

## مصر تحظر استغلال الأطفال إعلاميا بوضع ضوابط للأسرة

## مدونة السلوك تلزم الفضائيات بمنع مشاركة الصغار في الإعلانات لتحقيق أرباح

وضعت الحكومة المصرية، الجمعة، حدا لاستخدام الأطفال في الإعلانات والمتاجرة بهم، بعد وضع محموعة من الضوابط المحكمة، أو ما يشبه "الدستور" الذي يحدد الطرق المثلئ للمحتوى الإعلاني والدرامى الخاص بسن الطفولة، ومنع إذاعة إعلانات تشبجع على تربيــة النــشء علــي الاســتهلاك والتمرد والعصيان.



على إهانة الأطفال.

🥊 القاهرة – أصبحت مدوّنة السلوك التي وضع بنودها، المجلس القومي للأمومــة والطفولــة، وصــادق عليهــاً مجلس تنظيم الإعلام، ملزمة لكل المؤسسات الإعلامية في مصر، ويحق لمجلس تنظيم الإعلام وقف بث أي عمل بشيارك فيه الأطفال القصر دون ترخيص، ويحث الصغار على التحرر المطلق أو يتاجر ببراءتهم من أجل تحقيق أرباح مالية، أو يشبع الآباء

أميرة فكري

كاتبة مصرية

ويعتبر هذا التحرك، الأول من نوعه، في مواجهة انفلات الكثير من المؤسسات التي عمدت خللل الآونة الأخيرة إلى استغلال الأطفال بشكل سلبي، وترسيخ ثقافة الاستهلاك غيس المنضبط في عقولهم، واللجوء إليهم لتحقيق أهداف ربحية من بوابة ستعطاف المحتمع.

ووضعت بنود المدوّنة، 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 للخطّوة، أنها تتناقض مع دعوات تحرير الأسـرة من القيود المفروضة عليها بذريعة الحفاظ على العادات والقيم، وتغايس التطور الحاصل في ثقافة الإعلانات، من حيث الرفاهية والتحرر التي ينشدها الجيل الحالي ويرفض أن يكون أسيرا لنمط تربية تجاوزها الزمن في علاقة الأطفال

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

ما يؤخــذ على المدونة الســلوكية، أنها تجاهلت حظر استغلال الأطفال في إعلانات جمع التبرعات من خلال

استعطاف المشاهدين، وتصويـر الصغار في مشاهد تتنافي مع الإنسانية وتنتهك الحد الأدنى من حقوقهم، وتؤثر

ولن تتمكن وسائل الإعلام مستقبلا من إذاعة مواد يشارك فيها الأطفال مثل إعلانات الوجبات السريعة، لأن ذلك يرتقي لمرتبة الابتزاز العاطفي، وقد يتم استغلاله للضغط على الأسس غير المقتدرة ماديا من جانب أبنائهم لشراء المنتج، ما يؤثر سلبا على تماسك العلاقات الأسرية.

وتتمثل أزمة الكثير من إعلانات الأطفال على الشاشيات المصرية، في أنها تستهدف أبناء الميسورين مادياً، ما يجعل صغار باقى الفئات يعيشون حالة حرمان لعدم قدرتهم على شراء هــذه المنتجــات، وهو ما يــراه مجلس الطفولة "خطرا على التركيبة النفسية لصغار المناطق النائية".

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

يقومون بمزامنة موجات المخ بشكل

طبيعي عند التعامل المباشس مع بعضهم

البعض، وهيي ظاهرة تسمى التواصل

العصبي الشخصي. وبشكل أكثر تحديدا،

ترتبط مجموعة موجات الدماغ بتردد

يتراوح بين 6 و9 هيرتز، والمعروف باسم

وهيكلية التواصل العصبي بين الأم

والطفال، بفضال تحليل رياضيي معقّد،

وسمح لهم ذلك بالأساس برؤية كيف

وتمكّن فريق البحث من مراقبة جودة

نطاق ألفا للرضيع.

دور العائلة في تحصين أفكار أبنائها من الاختراق، ويتم إلزام المؤسسات بإعلانات لا تمسّ نمط التربية. ويرى خبراء، أن الخطورة تكمُّن في علىٰ نفسية المتلقين بجميع فئاتهم.

