

تاک

راه‌های ساده

برای تقویت عزت نفس کودکان



زری آقاجانی*

● احساس مثبت از خود یکی از بزرگ‌ترین هدایایی است که می‌توانید به فرزندتان بدهید. کودکانی که عزت‌نفس بالایی دارند، احساس دوست‌داشتن و شایستگی می‌کنند و تبدیل به انسان‌هایی شاد و پر بار می‌شوند. برای اینکه فرزندتان در طول رشد، تصویر مثبتی از خود داشته باشد، باید‌ها و نیاید‌هایی وجود دارند که آگاهی از آنها خالی از لطف نیست: به کودکان حق انتخاب بدهید. انتخاب فرزندان - در یک مجموعه معقول از گزینه‌هایی که توسط شما انتخاب شده است - باعث می‌شود آنها احساس قدرت کنند؛ به‌عنوان مثال، در هنگام صبحانه شما می‌توانید گزینه تخم‌مرغ یا شیر را به کودک خود پیشنهاد دهید. اگر وقتی هنوز کوچک هستند، انتخاب‌های ساده را یاد بگیرند، برای انتخاب‌های دشوار زندگی آماده خواهند شد. به‌جای او کار نکنید. صبور باشید و به او اجازه دهید کارهایش را خودش انجام دهد؛ به‌عنوان مثال، در پوشیدن لباس او دخالت نکنید و بگذارید خودش لباسش را بپوشد؛ این کار به او در یادگیری مهارت جدید کمک می‌کند. هرچه او بیشتر با چالش‌های جدید روبه‌رو شود، احساس صلاحیت و اعتمادبه‌نفس بیشتری خواهد داشت. به او بگویید که هیچ‌کس کامل نیست و توضیح دهید که هیچ‌کس انتظار ندارد که او هم کامل باشد. واکنش شما به اشتباهات و ناامیدی‌های فرزندتان، در نحوه نگرش و واکنش او در آینده بسیار تأثیرگذار است. بی‌دلی کار او را بزرگ نکنید یا تعریف و تمجید الکی نکنید. کودکان در تشخیص این تعارضات و هیجانات بزرگ‌تر بسیار استادند. از کودک خود غالباً تعریف و توانایی‌های او را به طور خاصی ستایش کنید، اما به‌موقع و در شرایط مناسب؛ به‌عنوان مثال، به جای عکس‌گرفتن از آخرین نقاشی فرزندتان و گفتن «وای، عالی است. شما بهترین هنرمند جهان هستید»، بهتر است بگویید «من واقعا دقت تو در نقاشی اعضای خانواده را دوست دارم. تو آن‌قدر دقیق هستی که حتی سیبل بابا رو هم کشیدی».

آنها را در کارهای خانه که مناسب سن‌وسالشان باشد، سهم کنید؛ مانند تمیزکردن میز غذا، مرتب‌کردن لباس‌ها و چیدن میز غذا. این رفتار باعث می‌شود آنان احساس مسئولیت کرده و علاوه‌بر احساس صلاحیت، مهارت حل مسئله را نیز پیدا کنند. فرزندانتان را با یکدیگر و با دیگران مقایسه نکنید. درعوض، از شخصیت و شایستگی‌های آنها به هدایای ویژه قدردانی کنید. سعی کنید حتماً با کودکان وقت بگذرانید. گاهی با هم غذا بخورید، بعضی‌وقت‌ها به دوچرخه‌سواری بروید و سعی کنید حداقل یک بار در هفته زمان خود را به کودکان اختصاص دهید. این یک فرصت عالی برای ورود به دنیای اندیشه و افکار اوست و باعث استحکام روابطتان می‌شود. هرگز هنگام تئیه فراموش نکنید که کودکان نباید احساس کند که شما او را دوست ندارید. طوری رفتار کنید که او بفهمد که فقط کار اشتباه او را دوست ندارید.

***پژوهشگر مؤسسه مطالعات کودکی مدرس**

مسئولیت اجتماعی یا انحصار در آموزش و پرورش؟

محمد تماشا • کارشناس مشاوره



در پایگاه اینترنتی Business News Daily مقاله‌ای با عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت چیست؟ این‌گونه آمده است: «آنچه مردم در مورد شرکت شما فکر می‌کنند به موفقیت شما در کسب‌وکار مرتبط است؛ لذا با ساختن یک تصویر مثبت که به آن اعتقاد دارید، می‌توانید نامی برای شرکت خود در ایجاد یک آگاهی اجتماعی به‌وجود بیاورید».

