

الدرس ٢١ كشف وسائل الإعلام

تحضير المعلم

المفاهيم الأساسية

هناك فرق شاسع بين "احتياجاتنا" و"رغباتنا". كعلمين، يجب علينا مساعدة التلاميذ على التفريق بين الاثنتين. هذا مهم في مساعدتهم على أن يصبحوا قانعين بظروف الحياة.

يحتاج التلاميذ إلى فهم القوة الكامنة خلف صناعة الإعلانات وكيف تحاول التلاعب برغباتهم لكي يرغبوا بالمزيد من "الأشياء".

الإعلانات تعد بالسعادة. لكن السعادة ظرفية، ومشروطة، وعابرة، وتسبب الإدمان، فنحن نرغب بالمزيد. إنما الفرح هو أساسي، وعلاقتي ومكافئ للذات. والفرح يولد الرضا.

يحتاج التلاميذ إلى علاقات آمنة ومفرحة لتطوير القناعة بالأشياء التي يمتلكونها.

الإعلانات عن السجائر، والكحول، والعقاقير تؤثر على اختيارات تلاميذنا على أساس الوعود الكاذبة بالسعادة.

غالبًا ما يستخدم المعلنون أشخاصًا على قدر من الجمال لبيع منتجاتهم، مما يعطي الإيحاء بأنه إذا قمت بشراء ذلك المنتج، فستصبح جميلًا أيضًا.

الأهداف

بنهاية هذا الدرس، ينبغي على التلاميذ أن يكونوا قادرين على:

١. تمييز الفرق بين "احتياجاتهم" و"رغباتهم".
٢. البدء في التعرف على الفرق بين الفرح، والرضا، والسعادة.
٣. فهم كيف أن الإعلانات في وسائل الإعلام تهدف إلى التلاعب برغباتهم وخلق الحاجة إلى المزيد من الأشياء، وبالتالي خلق عقلية إدمان "يجب أن أمتلكه".
٤. إدراك أن الإعلانات عن السجائر، والكحول، والعقاقير قد تخدعهم لاتخاذ خيارات سيئة في حياتهم.
٥. أن يكون لديهم الفهم بأنه يمكنهم أن يكونوا راضين بما لديهم بدلًا من التركيز على ما ليس لديهم.

المصطلحات الأساسية

١. الاحتياجات: العناصر اللازمة للبقاء على قيد الحياة والحياة اليومية.
٢. الرغبات: أشياء نعتقد أننا بحاجة إليها لجعل حياتنا أكثر سعادة وإنجاز.
٣. الإعلان: الوسائل التي تستخدمها وسائل الإعلام للتلاعب بالناس ليعتقدوا أن عليهم امتلاك شيء ما.
٤. وسائل الإعلام: نقل الأفكار عن طريق التلفاز، والإنترنت، والمجلات، والصحف.
٥. الإشباع (الرضا) المؤجل: وضع "الاحتياجات" جانبًا لوقت لاحق لتجربة السعادة أو الفرح التي يجلبها الحصول على شيء ما.
٦. القناعة: القدرة على أن تكون راضيًا عن الوضع الذي تعيش فيه أو مع ما لديك.

المعلومات التوضيحية

يتعرض تلاميذنا للقصف من قبل وسائل الإعلام بمعلومات تخبرهم بأنهم لا يمكن أن يكونوا سعداء أو قانعين بدون أشياء معينة. لقد أصبح الإعلان أداة رئيسية في صناعة تسعى إلى بيع المنتجات من خلال خلق حاجة محسوسة وتوق لمنتجاتها في أذهان الأطفال والبالغين على حد سواء. من الضروري أن يقوم المعلمون والأهل بتعليم التلاميذ الفرق بين "الاحتياجات" و"الرغبات". نحتاج إلى الكشف عن الطرق المستخدمة في الإعلانات لخلق هذه العواطف في تلاميذنا. وبصفتنا راشدين، نحتاج إلى مساعدتهم بأن يصبحوا قانعين بما لديهم وألا يقبلوا فكرة أن عليهم دائمًا أن يحصلوا على المزيد ليكونوا سعداء ومقبولين. نحتاج كذلك إلى مساعدتهم على إدراك أن المعلمين يستخدمون في كثير من الأحيان أشخاصًا جميلين و/أو أماكن رائعة لمحاولة خلق شعور بأنه فقط بشرائك لهذا المنتج، فستكون جميلًا وتحصل على هذه التجارب المدهشة أيضًا.