تحول الإعلان من مجرد مروّج لسلعة إلىٰ متحكم في تطلعات وأحلام الأطفال، وأصبحت أكثر رغبات الصغار مصدرها التلفزيون، ما ينعكس على قرارات الأسرة الشـرائية، لأنها تكون محكومة بتلبية احتياجات أطفالها، وأحيانا تستغنى عن بعض الأولويات لتلبية

ً الزام المؤسسات الإعلامية ببنود وتعليمات صارمة في إعلانات الأطفال يعمل على ضبط علاقة التلفزيون بالأسرة بكامل عناصرها

وقالت فاطمة محمد، استشبارية في العلاقات الأسرية، إن "أزمة بعض الإعلانات أنها تصور للأطفال أن السعادة الحقيقية في امتلاك المنتج، وهناك شيركات تكرس ليدى الصغار أن الأب المثالي النِّي يحب أولاده هو فقط من يشتري لهم ما يتم عرضه على

وأضافت لـ"العرب"، أن وجود مدوّنة سلوك تحظر استغلال الصغار تجاريا،

يضع حدًا لارتباط الإعلانات بالمشباعي الطفولية، ويتيح للأسرة خيارات متعددة، بشراء المنتج أو تجاهله، بعيدا عن الرضوخ لتوسّلات الأطفال، بحكم أن من يروّجون للسلعة لن يكونوا

حديثي السنّ مستقبلا". ويعني ذلك أن الإعلان التلفزيوني عندما يشارك فيه أشخاص كبار السنّ، حتىٰ لـو كان موجّها للصغار، لا يهتم الطفــل كثيرا بمحتواه، وقد لا يتمســك بشرائه بنفس درجة الشغف والإصرار الندي يظهر عليه عندما يكون أبطال الاعلان من الأطفال الذين يمثّلون ورقة ضغط على مشاعر الآباء والأمهات.

وتتذكر الاستشارية الأسرية، الإعلان الذيُّ عُرضَ في شــهر رمضان الماضي، وكانَ يروّج لسّلعة تجارية عبر مجموعة أطفال، وعندما رفضت الأم الشراء عاقبها صغارها بالتمرد عليها حتى استجابت لرغباتهم، وهو تحريض مباشس للأطفال على عصيان الأسسرة لإجبار الوالدين على تملك المنتج.

ولم تغفل مدونة السلوك تغذية بعض المؤسسات النظرة السلبية من الأطفال تجاه الآباء، حيث حظرت تصوير الأب الذي يطهو الطعام لعائلته، ويساعد الزوجة في أعمال المنزل، على أنه أقلَّ رجولة، وهي ثقافة راستخة لدى الكثير نتيجة المحتوى الذي اعتاد عليه

ويريد مسـؤولو الطفولـة، أن يتم تغييــر ثقافــة حديثي النــشء عن دور

الأب والأم، بــأن الحيــاة بينهمـــا قائمة علئ المشاركة والتلاحم ومساعدة الآخر، وقيام الزوج بمساعدة زوجته يضيف إليه ولا يسحب من رصيده كرجل، بحيث يكبر الصغار على هذه

وأصبح هناك "حظر لأي محتوى إعلامـي أو إعلانـي، يلـوّح أو يشـير 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 يعنى أنَّه عندما يكبر في السن سنوف يكونَ منقوص الرجولة".

ورأى محمد سعد، وهو باحث متخصص في تربية النشء، أن "تغيير ثقافة الأطّفال تجاه الموروثات الاجتماعيــة الخاطئة يبــدأ من تحضر المحتوى الإعلامي، لكن الأهم من إصدار القرارات التمسك بتفعيلها، بحيث يتم وضع قوانين لكل ما يرتبط بالأسرة في التلفريون".

## التوجيه الإعلامي يهدد الأطفال

وشدد في تصريح لـ"العرب"، على ضسرورة تغيير معتقدات صغار السسنّ ونسف الثقافة الرجعية من أذهانهم، هــى البدايــة لتأسـيس قــوام أســري ومجتمعي متحضر، فلا يعيب مساعدة الرجل لزوجته، ولا يمثّل سبّة في جبين ابن المطلقة، ولا يجعل الطفلُّ الذي يحلم بشسراء المنتج متمسرّدا، أو يزرع .. الأنانية والسلوكيات الشاذة في أذهان الصغار لتكبر معهم.

