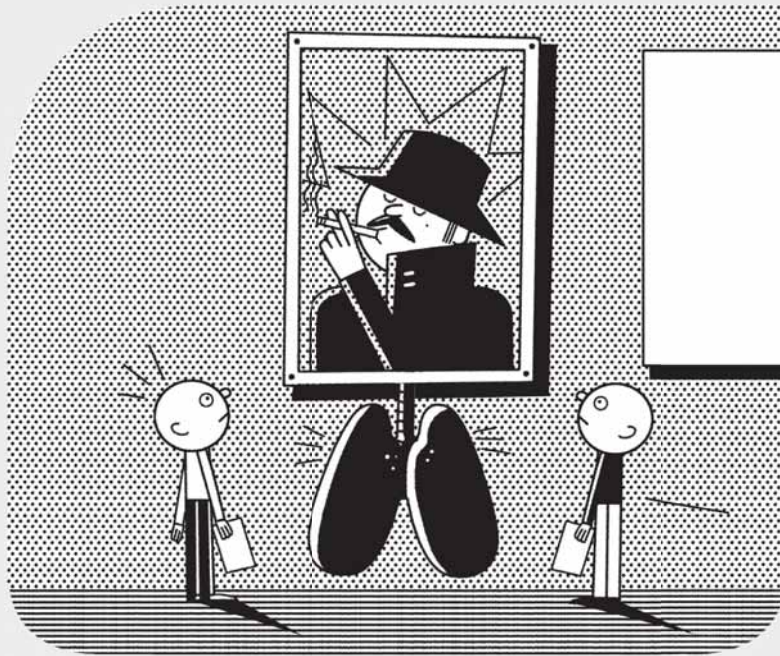




ایده‌هایی برای آموختن الفبای رسانه‌ها:

دخانیات

نجمه قنبری

دبیر سواد رسانه‌ای

تصویر گر: سید میثم موسوی

را گروه‌بندی کنید و از آن‌ها بخواهید درباره روش تبلیغ و بازار گرمی این محصولات و ترغیب مشتری به خریدن آن‌ها تحقیق کنند. از هر گروه بخواهید روی یکی از شاخه‌های رسانه‌ای تمرکز کند؛ مثلاً فیلم‌ها یا بازی‌های ویدیویی یا هنرپیشه‌ها و چهره‌های محبوب یا تلویزیون و مجلات. اگر با دانش‌آموزان سال‌های بالاتر کار می‌کنید، می‌توانید محدودیت‌هایی در نوع جست‌وجوی آن‌ها اعمال کنید (مثلاً افرادی که این آگهی را می‌توانند ببینند، باید بیشتر از هجده سال داشته باشند). دانش‌آموزان می‌توانند تحقیقشان را روی پوستر یا تخته (برد) ارائه دهند. در پایان، بحث را به سمتی بکشانید که در آن از چگونگی تبلیغات برای آن میان‌وعده - که مشابه تبلیغ برای سیگار است - حرف به میان آید. آیا شرکت‌های تهیه سیگار

در تدریس درس تفکر و سواد رسانه‌ای می‌توان شیوه‌های مختلفی را برگزید و این به سبک تدریس معلم، سلیقه او، مهارت، توان و خلاقیت او بستگی دارد. در چند مطلب آینده، پیشنهادهایی برای تدریس چند مبحث مهم در سواد رسانه‌ای را می‌خوانید.

شرکت‌های مختلف چگونه برای محصولات خطرناک خود بازاریابی می‌کنند؟

از دانش‌آموزان بخواهید که فکر شرکت‌های تهیه توتون و تنباکو را بخوانند و تفکر پشت سلسله آگهی‌هایی را که برای تبلیغ یک محصول میان‌وعده‌مانند، که اعتیادآور است یا باعث سرطان می‌شود، دندان‌ها را لکه‌دار می‌کند، باعث بوی بد دهان می‌شود و مشکلات تنفسی ایجاد می‌کند، دریابند. دانش‌آموزان

از ایده و شیوه مشابهی برای تبلیغ استفاده می‌کنند؟ از چه ترفندی برای تبلیغ محصولی که خطرناک و برای سلامتی مضر است، بهره می‌برند؟

پی‌نوشت: با توجه به چیزی که قصد دارید بر آن تأکید کنید، حتی می‌توانید از گروه‌های مختلف بخواهید که برای قشر خاصی بازاریابی کنند؛ برای مثال، کودکان، نوجوانان، طرفداران تیم‌های ورزشی، والدین یا طرفداران موسیقی و غیره را هدف تبلیغات خود قرار دهند.