يحتاج تلاميذنا أيضًا إلى معرفة كيف يمثل الإعلان عن السجائر، والكحول، والمخدرات وعدًا كاذبًا بالقبول. لقد تجاهل المعلمين القضايا الصحية، وقضايا التكلفة وقضايا الجريمة في محاولاتهم لكسب المال.

المواد/التحضير

١. في استكشاف الدرس، بالنسبة للنشاط ١ سوف تحتاج إلى كأسين من الزجاج (واحدة مملوءة بالماء والأخرى بالصودا). للنشاط ٢ ستحتاج إلى إعلانات من مجلات، أو صحف تعرض دمي، أو ملابس، أو ألعاب، أو سجاير، أو مشروبات كحولية، أو عقاقير.
٢. في اكتشاف الدرس، للتلاميذ الأصغر سنًا، سوف تحتاج إلى سبورة وطباشير، أو ورقة كبيرة وأقلام تخطيط.
٣. في اكتشاف الدرس، للتلاميذ الأكبر سنًا، ستحتاج إلى دفاتر اليوميات وأقلام رصاص.
٤. في تطبيق الدرس للتلاميذ الأصغر سنًا، في النشاط ١ ستحتاج إلى إحضار حقيبة تحتوي على بعض المواد التي يمكن اعتبارها "احتياجات" وأخرى يمكن اعتبارها "رغبات". بالنسبة للنشاط ٢، ستحتاج إلى ورقة، وأقلام تلوين شمعية، أو أقلام رصاص. بالنسبة للتلاميذ الأكبر سنًا، ستحتاج إلى دفاتر اليوميات وأقلام رصاص.
٥. في مشاركة الدرس، ستحتاج إلى ورقة، وأقلام رصاص و/ أو أقلام تلوين شمعية.
٦. في التعمق أكثر، إذا كان لديك إمكانية الوصول إلى بوصلة. فممكنك إدراجها في هذا الجزء.

الدرس

البدء بالدرس

[قل للتلاميذ:] عندما تشاهدون برنامج على التلفاز، فأتم تشاهدون إعلانات بين أجزاء البرنامج. تحاول هذه الإعلانات حملك على شراء شيء ما، منتج أو خدمة. في بعض الأحيان، تجعلنا هذه الإعلانات نعتقد أننا بحاجة إلى شراء هذا الغرض، فبدلك يمكننا أن نكون سعداء وسوف يحبنا الأشخاص الآخرون ويرغبوا بأن يكونوا أصدقاء لنا. لنستمع إلى ما تحاول خريطة العجائب تعليمه لليلى وهاني وباسم عن كيفية تجنب التعرض للخداع!

الاستعداد (٥ دقائق)

[اقرأ للتلاميذ:] الفصل ٢١ - سحر الإعلام

كان الأصدقاء الثلاثة يجلسون على حافة "خريطة العجائب"، وهم يشاهدون البقع السوداء الداكنة التي تنجرف على الأجزاء الجميلة من الخريطة.

"لديكم الآن تجربة مباشرة مع الظلام الذي يهدد عالمنا،" قالت أمينة المكتبة وهي تسيير ولاكي بجانبها.

"تقصدين الأشياء الإدمانية مثل المخدرات والتدخين التي تحاول استعبادنا؟" قالت ليلى.