موضة

التفاعل بشكل أقلُّ مع أطفالهن، وفي كثير من الحالات، تستعمل الأمهات المصابات بالاكتئاب نغمة متواضعة مع طفلهن، ويتجنبن الاتصال معه بالعين، كما أنهنّ أقل رغبة في لاستجابة لنداءات طفلهن للاهتمام به.

وأضَاف ليونغ "تغيّر عواطفنا طريقة تبادل أدمغتنا للمعلومات مع الآخرين وتساعدنا العواطف الإيجابية على التواصل بشكل أكثر فعالية، ويمكن أن يكون للاكتئاب تأثير سلبى للغاية على قدرة الأم على الارتباط بطفلها. وعادة تكون جميع الإشارات الاجتماعية التى تعزز الاتصال أقل إتاحة بالنسبة للطفيل، بحيث لا يتلقّى الدعم العاطفي المنتظر الذي يحتاجه للنمو".

أهمية تفاعل المولود الجديد مع أمه لا يعد أمرا جديدا، إلا أنه لم يُعرف الكثير عن الأساس العصبي لمثل هذا السلوك. وتعتبر هذه الدراسية الأوليي من نوعها التى تستخدم تصويس الدماغ لمراقبة كيت يتأثر اتصال الطفل العصبي بأمه بالحودة العاطفية لتفاعلاتهما.

البحث أن نتائج الدراسة يمكن أن تنطبق ليس فقط على التفاعلات بين الأم والطفال، ولكن أيضا على العديد من العلاقات الأخرى الوثيقة، مثل الشركاء الرومانسيين والأصدقاء المقربين

وأكد الباحثون أنه على الرغم من أن

وبالإضافة إلى ذلك، يعتقد فريق

وبشكل عام، تميل الأمهات الجدد المصابات بأعراض اكتئابية مستمرة إلى

يعملان معا بشكل تعاوني كشبكة.

وأكد الباحثون أنه في معظم الأوقات تتفاعل الأمهات والأطفال في حالة عاطفية إيجابية، وعلىٰ هذا النحو، ترتبط عقولهم ارتباطًا وثيقا. وتسهل هـذه التفاعلات، التى تتميّز غالبا بالاتصال المستمر بالعين، تفاعل الأم والطفل بشكل كبير كنظام عصبي واحد، وهذا بدوره يزيد من مشاركة وتدفق المعلومات بين الاثنين.

وقال المشسرف على الدراسسة 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 هـذه المرحلة مـن الحياة، يكون لدى عقل الطفل القدرة على التغيير إلىٰ حـد كبير، وهذه التغييــرات مدفوعة بتجارب الطفل. وباستخدام نغمة عاطفية إبحابية خلال التفاعلات الاحتماعية، يمكن للوالدين التواصل بشكل أفضل مع أطفالهم وتحفيز تنمية القدرات العقلية

وبالإضافة إلى ذلك، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأطفال المولودين لأمهات أكثر اكتئاسا يحدن صعوبة في تعلم معلومات جديدة بسبب ضعف العلاقة العصبية مع والدتهن.



لندن – كشفت دراسة بريطانية حديثة أنه يمكن لعقل الأم والطفل أن يشكّلا في الواقع شبيكة ضخمة من موجات الدماغ المترابطة خلال تفاعلاتهما، مشيرة إلى أن تواصل موجات الدماغ بين الأم وطفلها يعتمد بشدة على حالة الأم العاطفية، حيث كشفت أن دماغ الرضيع يصل إلى أقصى حدّ من التواصل مع دماغ أمه عندما تظهر مشاعر إيجابية كبيرة.

وبالإضافة إلى ذلك، أشار الباحثون في جامعة كامبريدج إلىٰ أن وجود طبقة اضّافية من الاتصبال بمكن أن تساعد الطفل على التعلم بشكل أكثر فعالية وتطوير عقله بشكل أفضل. وللوصول إلىٰ هـذه النتائج استخدم الباحثون طريقة



السروال الكشمير يضفي على المظهر لمسة رقة وبساطة 👤 يمثل السروال الكشسمير نجم

المنزلية والمرورية.