در همین عبارت به‌وضوح متوجه می‌شویم صاحبان مشاغل در واقع قرار نیست با قبول مسئولیت اجتماعی برند خود را به آنها معرفی کنند چراکه پیش‌فرض پذیرش این مهم آن است که شما به عنوان یک برند شناخته‌شده می‌خواهید باعث رشد و آگاهی جامعه مخاطبان خود شوید اما همین مسئولیتی که شما در جامعه می‌پذیرید، می‌تواند باعث معرفی و اعتماد بیشتر جامعه مخاطبان نسبت به برند شما شود.

در همین سایت به چهار نوع مسئولیت اجتماعی اشاره می‌شود: مسئولیت اجتماعی در قبال محیط زیست، مسئولیت اجتماعی در قبال بشردوستانه «مثلاً اقدامات خیران در ساخت مدارس یا توسعه آبادانی

در مناطق محروم»، مسئولیت اجتماعی در قالب کار اخلاقی و مسئولیت اجتماعی داوطلبانه همچون انجام کارهای نیک و بدون عوض. سازمان توسعه صنعتی ملل متحد unido این‌گونه گفته است که csr یا همان مسئولیت اجتماعی یک مفهوم مدیریتی است که به موجب آن شرکت‌ها نگرانی‌های اجتماعی و زیست‌محیطی خود را در فعالیت‌های تجاری به عنوان روشی در تعامل با مخاطبان خود به اشتراک می‌گذارند و از آنها حمایت می‌کنند. به عنوان نمونه، می‌توان به یکی از غول‌های بزرگ محصولات بهداشتی در جهان اشاره کرد که به مدت سه دهه روی کاهش گازهای گلخانه‌ای سرمایه‌گذاری کرده و همین‌طور پروژه‌های بزرگی در راستای سالم‌سازی آب آشامیدنی در نقاط محروم را در این زمینه به آموزش و پرورش همکار می‌کنند. بنابراین آموزش و پرورش باید پروتکلی از این موضوع تهیه و به صاحبان مشاغل ارائه کند و از حضور آن دسته از مشاغل که تمایل دارند در این زمینه با آموزش و پرورش همکاری کنند، استقبال کند.

جشنواره‌ای برای دیدار دانش‌آموزان با نویسندگان حوزه کتاب کودک و نوجوان

هفته کتاب و کتاب‌خوانی بهانه‌ای شد تا درباره یکی از جشنواره‌های خلاق دانش‌آموزی در این حوزه بنویسم؛ جشنواره‌ای که خلاقیتش نه صرفاً برگزاری مسابقه کتاب‌خوانی و انتخاب بهترین کتاب‌خوان است، بلکه فرصتی فراهم کرده تا برای اولین بار دانش‌آموزان با نویسندگان کتاب‌هایی که خوانده‌اند رودررو کپ بزنند و نقد و تحلیل‌هایشان را از کتاب‌هایی که خوانده‌اند ارائه دهند. جشنواره «انابسی و توانایی» که به همت آموزش و پرورش در حال برگزاری است، چهارراهی برای تلاقی نویسنده حوزه کودک و نوجوان، دانش‌آموز، ناشر و آموزش و پرورش است. فرهاد قاسم‌پور، سرپرست معاونت فرهنگی، هنری اداره کل فرهنگی، هنری وزارت آموزش و پرورش می‌گوید: جشنواره دانایی و توانایی در حقیقت مسابقه کتاب‌خوانی وزارت آموزش و پرورش است که در بخش فعالیت‌های مکمل خودش آن را دنبال می‌کند. از مجموع جشنواره‌های فرهنگی و هنری که آموزش و پرورش برگزار می‌کند، حدود ۶۰ رشته مختلف وجود دارند که یک بخش هم جشنواره ادبی و پژوهشی است و یکی از این رشته‌ها موضوع کتاب‌خوانی است. به دلیل اهمیتی که موضوع کتاب‌خوانی داشته و اهدافی که در سند تحول بنیادین طراحی شده، وزارتخانه مسابقه کتاب‌خوانی خود را به یک جشنواره مجزا تبدیل کرده که همه سال با حضور دانش‌آموزان مقاطع مختلف در دوره‌های مختلف تحصیلی برگزار می‌شود و بچه‌های پایه اول و دوم ابتدایی تا دوازدهم می‌توانند در آن شرکت کنند.