"لا تنسي الكحول،" أضاف باسم.

"نعم، كل هذه الأشياء تعد بشيء لا يمكن أن يتحقق،" قالت أمينة المكتبة.

سألته ليلي: "ما هو ذلك؟"

"إنهم يعدون بالسعادة والإنجاز، ولكن سرعان ما يتم استبدال أي متعة قد يقدموها بشيء لا يريده أحد،" أومأت أمينة المكتبة، "كل واحد منهم يجعلنا عبداً لرغبة لا يمكنهم إشباعها. هذا هو السبب في أنه يطلق عليهم مُدَمِّرُو الأحلام."

سألها باسم "هل يمكنهم فعل ذلك بأنفسهم فقط؟"

"سؤال ممتاز، يا باسم!" قالت أمينة المكتبة. "لماذا لا ترى إذا ما كان بإمكانك العثور على الإجابة؟"

"أنا أعرف الطريقة،" ابتسم باسم. "خريطة العجائب، ماذا عن تقديم يد المساعدة لي؟"

بمجرد أن تحدث باسم، حدث تغيير في الخريطة. اثنين من الأشياء البعيدة طارت باتجاههم، واحد من الجزء الكبير المظلم من الخريطة والآخر من الجانب السليم من الخريطة.

"ما هذه الأشياء باعتقادكم؟" سأل هاني، "طيور؟"

"يبدوان مثل طائرات ورقية كبيرة بالنسبة لي،" أعلنت ليلي.

استمر الأطفال بالمرقبة بينما اقترب الشيطان.

"إنها لوحات إعلانية!" هتف باسم. "أستطيع أن أرى الكتابة عليها."

"ماذا تقولان؟" سأل هاني وهو يفرك عينيه.

"همممم"، تأمل باسم بينما ازداد حجم اللافتتان أكثر. "واحدة تقول: 'الحاجة أم الاختراع'. والأخرى تقول: 'الاختراع أم الحاجة'."

"هذا غريب جداً،" أضافت ليلي.

سار لآكي إلى لوحة الإعلانات الأولى، شمها ثم لعقتها، وعندما اقترب لآكي من لوحة الإعلانات الثانية، بدأ الشعر على مؤخرة عنقه بالارتفاع وتصلب ذيله.

"حسناً، من الواضح أن لآكي لديه بعض المشاكل مع الرسالة الثانية،" قال باسم، "لكنني لست متأكدًا مما يعنيه أي منهما."

نشاط القصة

[قل للتلاميذ:] قبل أن نرى ما الذي سيحدث بعد ذلك مع أصدقائنا، دعونا نرى ما إذا كان بإمكاننا معرفة ما تعنيه كل عبارة. ما هي الاحتياجات؟ [الطعام، والملابس، والمأوى، وأي شيء نحتاجه حقًا]. وما هو الاختراع؟ [شيء اخترعه شخص مثل المصباح الكهربائي، أو شريط حلوى، أو سيارة، وما إلى ذلك]. إذاً، ماذا تعني عبارة "الحاجة أم الاختراع"؟ [تتسبب احتياجاتنا في إيجاد أو إنشاء شيء لتلبية احتياجاتنا. على سبيل المثال، أحتاج إلى الطعام، مثل الخبز، فلذلك اخترع مخبزًا. أو أحتاج إلى مأوى، لذلك أقوم ببناء منزل.]

إدًا، ماذا تعني عبارة "الاختراع أم الحاجة"؟ [لقد اخترعت شيء وحاولت تحويله لأمر نحتاجه. على سبيل المثال: قمت بصناعة سوار وأريد بيعه، لذلك أطلق عليه اسم "سوار الصداقة". فالجميع يريد أن يُظهر بأن لديهم أصدقاء، أليس صحيحًا؟ لذا سأحاول أن أجعلهم يشتركون أساوري لإعطائها لأصدقائهم. أو اخترع طريقة جديدة للسفر ثم أقنع الجميع بأنهم بحاجة إلى جهاز السفر الجديد هذا ولا يمكنهم العيش بدونه].

