

مصر تحظر استغلال الأطفال إعلاميا بوضع ضوابط للأسرة

مدونة السلوك تلزم الفضائيات بمنع مشاركة الصغار في الإعلانات لتحقيق أرباح



التوجيه الإعلامي يهدد الأطفال

الأب والام، بأن الحياة بينهما قائمة على المشاركة والتلاحم ومساعدة الآخر، وقيام الزوج بمساعدة زوجته بعيدا عن الرضوخ لتوسّلات الأطفال، بحكم أن من يروّجون للسلعة لن يكونوا حديثي السن مستقبلا”.

وأصبح هناك “خطر لأي محتوى إعلامي أو إعلاني، يلوح أو يشير إلى الطفل الذي أشرفت على تربيته أم مطلقة، على أنه أقلّ من الأطفال الآخرين، أو لا يتمتع بطفولة طبيعية، أو أن غياب والده عن تربيته يعني أنه عندما يكبر في السن سوف يكون منقوص الرجولة”.

ورأى محمد سعد، وهو باحث متخصص في تربية النشء، أن “تغيير ثقافة الأطفال تجاه الموروثات الاجتماعية الخاطئة يبدأ من تحضر المحتوى الإعلامي، لكن الأهم من إصدار القرارات التمسك بتفعيلها، بحيث يتم وضع قوانين لكل ما يرتبط بالأسرة في التلفزيون”.

وشدّد في تصريح لـ“العرب”، على ضرورة تغيير معتقدات صغار السن ونسف الثقافة الرجعية من أذهانهم، هي البداية لتأسيس قوام أسري ومجتمعي متحضر فلا يعيب مساعدة الرجل لزوجته، ولا يمثل سبة في جبين ابن المطلقة، ولا يجعل الطفل الذي يحلم بشراء المنتج متمزّدا، أو يزرع الانانية والسلوكيات الشاذة في أذهان الصغار لتكبر معهم.

يضع حدًا لارتباط الإعلانات بالمشاعر من الاختراق، ويتم إلزام المؤسسات بإعلانات لا تمسّ نمط التربية. ويرى خبراء، أن الخطورة تكمن في تحول الإعلان من مجرد مرّوج لسلعة إلى متحكم في تطلّعات وأحلام الأطفال، وأصبحت أكثر رغبات الصغار مصدرها التلفزيون، ما ينعكس على قرارات الأسرة الشرائية، لأنها تكون محكومة بتلبية احتياجات أطفالها، وأحيانا تستغني عن بعض الأولويات لتلبية مطالبهم.

دور العائلة في تحصين أفكار أبنائها الصغار في مشاهد تتنافى مع الإنسانية وتنتهك الحد الأدنى من حقوقهم، وتؤثّر على نفسية المتلقين بجميع فئاتهم. ولن تتمكّن وسائل الإعلام مستقبلا من إذاعة مواد يشارك فيها الأطفال مثل إعلانات الوجبات السريعة، لأن ذلك يرتقي لمرتبة الابتزاز العاطفي، وقد يتم استغلاله للضغط على الأسر غير المقنطرة ماديا من جانب أبنائهم لشراء المنتج، ما يؤثّر سلبا على تماسك العلاقات الأسرية.

وتتمثّل أزمة الكثير من إعلانات الأطفال على الشاشات المصرية، في أنها تستهدف أبناء الميسورين ماديا، ما يجعل صغار باقي الفئات يعيشون حالة حرمان لعدم قدرتهم على شراء هذه المنتجات، وهو ما يراء مجلس الطفولة “خطرا على التركيبة النفسية لصغار المناطق النائية”.

ويريد مجلس الطفولة، أن يتم تقديم الإعلانات للصغار بشكل بسيط وسهل وبلغة وطريقة سلسة، تخاطب كل الأطفال، لا أن تفرّق بينهم حسب المستوى الاجتماعي والثقافي، وكي لا تؤثر الانتقائية على نفسية أبناء الفئات غير المقنطرة، أو التي لا تفهم أهمية المنتج أساسا. غير أن تحقيق هذه الرغبة على أرض الواقع، يبدو صعبا، إذ لا يمكن أن تكون لكل أسرة محتوى إعلاني يتناسب مع عاداتها وتقاليدها وثقافتها، وغير منطقي أن يتم تجاهل

استعطف المشاهدين، وتصوير الصغار في مشاهد تتنافى مع الإنسانية وتنتهك الحد الأدنى من حقوقهم، وتؤثّر على نفسية المتلقين بجميع فئاتهم. ولن تتمكّن وسائل الإعلام مستقبلا من إذاعة مواد يشارك فيها الأطفال مثل إعلانات الوجبات السريعة، لأن ذلك يرتقي لمرتبة الابتزاز العاطفي، وقد يتم استغلاله للضغط على الأسر غير المقنطرة ماديا من جانب أبنائهم لشراء المنتج، ما يؤثّر سلبا على تماسك العلاقات الأسرية.