قاسم‌پور می‌گوید: هر سال اداره کل فرهنگی و هنری و معاونت

پرورشی کارگروهی دارد که متشکل از نویسندگان صاحب‌نام و برتر ادبیات نوجوان است و اینها دور هم جمع می‌شوند و کارشان در حقیقت انتخاب کتاب مناسب است. درواقع ما هر کتابی را به دانش‌آموزان نمی‌دهیم. یک کارگروه هستند که سالی ۴۰ تا ۵۰ کتاب را برای دوره‌های مختلف و پایه‌های گوناگون انتخاب می‌کنند و ما این کتاب‌ها را به استان‌ها می‌دهیم و البته استان‌ها بر اساس شرایط بومی و فرهنگی و اقلیمی خود تعدادی کتاب را انتخاب کرده و به دانش‌آموزان می‌دهند.

فرهاد قاسم‌پور درباره نقش و حضور ناشران در جشنواره دانایی و توانایی می‌گوید: ما با ناشران توافق کرده‌ایم تا کتاب‌ها را تخفیف ۴۰ تا ۵۰ درصدی در اختیار دانش‌آموزان گذاشته شود. نحوه اطلاع‌رسانی به انتشاراتی‌ها این‌گونه است که فراخوانی در آغاز سال اعلام شد و به سایت خانه کتاب و تعاونی ناشران دادیم و همچنین در روزنامه‌های کثیرالانتشار منتشر شد. ضمن اینکه در نمایشگاه کتاب، غرفه به‌غرفه به ناشران فراخوان دادیم و از همه ناشران کشور خواستیم هرکدام که در حوزه کودک و نوجوان کتاب دارند برای دبیرخانه ما ارسال کنند. کتاب‌های دریافتی که از سراسر کشور بوده به کارگروه انتخاب کتاب ارجاع داده شد تا بعد از بررسی‌های کارشناسانه کارگروه تخصصی که حضور دارند کتاب‌ها انتخاب شوند.

قاسم‌پور فرایند برگزاری جشنواره را به این صورت تشریح می‌کند: دانش‌آموزان بعد از خواندن کتاب در مرحله جشنواره دانایی و توانایی شرکت کرده و آزمون‌مانندی به شکل‌های مختلفی برگزار می‌شود که

یک موضوع بی ببرید؛ اینکه الزاما مسئولیت اجتماعی شما قرار نیست در راستای محصولات تولیدی شما باشد در واقع این شرکت‌ها نمی‌خواهند به واسطه csr خودشان یا برندشان را معرفی کنند، بلکه می‌خواهند به مخاطبان خود بگویند ما می‌خواهیم در کمک به جامعه سالم سهم باشیم.

اما درباره نکته یادشده در آموزش و پرورش که با واکنش‌هایی همراه بود، مشخصاً یک برند با محصولات خود در مدارس به جامعه مخاطب که دانش‌آموزان دختر بوده، آگاهی می‌دهد بنابراین این دست اقدامات را نمی‌توان در دسته مسئولیت اجتماعی شرکت در نظر گرفت چراکه برند در ضمن آگاهی و ارتقای دانش مخاطبان محصول خود را نیز به آنها معرفی می‌کند در واقع این اقدام در دسته اقدامات تبلیغاتی طبقه‌بندی می‌شود که آموزش و پرورش باید مراقب آن باشد و برندها هم از آن پرهیز کنند.

نکته دیگر این است که وقتی محصولی به واسطه آموزش و پرورش معرفی می‌شود یا در اختیار دانش‌آموزان قرار می‌گیرد، تأیید آموزش و پرورش را نیز به همراه خود دارد؛ امری که احتمالاً خود مسئولان آموزش و پرورش بر آن واقف نیستند و قبولش ندارند اما آموزش و پرورش خواسته یا ناخواسته از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و جامعه به آن اعتماد زیادی دارد بنابراین کنار هم قرارگرفتن یک برند و آموزش و پرورش می‌تواند مع