دخانیات درباره شخصیت‌ها چه می‌گویند؟

درباره شخصیت‌های مهم و مطرح در تلویزیون، سینما یا کتاب‌های داستانی مطرح (مثلاً قهرمانان، قربانیان، افراد مشهور، تماشاگران، ابرقهرمانان، والدین، کودکان و غیره) با دانش‌آموزان به بحث و تبادل نظر بپردازید. از هر دسته یک نمونه محبوب معرفی کنید. سپس، از دانش‌آموزان بخواهید که تشخیص دهند کدام یک از آن شخصیت‌ها سیگاری به نظر می‌آیند و به نظر آن‌ها چرا این افراد خاص ممکن است سیگاری باشند. به نظر آن‌ها شخصیت‌هایی که در داستان سیگار می‌کشند جذاب‌اند یا غیرجذاب؟ چرا این‌طور فکر می‌کنند؟ اگر زمان بیشتری دارید، از دانش‌آموزان بخواهید که یک پوستر تهیه کنند و در آن از شخصیت‌هایی بهره بگیرند که در آن افراد سیگاری غیرجذاب‌اند و درباره اینکه چطور می‌توانند به این هدف برسند، توضیح دهند. تعدادی درخواست مشخص تنظیم کنید: این درخواست‌ها می‌تواند به مباحث شما درباره کلیشه‌ها و شخصیت‌پردازی‌های اسطوره‌ای مربوط باشد.

از بچه‌های کلاس بخواهید یک حرکت مبارزه با دخانیات (کمپین) در کل مدرسه به راه بیندازند؛

دانش‌آموزان را به گروه‌های مختلف تقسیم کنید از آن‌ها بخواهید درباره تبلیغاتی که مورد توجهشان بوده است، بحث کنند. سپس از این اطلاعات در تریبون اعلام جمعی، آگهی رادیویی یا حتی تصویر پس‌زمینه رایانه، آگهی‌های کاغذی یا فیلم کوتاهی که در انجمن به نمایش درمی‌آید، استفاده کنید. این حرکت می‌تواند اطلاعاتش را از سازمان‌های فعال در زمینه منع دخانیات کسب کند؛ سازمان‌هایی مانند the truth و notobacco.org یا گروه‌ها و سمن‌های داخل کشور مثل انجمن مبارزه با دخانیات یا مرکز تحقیقات پیشگیری و کنترل دخانیات. از دانش‌آموزان بخواهید که درباره این کمپین رأی‌گیری کنند و آماری از دانش‌آموزان شرکت‌کننده به دست آورند (برای مثال، چه تعدادی واقعاً سیگار می‌کشند و چه تعدادی به استفاده از دخانیات عقیده دارند) سپس، آمار حاصل را مقایسه

کنید. این نتایج را در اختیار مدیر مدرسه، معلم بهداشت، پرستار و مشاور دانش‌آموزان بگذارید تا بتوانید مبارزه موفق‌تری با دخانیات داشته باشید. البته این نوع از آمار در بسیاری از مدارس ما ممکن است جوابگو نباشد یا اهمیت نداشته باشد اما متأسفانه در مدارس پسرانه بیشتر مورد توجه است. برای اجرای این نوع برنامه‌ها لازم است هماهنگی‌های پیشینی با مسئولان مربوط در مدرسه صورت گیرد. چون ممکن است پس از فعالیت شما لازم باشد افرادی جواب‌گوی سؤالات یا حواشی این ماجرا باشند.

