کودکان نسبت به باقی پیام‌ها نیز حساسیت پیدا کنند، شما می‌توانید در زمان مصرف محتوای رسانه‌ای درباره هدف هر پیام صحبت کنید. تبلیغات ساده‌ترین تمرین در این زمینه است، چراکه در بسیاری از تبلیغات هدف واضح

و با نگاهی عمیق‌تر و پرسشگرانه به هر محتوا دقت کنند.

تمرین دوم: توجه به محتوا

بچه‌ها هرچه بزرگ‌تر می‌شوند درک بهتری از محتوا پیدا می‌کنند. در ابتدا اما در داستان‌ها و انیمیشن‌ها بیشتر به دنبال شخصیت و کارهای او هستند. مثلاً خرگوش باهوش چه چیزی دوست داشت یا مادرش کجا بود؟ یا در کتاب‌های داستانی، خرس کوچولو کجا رفت؟ بچه‌ها داستان کلی و هدفی را که از بیان داستان در محتوای رسانه‌ای وجود دارد با بالا رفتن سن‌شان و همراه والدین متوجه می‌شوند، اما این مساله که بچه‌ها بدانند پشت هر محتوای رسانه‌ای هدفی وجود دارد، مساله مهمی است و شاید بتوان گفت مهم‌ترین هدف آموزش سواد رسانه است. این سؤال که «به نظرت چی می‌خواست بگه؟»