[واصل القراءة للتلاميذ:]

بينما كان الأصدقاء الثلاثة يناقشون الاختلافات في اللافتتين، سار باسم حول الجهة الخلفية للوحات الإعلانية. وفي أسفل الزاوية اليسرى من كلا اللافتتين كان هناك لوحة صغيرة.

على إحدى اللوحات تقرأ – من قسم الأقوال الحكيمة التي تعكس الواقع.

وعلى اللوحة الأخرى تقرأ – من قسم صناعة الإعلانات والإعلام حيث يتم إعادة صياغة الواقع كما نريد أن نراه.

"أستطيع أن أرى لماذا لعق لآكي واحدة ونبج على الأخرى،" علق ليلى.

"والآن، أعرف الإجابة على سؤالتي!" تباهى باسم.

قال هاني: "أنا آسف، لكنني نسيت ما كان سؤالك."

"تساءلت عما إذا كانت الأشياء التي يمكن أن تكون سيئة بالنسبة لنا لديها القدرة على جعلنا نرغب بها جميعًا كما هي. والجواب هو: "لا". عليهم أن يسوقوا أنفسهم كشيء أكثر من مجرد أنفسهم لكي يجعلونا نرغب بهم."

"باسم، قد يكون ذلك أذكى شيء قلته طوال اليوم،" شجعت ليلى.

"قد يكون أذكى شيء قاله طوال العام!" قال هاني ضاحكًا.

الاستكشاف (٣٠ دقيقة)

[قل للتلاميذ:] أدلى باسم بملاحظة جيدة. فلقد أدرك أن وسائل الإعلام غالبًا ما تسوق أشياء لتجعلنا نرغب في شرائها.

هل تعتقد أن هذا يحدث في حياتك؟ اليوم، سوف نتحدث عن الفرق بين الأشياء التي نحتاجها بالفعل لنعيش بفرح

والأشياء التي نريدها لأننا نعتقد أنها سوف تجعلنا سعداء.

النشاط ١: [ضع كأسِي زجاج أمام الغرفة الصفية. واحدة مليئة بالماء والأخرى بالصودا. اسأل بعض التلاميذ أن يجربوك ماذا يريدون أن يشربوا إذا كانوا يشعرون بالظمئ الشديد. تصرّف وكأنك ستقدم الصودا لشخص ما، ولكن بدلا من ذلك، أسكب زجاجة الصودا. قد يكون رد فعلهم فيه شيء من الاستياء. أفعّل نفس الشيء مع كوب الماء. ما هو رد فعلهم تجاه ظمأهم الآن؟ يمكن أن يعيشوا دون وجود الصودا، لكنهم لا يستطيعون العيش بدون ماء لإرواء ظمأهم.]

[قل للتلاميذ:] فإذا، أي من الزجاجات كانت مليئة بالحاجة وأياها كان مليء بالرغبة؟ إذا كان بوسعك الحصول على كمية المياه التي تحتاجها في الأسبوع أو ست علب فقط من الصودا لمدة أسبوع، أي خيار سوف تختار؟ أنت تريد منهم أن يستوعبوا أنه إذا اختاروا الصودا، فسيشعرون بالعطش الشديد بعد بضعة أيام ولن يكون لديهم ما يشربونه. إنهم بحاجة لأن يدركوا بأن جسمهم بحاجة للماء ليقوم بوظائفه.

[أطلب من الفصل تحديد الفرق بين الحاجة والرغبة. قد ترغب في تشجيع التلاميذ الأكبر سنا على تدوين أفكارهم في دفاتر يومياتهم.]