چرا تعداد زیادی قانون مختلف برای سیگار وضع شده است؟

دانش‌آموزان از قانونی و غیرقانونی بودن آن چه می‌دانند؟ درباره تاریخچه تنباکو، قلیان، سیگار کشیدن و تبلیغات سیگارهای مختلف چه اطلاعاتی دارند؟ فهرستی از سؤالاتی را که دانش‌آموزان مایل‌اند به آن‌ها پاسخ دهند، یادداشت کنید (مثلاً چرا قانونی داریم که براساس آن باید هجده ساله باشید تا بتوانید سیگار بخرید؟ حتی اینکه چرا در عمل این قانون را اجرا نمی‌کنیم یا چرا تبلیغات تلویزیونی برای سیگار وجود ندارد). سپس، دانش‌آموزان را به گروه‌های مختلف تقسیم کنید و از آن‌ها بخواهید برای سؤالات، پاسخ‌های مناسب بیابند. به علاوه، فیلم، پوستر، روزنامه یا سخنرانی‌ای را که بتوانند در کلاس ارائه دهند، آماده کنند.

آیا شخصیت محبوب شما سیگار می‌کشد؟

از بچه‌های کلاس بخواهید که فهرستی از شخصیت‌های محبوبشان تهیه کنند. همچنین، مجلات عامه‌پسند و روزنامه‌ها یا پوسترهای مربوط به فیلم‌ها و غیره را با خود به کلاس بیاورند. شخصیت‌های موردنظر آن‌ها را متمایز کنید. هنرپیشه‌ها را در گروه‌های کوچک دسته‌بندی کنید و از دانش‌آموزان بخواهید در این‌باره تحقیق کنند که آیا هنرپیشه‌ها در زندگی واقعی خود سیگار می‌کشند یا فقط در حال سیگار کشیدن در فیلم‌ها، مجلات یا اینترنت دیده شده‌اند. از هر گروه بخواهید یافته‌های خود را به کلاس ارائه دهد. سپس درباره سؤالات زیر گفت‌وگو کنید. آیا آن‌ها با بازی خود سعی داشته‌اند این موضوع را تفهیم کنند که سیگار کشیدن خوب است؟ دانش‌آموزان درباره شخصیت‌هایی که سیگار می‌کشند، چه نظری دارند؟

* پی‌نوشت

۱. سازمان‌های مردم‌نهاد (NGO)

شرکت‌های تهیه
سیگار از چه
ترفندی برای
تبلیغ محصولی
که خطرناک و
برای سلامتی
مضر است، بهره
می‌برند؟



ایده‌هایی برای آموختن الفبای رسانه‌ها:

تلویزیون و فیلم‌ها

۷۲۰

که مشتری‌های پروپاقرصی دارند، فهرستی تهیه کنند. سپس، با پرسش‌هایی که در ادامه همین مطلب آمده‌اند، بحث گروهی متمرکزی به راه بیندازید؛ چرا آن‌ها فکر می‌کنند این نوع برنامه‌ها بسیار محبوب‌اند؟ چه نوع برنامه‌ای در کلاس محبوبیت بیشتری دارد؟ به نظر دانش‌آموزان، چرا شرکت‌ها از شخصیت‌های تلویزیونی یا هنرپیشه‌های سینما برای تبلیغ محصولاتشان استفاده می‌کنند؟