ويريد مجلس الطفولة، أن يتم تقديم الإعلانات للصغار بشكل بسيط وسهل وبلغة وطريقة سلسة، تخاطب كل الأطفال، لا أن تفرّق بينهم حسب المستوى الاجتماعي والثقافي، وكي لا تؤثر الانتقائية على نفسية أبناء الفئات غير المقنطرة، أو التي لا تفهم أهمية المنتج أساسا. غير أن تحقيق هذه الرغبة على أرض الواقع، يبدو صعبا، إذ لا يمكن أن تكون لكل أسرة محتوى إعلاني يتناسب مع عاداتها وتقاليدها وثقافتها، وغير منطقي أن يتم تجاهل

وضعت الحكومة المصرية، الجمعة، حدا لاستخدام الأطفال في الإعلانات والمتاجرة بهم، بعد وضع مجموعة من الضوابط المحكّمة، أو ما يشبه “الدستور” الذي يحدد الطرق المثلى للمحتوى الإعلاني والدرامي الخاص بسنّ الطفولة، ومنع إذاعة إعلانات تشجّع على تربية النشء على الاستهلاك والتمرد والعصيان.

أميرة فكري

كاتبة مصرية

القاهرة – أصبحت مدونة السلوك التي وضع بنودها، المجلس القومي للامومة والطفولة، وصادق عليها مجلس تنظيم الإعلام، ملزمة لكل المؤسسات الإعلامية في مصر، ويحقّ لمجلس تنظيم الإعلام وقف بث أي عمل يشارك فيه الأطفال القصر دون ترخيص، ويحث الصغار على التحرر المطلق أو يتاجر ببراءتهم من أجل تحقيق أرباح مالية، أو يشجّع الآباء على إهانة الأطفال.

ويعتبر هذا التحرك، الأول من نوعه، في مواجهة انفلات الكثير من المؤسسات التي عمدت خلال الأونة الأخيرة إلى استغلال الأطفال بشكل سلبي، وترسيخ ثقافة الاستهلاك غير المنضبط في عقولهم، واللجوء إليهم لتحقيق أهداف ربحية من بوابة استعطف المجتمع.

ووضعت بنود المدونة، بعدما تبين أن أغلب الإعلانات يشارك فيها أطفال لا يدركون ما يفعلون أو يقولون، وهو ما يتناقض مع المواثيق الدولية، ويتنافى مع عادات المجتمع المحلي.

ورأى رافضون للخطوة، أنها تتناقض مع دعوات تحرير الأسرة من القيود المفروضة عليها بزرعية الحفاظ على العادات والقيم، وتغايير التطور الحاصل في ثقافة الإعلانات، من حيث الرفاهية والتحرر التي يشهدها الجيل الحالي ويرفض أن يكون أسيرا لنمط تربية تجاوزها الزمن في علاقة الأطفال بالآباء.

واستند مجلس الإعلام على اتفاقيات دولية وحقوقية لتبرير موقفه، مؤكدا أن “إلزام المؤسسات الإعلامية ببث وتعليمات صارمة في إعلانات الأطفال، لا يهدف إلى تقويض حرية التعبير أو الإبداع، بقدر ما يعمل على ضبط علاقة التلفزيون بالأسرة بكامل عناصرها”.

ما يؤخذ على المدونة السلوكية، أنها تجاهلت حظر استغلال الأطفال في إعلانات جمع التبرعات من خلال

موضة

السروال الكشمير يضيف على المظهر لمسة رقة وبساطة

يمثل السروال الكشمير نجم الموضة النسائية في شتاء 2020 ليمنح المرأة إطلالة دافئة. وأوضح خبير الموضة الألماني جيرد مولر تومكينس أن السروال الكشمير ياتي هذا الموسم بقصة واسعة من أجل الإحساس بالراحة، كما أنه يكتسي بالوان هادئة كالإبيض والرمادي والبيج والكريمي والجملي ليضيف على المظهر لمسة رقة وبساطة. وأضاف تومكينس أن السروال الكشمير يتناغم مع البلوفر التريكو أو الجاكيت الكارديجان، بينما يمكن الحصول على إطلالة رياضية من خلال تنسيقه مع “هودي”.