النشاط ٢: [قم بقص إعلانات من مجلات أو صحف متنوعة. واعرض على الصف إعلانات للعديد من الدمى، والأحذية، والملابس، والألعاب. قل للتلاميذ:]

١. ما المنتج الذي يحاول هذا الإعلان جعل الناس يشترونه؟

٢. هل هذا المنتج شيء تحتاجه أم شيء تريد؟

٣. كيف تجعلك هذه الصورة تشعر تجاه هذا المنتج؟

٤. لماذا تريد شرائه؟

٥. كيف ستشعر إذا لم يكن لديك المال لشرائه؟

٦. لماذا تعتقد أن الشركات تنفق الكثير من المال على الإعلان؟

٧. هل تعتقد أن كل ما تراه في الإعلان حقيقي؟ لماذا نعم ولماذا لا؟

٨. هل يمكنك أن تشعر بالرضا إذا لم يكن لديك هذا المنتج؟ لماذا نعم ولماذا لا؟

[الآن، اعرض إعلانات عن السجائر، والكحول، والعقاقير. وكرر الأسئلة السابقة. ناقش الخطر العميق المتمثل في التفكير بأن هذه الإعلانات حقيقية وكيف يمكن أن يؤثر ذلك على صحتك وأحلامك وأهدافك المستقبلية.]

الاكتشاف (١٥ دقيقة)

لتلاميذ المرحلة الابتدائية الأصغر سنًا:

[قل للتلاميذ:] دعونا نرسم صور على اللوح لبعض الأشياء التي لمستها أو استخدمتها اليوم. [قد تشمل هذه الأشياء الملابس، والطعام، والكلب، والحفلة، وفرشاة الأسنان، إلخ.] والان، دعونا نلقي نظرة على صورنا ونقوم برسم دائرة حول كل ما يعتبر احتياج. عندما ننتهي، سنتحدث عن الفرق بين ما رسمنا حوله دائرة وبين ما لم نرسم حوله دائرة وكيف يمكننا أن نفهم ما هي الحاجة وما هي الرغبة. [امنح وقتًا للنقاش.]

لتلاميذ المرحلة الابتدائية الأكبر سنًا:

[اطلب من التلاميذ وضع قائمة في دفاتر يومياتهم بجميع الأشياء التي لمسوها أو استخدموها خلال اليوم. قد يشمل ذلك الملابس، والطعام، والكلب، والحفلة، وفرشاة الأسنان، إلخ. ثم أطلب منهم العودة لقائمتهم ووضع دائرة حول العناصر التي تمثل احتياجات حقيقية.]

[فكر/اختر زميلًا/شارك: اطلب من التلاميذ مشاركة العناصر التي قاموا برسم دائرة حولها في قائمتهم مع الشخص الذي يجلس بجانبهم. يجب عليهم أن يشرحوا لشريكهم لماذا كل عنصر أحاطوه بدائرة يُعتبر احتياج وليس رغبة.]

[قل للتلاميذ:] إذا كان لديك مبلغ محدود من المال، فما الذي ستشتره أولاً؟ [يجب أن يكشف هذا التمرين كيفية إنفاقهم لأموالهم وما ستكون عليه رغباتهم.]

(واجب منزلي اختياري)

[اطلب من التلاميذ مشاهدة التلفاز لمدة ٣٠ دقيقة وتسجيل ما تحاول الإعلانات حملهم على شرائه. في اليوم التالي وفي الفصل الدراسي، قم بتطبيق "اختبار" الاحتياجات أو الرغبات على كل واحد منها. ناقش الإعلانات التي تزوج للسجائر، والكحول، أو العقاقير. كيف تم تقديم تلك العناصر لتشجيع الناس على الرغبة في شرائها؟]

التطبيق (١٥ دقيقة)

لتلاميذ المرحلة الابتدائية الأصغر سنًا

النشاط ١: [العب لعبة "الحاجة أو الرغبة". أحضر حقيبة كبيرة تحتوي على أشياء مثل: دمي، وأحذية، وطعام، وفرشاة أسنان، وألعاب، إلخ. أدعو أحد التلاميذ للقدوم إلى الأمام وسحب عنصر واحد في كل مرة. ناقش مع الفصل ما إذا كان العنصر حاجة أم رغبة.]