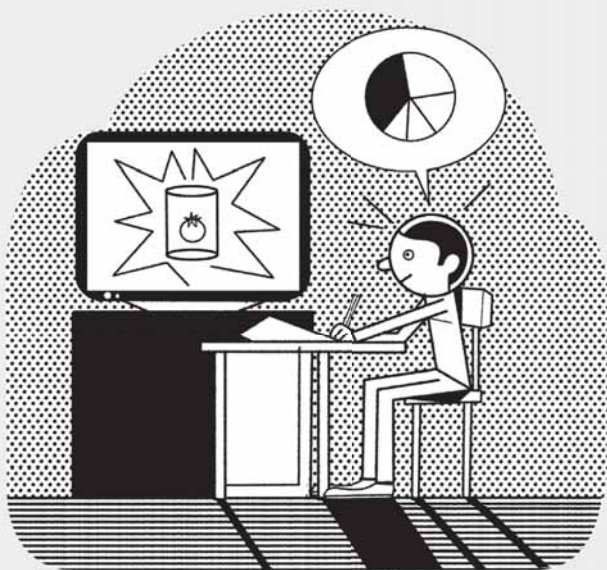
از دانش‌آموزان بخواهید برای محبوب‌ترین شخصیت تلویزیونی یا ستاره سینما یک زندگی‌نامه کوچک تنظیم کنند و عکس‌های آن‌ها را از مجلات یا اینترنت استخراج کنند. چرا آن‌ها از این شخصیت خوششان می‌آید؟ این شخصیت‌ها در کدام فیلم یا برنامه تلویزیونی بوده‌اند؟ آیا میان آنچه آن‌ها انتخاب کرده‌اند شباهت‌ها و تفاوت‌هایی وجود دارد؟ چه عاملی باعث محبوبیت این ستاره‌ها شده است؟ آیا آن‌ها الگوهای رفتاری مناسبی نیز هستند؟ چرا آری و چرا نه؟

از دانش‌آموزان بخواهید به‌صورت خلاقانه آزمایشی انجام دهند و بگویند که موزیک، افکت‌های صدا، جلوه‌های ویژه و تکنیک‌های ادیت چه نقشی در جلب توجه بیننده در حال تماشای یک برنامه تلویزیونی یا فیلم سینمایی دارند. دانش‌آموزان را به گروه‌های کوچک تقسیم کنید. از آن‌ها بخواهید یک صحنه از یک فیلم سینمایی را فیلم‌برداری کنند. هر گروه باید همان صحنه را با عناصر دیگری دوباره ضبط کند. برای مثال، یک گروه از آن صحنه با موسیقی متفاوتی فیلم بگیرد؛ در حالی که گروه مقابل همان صحنه را از زاویه‌ای دیگر فیلم‌برداری می‌کند. پس از بازبینی هر ویدیو، درباره تفاوت‌های هر صحنه گفت‌وگو کنید.

برای تماشا کردن و تحلیل یک برنامه محبوب تلویزیونی، از والدین دانش‌آموزان اجازه بگیرید (بسته به مدرسه‌ای که در آن تدریس می‌کنید، این مرحله و آگاه بودن والدین و مسئولان مدرسه از چنین فعالیتی اهمیت زیادی دارد). آیا شخصیت‌های داستان بازتاب آدم‌های عادی هستند؟ آیا داستان برنامه واقعی به نظر می‌رسد؟ از دانش‌آموزان بخواهید که درباره تهیه‌کنندگان تلویزیونی این برنامه تحقیق کنند. آیا این برنامه به‌صورت مجموعه تهیه شده است؟ آیا موسیقی دارد؟ نور و صدای آن چگونه است؟ چه کسی به هنرپیشگان می‌گوید که چه بگویند و چه کاری انجام دهند؟

این طرح را می‌توانید این‌گونه بسط دهید که از آن‌ها بخواهید فیلم‌نامه را بازنویسی کنند تا بیشتر شبیه زندگی معمولی مردم عادی شود؛ نشانه‌های خشونت کمتر در آن دیده شود یا در آن برابری جنسیتی اعمال شده باشد.

کلاس را به دو گروه تقسیم کنید. از اعضای یک گروه بخواهید که کلاس را ترک کنند. یک درس کوتاه را تدریس و ضبط کنید. اگر امکان آن را دارید، درس را به‌صورت عملی تدریس کنید. سپس، از گروه دوم بخواهید به کلاس درس برگردند و گروه اول از کلاس خارج شوند. درسی را که ضبط کرده‌اید برای گروه دوم پخش کنید. سپس، آن درس را از کل کلاس امتحان بگیرید. پس از آن، درباره اینکه کدام راه برای یادگیری بهتر بوده است گفت‌وگو کنید. آیا یکی از گروه‌ها بهتر یاد گرفته است؟ آیا یکی از گروه‌ها بیشتر توجه کرده است؟ آیا برای افزایش کیفیت دروسی که روی فیلم ویدیویی ضبط شده‌اند، راهی وجود دارد؟ از دانش‌آموزان بخواهید که از فیلم‌ها یا برنامه‌های تلویزیونی