السعوديات

غير مهتمات

بالادخار للزواج

₹ الرياض - توصلت دراسـة سـعودية

حديثة، أنحزتها الهيئة العامة للاحصاء

عن الأسبباب التي تدفع بالسعوديين إلى

الادخار، إلى أن نسبة الفتيات السعوديات

الموظفات اللاتي لا يهتممن بفكرة الادخار

وكشف "مسح تنمية الشباب السعودي لعام 2019" الذي أنجزته الهيئة

انحصار نسبة الفتيات المؤيدات لفكرة

الادخار بغرض الزواج في 0.4 في المئة

فقط، في وقت أيده 34.82 في المئة من

الذكور، بينما لم يتجاوز معدل التأييد من

وقالت الهيئة العاملة للإحصاء إن النسبة الأكبر للأسباب الرئيسية للادخار

جاءت للجنسين تحسبا لأي طارئ، بنسبة

بلغت 39.69 في المئة، وتفوّقت الإناث بنسبة 58.80 في المئة في ذلك، فيما أيدها

وتفوّقت النسياء في التصويت على

الادخّار لـ"أسباب أخرى" بنسبة 33.53 في

المئة من الإناث، والتي صوّت لها الذكورّ

بنسبة 10.51 في المئة، فيما بلغ المعدل

المشترك للجنسين لهذا السبب 14.82 في

المئــة. وتفــوّق الذكور في ســبب الادخار

بغرض السكن بنسبة 19.38 في المئة، فيما صوّت لها النساء بنسبة 7.27 في

المئة فقط، وبلغ المعدل للجنسين على ذات

هذا وأظهرت نتائج المسح أن نسبة

الشبباب المشتغلين الراضين عن عملهم

الحالي بشكل تام بلغت 23.54 في المئة،

ولم يواجه 54.12 في المئة من الشَّعاب

المشتغلين أي صعوبات أثناء العمل

ويلغت نسبتهم حسب الجنس 54.67

كما كشفت نتائج المسح أن نسعة

الشباب الذين يستخدمون مواقع التواصل

الاجتماعي بلغت 98.43 في المئة، وبلغت نسبة الذكور منهم 98.63 في المئة، ونسبة

الإناث 98.22 في المئة، في حين بلغت نسبة

الشبباب الذين أثبرت شبكات التواصل

الاجتماعي على علاقتهم الاجتماعية 35.83

في المئة بلغت نسبة الذكور منهم 36.81 في

واوضحت الهيئة أن المسح يهدف إلى

توفيس العديد من المؤشسرات المهمة حول

واقع الشبباب في النواحي الاجتماعية

والديموغرافية والاقتصادية، وإبراز

القضائا والتحديات التي تواجههم،

وإتاحة الفرصة للتعرف على احتياجاتهم،

واستخراج العديد من المؤشرات

والمقاييس. وبعض البيانات التفصيلية

الأخرى حول التعليم والحالة العملية

والاقتصادية، وكذلك قياس المشاركة

المجتمعية وقياس مستوى معرفة الشبياب

بأساسيات الإسعافات الأولية والسلامة

المُنَّة ونسبة الإناث 34.80 في المئة.

في المئة من الذكور مقابل 51.47 في المئة

من الإناث، مقاسل 45.88 في المئة واجهوا

السبب 17.11 في المئة.

الحالى أو السابق.

صعوبات أثناء العمل.

ما نسبته 35.28 في المئة من الذكور.

الجنسين 28.38 في المئة.

بغرض الزواج بُلغت 99.6 في المئة.

الموضة النسائية في شــتاء 2020 ليمنح المرأة إطلالة دافئة. وأوضح خبير الموضة الألماني جيرد مولر تومكينس أن السروال الكشيمير يأتي هذا الموسيم بقصلة واسلعة من أجل الإحساس بالراحة، كما أنه يكتسي بألوان هادئة

كالأبيض والرمادي والبيج والكريمي والجملي ليضفي علىٰ المظهر لمسة رقة وأضاف تومكينس أن السروال

الكشهير يتناغه مع البلوف التريكو أو الجاكت الكارديجان، بينما يمكن الحصول على إطلالة رياضية من خلال تنسيقه مع "هودي".

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