النشاط ٢: [قل للتلاميذ:] أرسم صورة لشيء تريده، لكن لا تحتاجه حقًا. فكر/اختر زميلًا/شارك مع جارك كيف تعرف بأنه رغبة وليس حاجة.

لتلاميذ المرحلة الابتدائية الأكبر سنًا

[أطلب من التلاميذ أن يكتبوا في دفاتر يومياتهم الإجابات على هذه الأسئلة التي سوف تكتبها على اللوح.]

١. الطريقة الوحيدة التي يمكنني أن أكون راضيًا عما لدي هو أن أكون _____.

٢. عندما أرى إعلانات عن السجائر أو الكحول أو العقاقير، هذا ما سأفكر به _____.

المشاركة (١٥ دقيقة)

لتلاميذ المرحلة الابتدائية الأصغر سنًا

[كشف، أنشئ إعلانًا يخبر الحقيقة عن شيء يريد التلاميذ التظاهر بأنهم يبيعونه. تحدث عن مدى أهمية قول الحقيقة عند الإعلان عن المنتجات.]

لتلاميذ المرحلة الابتدائية الأكبر سنًا

[أطلب من كل تلميذ إنشاء إعلان يقول الحقيقة عن شيء يريد هو/هي التظاهر بأنه يبيعه. تحدث عن مدى أهمية قول الحقيقة عند الإعلان عن العناصر. دعهم يشاركون إعلاناتهم مع بعضهم البعض.]

إنهاء الدرس

[كان الهدف من هذا الدرس هو مساعدة التلاميذ على فهم الفرق بين الحاجة والرغبة في حياتهم. وبهذا المفهوم، ألقينا نظرة على صناعة الإعلانات وما هو دافع الرسالة خلف الإعلان. ألقينا نظرة فاحصة على الإعلان عن الأشياء الضارة بمستقبل تلاميذنا. استمر في مساعدتهم على رؤية وإدراك الحقيقة في الإعلانات.]

التعمق أكثر (اختياري)

[قل للتلاميذ:] في الدرس الأخير، طلبت من جميعكم أن تشيروا إلى اتجاه الشمال. دعونا نفعل ذلك مرة أخرى (ولكن وعيوننا مفتوحة هذه المرة). حسنًا، تنفق جميعًا أن الشمال في هذا الاتجاه. ولكن أرى بعض الاختلاف في المكان الذي تشيرون إليه. [اذهب نحو الحائط وتحرك ذهابًا وإيابًا للتحقق من المكان الذي يشير إليه التلاميذ. اسأل تلميذًا واحدًا:] إذا، (اذكر اسم التلميذ)، هل أقف بالضبط في اتجاه الشمال؟ [تحرك وقتًا لما يعتقد أنه موقع الشمال. اسأل تلميذًا آخر يشير بطريقة مختلفة نوعًا ما:] (اذكر اسم التلميذ)، ما رأيك؟ يبدو أنك تشير أكثر قليلًا إلى اليسار (أو اليمين). [اسأل الآخرين

عن اقتراحاتهم. ضع علامة على النقطة الأكثر اختيارًا باستخدام قطعة من شريط لاصق. إذا تمكنت من توفير بوصلة، فيمكنك استخدامها وأن تطلب من أحد التلاميذ الاقتراب والتحقق من الاتجاه الذي تشير إليه البوصلة. إذا لم تتمكن من توفير بوصلة، فيمكنك التحقق من الاتجاه الصحيح للشمال من خلال المناقشات السابقة. لم نخطأ الاتجاه كثيرًا. هل يمكنكم التفكير في السبب لحاجتنا في معرفة الاتجاه الدقيق للشمال؟ لرحلة قصيرة، لا يشكل الابتعاد قليلًا عن المسار أهمية كبيرة. ولكن لرحلة طويلة، قد يكون خطأ بسيط في الاتجاه عواقب كبيرة. دعونا نرى ما إذا كان ذلك صحيحًا. أحتاج إلى خمسة متطوعين.