ایده‌هایی برای آموختن الفبای رسانه‌ها: تبلیغات

کنند و یکی از اهدافشان جوانان باشد. دانش‌آموزان را وادار کنید که حدود نیم‌ساعت تلویزیون نگاه کنند و در این مدت، نام محصولاتی را که تبلیغ می‌شود، یادداشت کنند. پس از دسته‌بندی این محصولات در گروه‌های مختلف (نظیر محصولات آرایشی، خودرو، غذا و غیره)، یک نمودار دایره‌ای رسم کنند که تعداد آگهی‌های مربوط به هر دسته را در مقایسه با تعداد کل آگهی‌های پخش شده نشان دهد. آن‌ها می‌توانند حتی از نمودار میله‌ای برای مقایسه این دسته‌ها استفاده کنند. همچنین می‌توانند این نیم ساعت برنامه تلویزیونی را ضبط کنند تا اگر لازم شد، با عقب بردن فیلم به آمار صحیح دست یابند. از این روش حتی می‌توان به صورت گروهی استفاده کرد؛ به این ترتیب که همه کلاس یک برنامه را تماشا کنند و با هم به نتایج دست یابند. این درس را می‌توان با استفاده از آگهی‌های مجله‌ها نیز انجام داد.

از دانش‌آموزان بخواهید که تعدادی از بازی‌های ویدیویی یا سی‌دی‌های محبوب خود را به کلاس بیاورند. آن‌ها در یک گفتمان شفاهی یا بحث در کلاس، باید به این نتیجه برسند که این بسته نشانگر چیست. شخصیت‌های داستان یا خوانندگان، آهنگ‌سازان و... چطور معرفی شده‌اند؟ چه عاملی باعث شده است که این بسته توجه آنان را به خود جلب کند؟ چه فناوری‌هایی برای جلب نظر مشتری به کار رفته است که باعث می‌شود او آن محصول را خریداری کند؟

از دانش‌آموزان بخواهید یک تبلیغ (نوشته، تلویزیونی، رادیویی، اینترنتی) را به انتخاب خودشان با استفاده از روش تفکر انتقادی تحلیل کنند. روش تفکر انتقادی به‌طور خلاصه مشتمل بر تجزیه یک مسئله یا رویداد به اجزای اصلی و تطبیق و مقایسه آن با اجزای اصلی است.

از آنان بخواهید که یک آگهی تبلیغاتی (چه نوشتاری چه تلویزیونی) از محصولی که در حال حاضر مورد استفاده است، پیدا کنند. سپس، با استفاده از روش تفکر انتقادی تصمیم بگیرند که آن تبلیغ مورد تأییدشان بوده است یا نه. اگر از آگهی حمایت کنند، باید یک نامه تشویقی به مؤسسه‌ای که آگهی متعلق به آن است بنویسند و با شرح جزئیات، از تبلیغ خوبشان قدردانی کنند. اگر تبلیغ به‌نحوی مورد تأیید آن‌ها نباشد، باید نامه‌ای بنویسند و با شرح جزئیات، مواردی را که مورد تأییدشان نیست به مؤسسه مورد نظر گوشزد کنند و پیشنهادها و نکته‌های جایگزین را به مؤسسه یاد شده ارائه دهند سؤال بعدی این است که آیا دانش‌آموزان می‌توانند شرکت‌های مختلفی را پیدا کنند که با روش تبلیغاتی آن‌ها موافق باشند؟

مقاله‌ای درباره لباس و پوشش را انتخاب کنید. از دانش‌آموزان بخواهید چند کاتالوگ تبلیغی پوشاک را که برای مخاطبان سنین مختلف تهیه شده است، ببینند و تفاوت‌ها و شباهت‌های آن‌ها را براساس مخاطبی که تبلیغ را به او ارائه می‌دهند، پیدا کنند. دانش‌آموزان حداقل باید از چهار کاتالوگ مختلف استفاده

ایده‌هایی برای آموختن الفبای رسانه‌ها:

مواد مغذی

طول هفته انجام می‌دهند، نموداری تهیه کنند. همچنین، در این باره که هم‌سن‌وسالان خودشان روزانه به چه مقدار فعالیت بدنی نیاز دارند، تحقیقی انجام دهند و آن را با نمودار ترسیم شده برای خودشان مقایسه کنند. آیا اگر آن‌ها بخشی از زمانی را که صرف استفاده از رسانه‌های جمعی می‌کنند به فعالیت بدنی اختصاص دهند، در میزان سلامتشان مؤثر است؟ کشف کنید که چگونه می‌توان هم‌زمان هم فعالیت بدنی داشت و هم از رسانه‌های جمعی استفاده کرد. برای مثال، مسابقات طناب‌زنی یا هزدن یا بازی‌های زمان‌دار که هم‌زمان می‌تواند با پخش یک برنامه (مثلاً تلویزیون) انجام داد. حتی می‌توانید در کلاس رقابت به‌وجود آورید یا از بچه‌ها بخواهید که تعداد ضرب در دقیقه یک آهنگ را پیدا کنند و یا یک موسیقی ترکیبی برای ورزش درست کنند.

بچه‌ها را به چند گروه تقسیم کنید و از آن‌ها بخواهید یکی از فاکتورهای مواد غذایی را انتخاب کنند؛ مثلاً کربوهیدرات‌ها، چربی، کلسیم یا شکر. از آن‌ها بخواهید دربارهٔ مورد انتخابی خود در مقالات علمی تحقیق کرده برآورد کنند روزانه چه میزان مواد غذایی باید مصرف کنند و اینکه بیشتر یا کمتر از حد معمول خوردن بد است یا نه، و غیره. سپس، هر گروه یک پوشه آماده کند که با مراجعه به آن بتوان دریافت که موضوعی که انتخاب کرده‌اند، چگونه در رسانه‌های جمعی مورد بحث قرار گرفته است (به‌خصوص در آگهی‌های تبلیغاتی). هر گروه باید نتایج خود را در کلاس ارائه دهد. شما هم از داده‌های دانش‌آموزان برای تدریس استفاده کنید و مثال‌های مختلف بزنید.

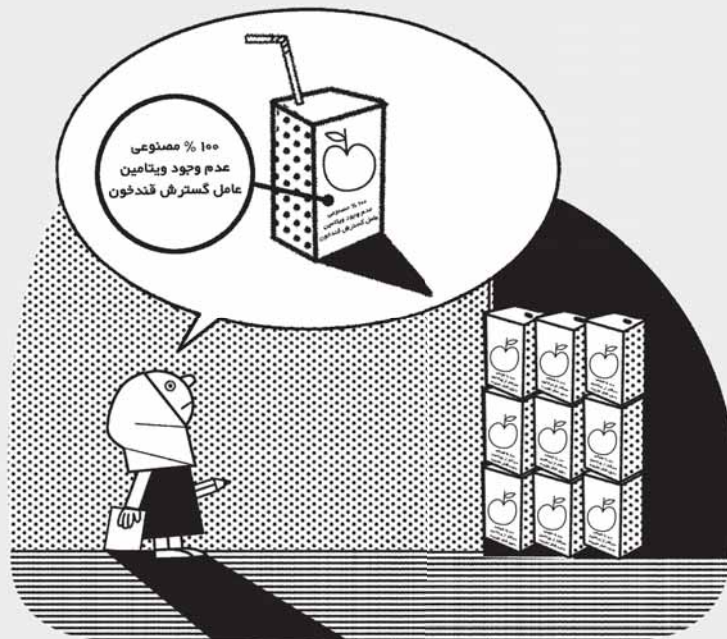
دانش‌آموزان را به گروه‌های مختلف تقسیم کنید. از آن‌ها بخواهید که دربارهٔ عوامل مختلف تهدید کنندهٔ سلامتی مطرح شده در تلویزیون و دیگر رسانه‌ها تحقیق کنند. آن‌ها می‌توانند موارد مختلفی نظیر نارسایی‌های قلبی، دیابت‌ها، نفخ شکمی و کلسترول بالا را انتخاب کنند. از بچه‌ها بخواهید روی موارد پیشگیری و عوامل خطر تمرکز کنند و آن‌ها را در کلاس ارائه دهند. دربارهٔ اینکه این عوامل چگونه در رسانه‌ها مورد بحث قرار می‌گیرند، صحبت کنید؛ به‌خصوص داروهایی که در رسانه‌ها تبلیغ می‌شوند. آیا دارو همیشه پاسخ مشکلات است؟ از نظرات دانش‌آموزان فهرستی تهیه کنید که در آن چگونگی محافظت از بدن مورد بحث قرار گرفته باشد.