كما أشار خبراء الموضة إلى أنه يمكن الحصول على إطلالة متفردة من خلال كسر قوالب التنسيق الجامدة، وذلك بتنسيق السروال الكشمير مع قميص جلد أو ثوب من الساتان؛ حيث تخلق هذه التوليفة الجريئة المكونة من خامات مختلفة تباينا مثيرا يخطف الأنظار.

الرضيع يبلغ ذروة التواصل مع أمه عندما تكون سعيدة

التفاعل بشكل أقلّ مع أطفالهن، وفي كثير من الحالات، تستعمل الأمهات المصابات بال اكتئاب نغمة متواضعة مع طفلهن، ويتجنّبن الاتصال معه بالعين، كما أنهنّ أقلّ رغبة في لاستجابة لنداءات طفلهنّ للاهتمام به.

وأضاف ليونغ “تغيّر عواطفنا طريقة تبادل أدمغتنا للمعلومات مع الآخرين وتساعدنا العواطف الإيجابية على التواصل بشكل أكثر فعالية. ويمكن أن يكون للاكتئاب تأثير سلبي للغاية على قدرة الأم على الارتباط بطفلها. وعادة تكون جميع الإشارات الاجتماعية التي تعزّن الاتصال أقلّ إتاحة بالنسبة للطفل، بحيث لا يتلقّى الدعم العاطفي المنتظر الذي يحتاجه للنمو”.

وأكد الباحثون أنه على الرغم من أن أهمية تفاعل المولود الجديد مع أمه لا بعدّ أمرا جديدا، إلا أنه لم يُعرف الكثير عن الأساس العصبي لمثل هذا السلوك. وتعتبر هذه الدراسة الأولى من نوعها التي تستخدم تصوير الدماغ لمراقبة كيف يتأثر اتصال الطفل العصبي بامه بالجودة العاطفية لتفاعلاتهما.

وبالإضافة إلى ذلك، يعتقد فريق البحث أن نتائج الدراسة يمكن أن تنطبق ليس فقط على التفاعلات بين الأم والطفل، ولكن أيضا على العديد من العلاقات الأخرى الوثيقة، مثل الشركاء الرومانسيين والأصدقاء المقربين والأشقاء.

والرضع المنفصلة، وكيف كان العقلان يعملان معا بشكل تعاوني شبكية. وأكد الباحثون أنه في معظم الأوقات تتفاعل الأمهات والأطفال في حالة عاطفية إيجابية، وعلى هذا النحو، ترتبط عقولهم ارتباطا وثيقا. وتسهل هذه التفاعلات، التي تتميز غالبا بالاتصال المستمر بالعين، تفاعل الأم والطفل بشكل كبير كنظام عصبي واحد، وهذا بدوره يزيد من مشاركة وتدفق المعلومات بين الاثنين.

وقال المشرف على الدراسة الدكتور فيكي ليونج من قسم علم النفس في جامعة كامبريدج “نعلم استنادا إلى أبحاثنا السابقة أنه عندما تكون العلاقة العصبية بين الأمهات والأطفال قوية، يكون الأطفال أكثر تقبّلا وجاهزين للتعلم من أمهاتهم”.

وأضاف “في هذه المرحلة من الحياة، يكون لدى عقل الطفل القدرة على التغيير إلى حد كبير، وهذه التغييرات مدفوعة بتجارب الطفل. وباستخدام نغمة عاطفية إيجابية خلال التفاعلات الاجتماعية، يمكن للوالدين التواصل بشكل أفضل مع أطفالهم وتحفيز تنمية القدرات العقلية لديهم”.

وبالإضافة إلى ذلك، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأطفال المولودين لأمهات أكثر اكتئابا يجدن صعوبة في تعلم معلومات جديدة بسبب ضعف العلاقة العصبية مع والدتهن. وبشكل عام، تميل الأمهات الجدد المصابات باعراض اكتئابية مستمرة إلى

تعرف باسم التخطيط الكهربائي للدماغ لمراقبة إشارات دماغ الأم والطفل عندما يتفاعلان. ولاحظوا أن الأمهات والرضع يقومون بمزامنة موجات المخ بشكل طبيعي عند التعامل المباشر مع بعضهم البعض، وهي ظاهرة تسمى التواصل العصبى الشخصي. وبشكل أكثر تحديدا، ترتبط مجموعة موجات الدماغ بتردد يتراوح بين 6 و9 هيرتز، والمعروف باسم نطاق ألفا للرضيع.

وتمكن فريق البحث من مراقبة جودة وهيكلية التواصل العصبي بين الأم والطفل، بفضل تحليل رياضي معقد، وسمح لهم ذلك بالأساس برؤية كيف كانت المعلومات تتدفق عبر أدمغة الأمهات



علاقة خاصة