[قل للمتطوع الأول:] يرجى الوقوف في طرف الغرفة على الجانب الآخر مباشرة من "الشمال الحقيقي". ستكون بوصلتنا "الاتجاه الشمال الحقيقي"، حيث ستشير لنا باتجاه الشمال، وسوف تمسك بنهايتي الخيطين.

[قل للمتطوعة الثانية:] أريد منك أن تأخذي إحدى نهايتي الخيط الذي يمسه "الشمال الحقيقي" وخذي خمس خطوات للأمام وتوقفي.

[قل للمتطوعة الثالثة:] أود أن تأخذي نهاية الخيط الآخر الذي يمسه "الشمال الحقيقي" وتتحركي مبتعدة قليلًا عن الشمال وخذي خمس خطوات.

[قل للتلاميذ:] ماذا تلاحظون؟ [يجب أن يلاحظوا أن المتطوعين الذين يحملان الخيطين قريبان من بعضهما.]

[قل للمتطوع الرابع:] اذهب للوقوف أمام المتطوعة الثالثة التي تبعد قليلًا عن الشمال، خذ الخيط منها واستمر في السير على طول الطريق الذي كانت تسير فيه حتى تصل إلى نهاية الغرفة.

[قل للمتطوع الخامس:] اذهب للوقوف أمام المتطوعة الثانية التي أخذت خمس خطوات مستقيمة، خذ خيطها واستمر في السير إلى الأمام إلى نهاية الغرفة.

[قل للتلاميذ:] ماذا تلاحظون؟ [انتظر الإجابات.] بعد الخطوات الخمس الأولى، كان التلاميذ قريبين جدًا. ماذا حدث؟ [امنح الوقت للرد.] كلما ساروا أبعد، كلما اتسعت الفجوة بينهم. هذا المثال يساعدنا على إدراك بأنه كلما طالت مدة السير في الاتجاه الخاطئ، كلما أصبح خطأنا أكبر. لاحظوا إلى أي مدى بعيدًا عن "الشمال الحقيقي" انتهى بهم المطاف. دعونا نرى ما إذا كنا سنجد تلك الفكرة في الكتاب المقدس.

[قل للتلاميذ:] دعوني أوجه لكم سؤالًا؟ كيف يمكنكم معرفة ما إذا كانت القصة التي تقرأونها هي قصة سعيدة أم قصة حزينة؟ أحيانًا تحتوي القصة على أحداث حزينة، ولكن نهايتها تكون سعيدة. عادة ما نفكر بهذه القصة على أنها قصة سعيدة. والعكس هو صحيح أيضًا. يمكن أن تبدأ القصة بأحداث سعيدة، ولكن تنتهي بنهاية حزينة. أطلق الكتاب المسرحيون

صانعو الأحلام - مُدمرو الأحلام لتلامذة المرحلة الابتدائية

اليونانيون القدماء على القصة التي تنتهي بنهاية حزينة "المأساة (تراجيديا)،" والتي تنتهي بنهاية سعيدة "الملهة (الكوميديا)." أي منها ستكون حياتكم عليه؟ تلميذ يسوع، بولس، يحذر من أولئك الذين يتبعون نمط حياة مُدَمَّرَات الأحلام:

"حَسَدٌ، قَتْلٌ، سُكْرٌ، بَطَرٌ، وَأُمْتَالٌ هَذِهِ الَّتِي أَسْبِقُ فَأَقُولُ لَكُمْ عَنْهَا كَمَا سَبَبْتُ فَقُلْتُ أَيْضًا: إِنَّ الَّذِينَ يَفْعَلُونَ مِثْلَ هَذِهِ لَا يَرْتَوُونَ مَلَكَوَتَ اللَّهِ." (غلاطية ٥: ٢١).