یک ترازوی خانگی را به کلاس بیاورید و از دانش‌آموزان بخواهید خود را با آن وزن کنند. دانش‌آموزان سال بالاتر می‌توانند این وزن‌کشی را به‌تنهایی و بدون حضور دیگران انجام دهند. سپس، از دانش‌آموزان بخواهید قد خود را اندازه‌گیری کنند. دانش‌آموزان به این وسیله می‌توانند حجم تودهٔ بدن خود را با دیگران و نیز با استانداردها مقایسه کنند. دربارهٔ اینکه چه عواملی باعث می‌شود حجم تودهٔ بدنی دقیق نباشد (نظیر بیشتر بودن وزن ماهیچه‌ها نسبت به چربی بدن) با دانش‌آموزان صحبت کنید.

سپس، از آنان بخواهید که وزن چهره‌های معروف را از اینترنت پیدا کنند و حجم تودهٔ بدنی‌شان را به‌دست آورند. سپس، دربارهٔ اینکه آیا آنان از سلامت کافی برخوردارند یا نه، بحث و تبادل نظر کنید. همچنین دربارهٔ چهره‌های معروف که وزنشان کمتر از وزن طبیعی است، عادت‌های غلط رایج و نقش رسانه‌ها در ایجاد تصویر ایده‌آل در ذهن مردم بحث و تبادل نظر کنید.

از دانش‌آموزان بخواهید یک جدول روزانه تهیه کنند و نام آن دسته از مواد غذایی را که برایشان هیجان‌انگیز است، در آن بنویسند. بعد از یک دورهٔ یک هفته‌ای یا بیشتر، از آن‌ها بخواهید دربارهٔ احساس روزانه‌شان هر بار که به سراغ این خوراکی‌ها می‌رفته‌اند، بنویسند. ایدهٔ خوبی است که از دانش‌آموزان سال پایین‌تر بخواهید تعدادی از خوراکی‌هایی را که ممکن است هوس کنند آن‌ها را بخورند، تهیه کنند. سپس، ببینید که کل کلاس بعد از خوردن آن خوراکی‌ها چه احساسی داشته‌اند. تعجب کرده‌اند؟ چندبار بدون اینکه گرسنه باشند غذا خورده‌اند؟ در این زمینه با هم فکر کنید که آیا دانش‌آموزان شما همان روندی را که در برنامهٔ تلویزیون دیده یا در کتاب خوانده‌اند و یا در تبلیغات با آن مواجه‌اند، اجرا می‌کنند؟ از آن‌ها بخواهید مقاله‌ای با عنوان «غذا خوردن بر مبنای هوس» بنویسند و آن را با آنچه در رسانه‌ها می‌بینند، مقایسه کنند. در این مورد، پیشنهاد جدی این است که تعداد کلمات مقاله معین باشد؛ برای مثال ۷۰ یا ۲۰۰ کلمه. این نوع تمرین موجب می‌شود دانش‌آموزان به متنی که تولید می‌کنند توجه بیشتری داشته باشند. همچنین، کم‌کم آنان را به نوشتن متن براساس مقدمه، بدنه (شرح ایده) و در نهایت نتیجه‌گیری سوق دهید تا با این کار مهارت بیان منظور واقعی خود با استفاده از کلمات را ارتقا دهند.

از دانش‌آموزان بخواهید که از تمرین‌های ورزشی که در



اگر برچسب‌ها راست می‌گفتند...!

