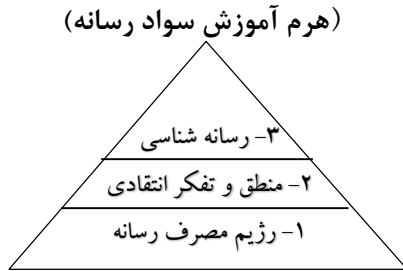




استاد کیانی

اگر به رسانه می‌خواهیم مسلط بشویم و نگاه آگاهانه به مصرف رسانه داشته باشیم باید مراقب ورودی‌های ذهن باشیم، پس رژیم قدم اول ما در سواد رسانه است و ما باید یاد بگیریم مصرف رسانه را کنترل کنیم.



تفکر نقاد: در مواجهه با یک مسئله نمی‌گوییم اصلاً نمی‌پذیرم بلکه راحت نمی‌پذیرید اگر پذیرفتی بود می‌پذیرم و گرنه قبولش نمی‌کنم و در صورتی بچه‌ها با ما همراه می‌شوند که ما کلاً رسانه را نفی نکنیم بلکه به مصرف درست رسانه تشویق کنیم. بچه‌ها در تفکر انتقادی در مواجهه با رسانه‌ها ۱- **گزینه‌گر می‌شوند** و الان انتخاب درست ندارند چون والدین فرصت انتخاب درست را در دسترس نداشتند ولی زمانی که بچه‌ها مسئولیت‌پذیر و آگاه بشوند قدرت انتخاب درستش بالا می‌رود. ۲- وقتی از رسانه‌ها استفاده می‌کنند رسانه را به چالش می‌کشند و سؤالات کلیدی در مورد آن می‌کنند. **خطاب به والدین:** راه مقابله با هر ترسی این است که به درک و فهم آن مسئله بررسی، شنا کردن و ماهیگیری را یاد بدهید و به آن‌ها در تربیت رسانه‌ای نقش مؤثر بدهید. **حالا چکار کنیم چون بچه‌ها اطلاعات فضای رسانشون زیاده اطلاعات را بگن؟** اول اینکه بعد از مطرح کردن اطلاعات که در مورد فضای مجازی می‌دهد سرزنشی دریافت نکند. ۲- علاقه و نیاز خود را برای دریافت این اطلاعات نشان دهد. ۳- ادبیات مشترک خود را با بچه‌ها زیاد کنید.

اصطلاحات ۱- از بالای گود لنگش نکنید: از بالا به او نگاه نکنید و همراهی آگاهانه با او داشته باشید. ۲- **گاهی جوانی کنید:** مشارکت فعالانه یعنی مقبولیت محتوا با در نظر گرفتن خط قرمزها؛ مثل وقتی که حسی بچه می‌گیرد و شما هم در تماشا و دیدن محتوای رسانه نشان می‌دهید ولی باید دقت کرد که اگر مشکلی در فیلم بود مخالفت خود را با آن قسمت محتوا اعلام کنید. ۳- **واکسینه کردن فرزند در برابر پیام‌های رسانه‌ای:** گلبول سفید باشید، اول خطرات را بدانیم و آگاه باشیم که سیستم دفاعی را فعال می‌کند و روحیه‌ی پرسشگری در بچه‌ها باید قوی باشد یعنی راحت نپذیرد. ۴- **مسئله‌ی تخلیه‌ی احساسات:** مثل فیلم ترسناک که می‌بینید ولی فرصتی برای تخلیه‌ی هیجان ندارید و این خاصیت رسانه است که هیجان‌ها را انتقال می‌دهد ولی مخاطب فرصت تخلیه ندارد و جای دیگر بروز می‌کند.



۵- نشان دهید اقتضائات سنش را درک می کنید: مدام محتوای رسانه‌ها را در معرض قضاوت و داوری قرار دهید، وقتی کسی فیلمی را می‌بیند ولی قسمت‌هایی از محتوایی را می‌گوید که روی ذهنش تأثیرگذاری بوده است، بگوئید چه چیزی یادت مانده، نقدت از فیلم چه بوده است برایم تعریف کن. معمولاً در مواجهه با رسانه‌ها بچه‌ها چیزهایی در ذهنشان می‌ماند که توانسته‌اند با آن همزاد پنداری کنند و یک جایی تجربه کرده‌اند و یا اینکه پیش بینی تو از پایان سریال چیست تا ببینی چقدر اهل فکر کردن هستند و چه عواملی را برا نتیجه‌گیری کنار هم می‌گذارند و اینکه تفکر نقادش چگونه است بعضی‌ها سطحی نگرند و بعضی عمقی نگرند و کلاً سواد رسانه مجموعه‌ای از سؤال‌هاست و می‌خواهد روحیه‌ی پرسشگری را ایجاد کند.

۵ سؤال کلیدی برای مصرف رژیم رسانه: ۱- چه کسی پیام را تولید کرده و پشتش چیست ۲- با چه هدفی تولید شده و در ذهن کارگردان چه بوده است. ۳- مخاطب این برنامه کیست ۴- از چه تکنیک‌هایی برای تولید استفاده شده است ۵- این پیام چه سبک زندگی و عقاید پشت پرده‌ای را به من منتقل می‌کند. مسئله‌ی کلیدی این است که بفهمیم چرا بچه‌ها سراغ رسانه می‌روند و درون و نیاز بچه‌ها را متوجه شویم و مزیت خوب رسانه می‌تواند این باشد، مثلاً نیاز به سرگرمی دارد و یا خیلی از بچه‌ها نیاز به خاطره در نوجوانی دارند و چون خاطره داشتن بخشی از هویت انسان است. بچه‌ها را باید به سمت تجربه‌های ناب ببریم که تا به حال تجربه نکرده‌اند مثل تجربه‌های بکر مثل طبیعت و نیاز به خاطره‌ها را محبت دهیم و برای رسیدن به نیاز با میل بچه‌ها شروع کنیم آن وقت به نیاز واقعی‌شان پل می‌زنیم.

الگوسازی و قهرمان پروری کنید: در مورد آدم‌هایی که ملموس هستند و می‌توانند الگو باشند و در عصر ما زندگی کرده باشند و همه خانواده او را قبول دارند مثل حاج قاسم سلیمانی صحبت کنید و به رسانه‌های جمعی اجازه ندهید که داستان سرای اول زندگی فرزندتان باشند.

پایان