هل لدى أي منكم أية أفكار حول كيف يمكن بأن تكون هذه الآية مشابهة لتجربة الاتجاه التي قمنا بها اليوم؟ تمامًا كما أخذتنا لعبتنا عن الترحال مبتعدين بعيدًا عن هدفنا، يمكننا كذلك الابتعاد كثيرًا بشكل كبير عن أهداف حياتنا من خلال المشاركة في مُدَمَّرَات الأحلام. وبعبارة أخرى، إذا شاركنا في سلوك مؤذٍ وضار، فعند مرور الوقت سيقودنا بعيدًا عن أحلامنا. قدم لنا كاتب رسالة غلاطية نظرة مستقبلية على النتيجة النهائية لترك حياتنا تدور حول الأشياء التي تؤذينا، سوف نفقد غنى الحياة التي أعدها الله لنا.

ولكن هناك أخبار جيدة وطريقة لكيلا نفوت بركات الله. نحن جميعًا بحاجة لمعرفة من أو ما هو "شمالنا الحقيقي." من المهم جدًا أن تبصروا عيونكم وأذهانكم على "شمالكم الحقيقي" للتأكد من أنكم تسيرون في الاتجاه الصحيح. سيساعدكم هذا بينما تسعون للوصول إلى أهدافكم وأحلامكم.

التواصل بين المعلم والأهل

هناك فرق شاسع بين ما نعتبرها "احتياجاتنا" و "رغباتنا". يمكن للوالدين والمعلمين مساعدة التلاميذ على التمييز بين الاثنين. هذا أمر مهم في مساعدتهم على أن يصبحوا مقتنعين بظروف الحياة. يحتاج التلاميذ أيضًا إلى إدراك القوة الكامنة وراء صناعة الإعلانات وكيف تحاول التلاعب برغباتهم في طلب المزيد من "الأشياء". تؤثر إعلانات السجائر والكحول والعقاقير على اختيارات أطفالكم بالارتكاز على الوعد الزائف بالسعادة.

أسئلة يمكنك طرحها على طفلك:

١. هل تتذكر بعض الطرق التي يمكنك من خلالها معرفة ما إذا كنت بحاجة إلى شيء ما أو ترغب فيه فقط؟ (لقد تحدثنا في الصف عن ثمانية أسئلة يمكن أن نسألها لمساعدتنا في معرفة ما إذا كنت بحاجة إلى شيء ما أو ترغب فيه، بالأخص عندما نرى إعلانات على التلفاز أو في مجلة أو على لوحة إعلانات أو على الإنترنت).

- هل هذا العنصر شيء تحتاجه أم شيء ترغب فيه؟
- كيف تجعلك هذه الصورة في الإعلان تشعر تجاه العنصر؟
- لماذا تريد شرائه؟
- كيف ستشعر إذا لم يكن لديك المال لشراؤه؟
- لماذا تعتقد أن الشركات تنفق الكثير من المال على الإعلان؟
- هل تعتقد أن كل ما تراه في الإعلان حقيقي؟ لماذا نعم ولماذا لا؟
- هل ستشعر بالرضا إذا لم يكن لديك هذا العنصر؟ لماذا نعم ولماذا لا؟

٢. هل يمكنك أن تخبرني ببعض الاختلافات بين السعادة والفرح؟ (السعادة ظرفية وشرطية وعابرة وتؤدي إلى الإدمان، فنحن نريد المزيد منها. أما الفرح فهو أساسي وعلاقاتي ويكافئ النفس، والفرح يؤدي إلى الرضا).

الأهل، شارك بوقت أثرت عليك وسائل الإعلام لشراء شيء ما. وكيف كان شعورك حيال الشيء الذي اشتريته لاحقًا؟