نرگس معینی

به حقیقت نزدیک‌اند.

آیا اندازه و ظاهر محصول با تصویر آن در تبلیغاتش مطابقت می‌کند؟

آیا تمام مواد به کار رفته در محصول روی بسته آن نوشته شده است؟ حواستان باشد؛ گاهی تولیدکنندگان این محصولات به مواد مضر که در محصولشان به کار رفته است، اشاره نمی‌کنند. مرحله بعدی کار اعضای انجمن، طراحی بسته‌بندی یا تبلیغی جدید، و کاملاً صادقانه، برای یک محصول است. به بچه‌ها بگویند هر وسیله‌ای را که به نظرشان می‌رسد در بسته‌بندی به کار می‌آید، همراه بیاورند و مشغول ساخت بسته‌بندی‌های جدید شوند. فقط یک شرط وجود دارد: آن‌ها باید مطابق شعار انجمن کار کنند: «ما حقیقت را، تمام آن را، و نه هیچ چیزی غیر از آن را، بیان خواهیم کرد».

پس از اتمام کار بسته‌بندی، به هر کس چند دقیقه زمان بدهید تا جلوی همه بچه‌های کلاس، محصول خود را صادقانه معرفی کند. سپس، این سؤال‌ها را در کلاس مطرح و درباره آن‌ها با بچه‌ها بحث و گفت‌وگو کنید:

آیا اگر شما خریدار بودید، محصولاتی را که صادقانه معرفی شدند می‌خریدید؟ مخاطبان خاص یک محصول غذایی چه رابطه‌ای با دروغی که درباره آن گفته می‌شود، دارند؟ مثلاً برای تبلیغ خوراکی‌هایی که کودکان مصرف می‌کنند معمولاً روی چه ویژگی‌هایی تأکید می‌شود و به کدام ویژگی‌ها اشاره نمی‌شود؟ چه حیل‌های تبلیغاتی دیگری برای معرفی محصولات مختلف غذایی و غیر غذایی به ذهن‌تان می‌رسد؟

بیلبردهای عظیم بزرگراه‌ها، آگهی‌های مختلف تلویزیونی، در و دیوار مراکز خرید و ...

این روزها تبلیغات متنوع مواد غذایی در همه جا به چشم می‌خورد. در این میان، هر شرکتی برای فروش بیشتر محصولات خود به شعارهایی متوسل می‌شود که بسیاری از آن‌ها راست نیستند. تشخیص اینکه کدام یک از این تبلیغات راست و کدام دروغ است، به عهده ما گذاشته شده است. برای پرورش قدرت تشخیص دانش‌آموزان و آماده کردن آن‌ها جهت رویارویی با این تبلیغات می‌توان به راه‌های مختلفی فکر کرد. یکی از این راه‌ها تمرین طراحی تبلیغات صادقانه برای محصولات غذایی است.

اول از دانش‌آموزان بپرسید آیا تا به حال پیش آمده است که فریب تبلیغی را بخورند. مثلاً آب‌میوه‌ای «طبیعی» بخرند که غیر طبیعی از آب درآید یا در رستوران از روی عکس‌های اشتها برانگیز فهرست غذاها چیزی را سفارش بدهند که زمین تا آسمان با عکسش فرق داشته باشد؟

پس از بحث درباره تبلیغات دروغین، به بچه‌ها بگویند عضو انجمن مخفی تبلیغات صادقانه شده‌اند. وظیفه افراد این انجمن این است که در میان محصولات غذایی بگردند و آن‌هایی را که به نظر می‌رسد روی بسته‌شان یا در تبلیغاتشان از شعارهای دروغین استفاده کرده‌اند، پیدا کنند. اعضای انجمن هنگام روبه‌رو شدن با بعضی از عبارت‌ها باید حواس جمع باشند؛ اگر روی بسته‌ای عبارت‌هایی چون «۱۰۰ درصد طبیعی، تازه، بدون مواد نگهدارنده، کم‌چرب یا بدون مواد شیرین‌کننده مصنوعی» درج شده است، تحقیق کنید که این ادعاها چقدر