

الجمهورية التونسية
وزارة التجارة
المعهد الوطني للاستهلاك

دراسة

استهلاك
الأطفال
والمراهقين:
العوامل المؤثرة
فيه وآثاره

الصحية والاقتصادية

إقليم تونس

تقرير المرحلة الثالثة

أفريل 2015

مقدمـة

في إطار انجاز الدراسة حول "استهلاك الأطفال والمراهقين، العوامل المؤثرة فيه وآثاره الصحية والاقتصادية"، و تبعا للمراحل التي ضبطها كراس الشروط فقد تمّ في مرحلة أولى تقديم تقرير توثيقي شمل تعاريف المفاهيم المعتمدة وعرضا لمختلف الدراسات والتقارير المنجزة في هذا الموضوع على الصعيدين الوطني والدولي. وفي مرحلة ثانية، تمّ إعداد تقرير تضمّن النتائج العامة للبحث الميداني الذي شمل عينة متكونة من 966 أسرة ممثلة لكل الأصناف الاجتماعية للأسر بمناطق إقليم تونس (ولايات تونس واريانة وبن عروس ومنوبة) تمّ سحبها بالاعتماد على طريقة الحصص ثنائية المراحل في سحب العينات حيث تمّ في مرحلة أولى سحب 60 وحدة أولية (العمادات) وتمّ في مرحلة ثانية اختيار عينة من الوحدات الثانوية تعدّ 25 أسرة في كل وحدة أولية حسب ضوابط ديمغرافية وتعليمية واقتصادية. و ميدانيا تم استجواب كل أسر العينة التي لها أبناء يتراوح أعمارهم بين 3 و 18 سنة. ولجمع البيانات، ونظرا لاختلاف نمط الاستهلاك حسب الفئات العمرية، تمّ اعتماد استبيان خاص بالأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 3 و 5 سنوات واستبيان خاص بالأطفال من الفئة العمرية من 6 إلى 9 سنوات. وقد تولّى الأولياء الإجابة عن الاستبيان نيابة عن هاتين الشريحتين. كما تمّ إعداد استبيان موجه مباشرة للأطفال والمراهقين من الفئة العمرية التي تتراوح بين 10 و 18 سنة علاوة على الاستبيان الموجه إلى الأولياء أنفسهم. وقد تمّ انجاز هذا العمل الميداني خلال شهري جوان وجويلية 2014. و فيما يتعلق باستغلال البيانات، فقد تمّ اعتماد برنامج CSPro لإدخال البيانات في الحواسيب وبرنامج SPSS لمعالجة البيانات واستخراج النتائج.

ونتولى في هذا التقرير الثالث تقديم تحليل لنتائج هذا البحث ومقارنتها مع ما هو متاح من نتائج مختلف الدراسات المنجزة في هذا المجال وذلك تمهيدا لإعداد المرحلة الأخيرة من الدراسة والتي تختص بوضع معالم خطاب اتصالي هادف لترشيد استهلاك الأطفال والمراهقين وتوعية الأولياء بدورهم التربوي لإرساء نمط استهلاك سليم للناشئة.

ونتولى في الجزء الأول من هذا التقرير الثالث تقديم حوصلة لأهمّ خصائص نمط الاستهلاك لدى الأطفال والمراهقين حسب الفئات العمرية. في حين نتناول بالدرس في الجزء الثاني منه مختلف ظواهر الاستهلاك لدى الأطفال والمراهقين وتحليل تجلياتها حسب هذه الفئات العمرية وحسب خصائص رؤساء الأسر الاقتصادية والديموغرافية والتعليمية. كما نتناول بالدرس مختلف العوامل المؤثرة في الاستهلاك وتأثيراتها على الصحة البدنية والنفسية للأطفال والمراهقين وعلى ميزانية الأسرة.

الجزء الأول:

حوصلة نتائج البحث الميداني

أهم خصائص نمط استهلاك الأطفال
الذين تتراوح أعمارهم بين 3 و5 سنوات

لقد أفرزت نتائج البحث الميداني الذي شمل في جزء منه عينة تعدد 362 طفلا الذين تتراوح أعمارهم بين 3 و5 سنوات ، تولى أولياؤهم الإجابة نيابة عنهم على الاستبيان الموجه لهم، أنّ نمط استهلاك هذه الفئة من الأطفال يتميز بلهم الخصائص التالية:

الاستهلاك الغذائي

- يتميز نمط الاستهلاك الغذائي لدى هذه الشريحة العمرية بالخصائص التالية:
- استهلاك الحليب (87.6% من هاته الشريحة) والياغورت (86.7%) والأجبان (72.1%).
 - استهلاك البسكويت والكايك (63.2%) والشوكلاطة (بنسبة 60.8%). والحلوى (36.2%).
 - استهلاك العصير (بنسبة 67.7%) والمشروبات الغازية (42%).
 - البيض (57.2%) البطاطا المقلية (56.1%) والكسكروت والبيتزا (44.2%).
 - استهلاك الخضر (40.1%) والغلل (7.7%).

الألعاب الترفيهية

يقضي 61.2% من الأطفال غالب أوقات الفراغ في اللعب مع الإخوة والأصدقاء و 57.7% في مشاهدة التلفزة بينما يقضي قرابة ثلث الأطفال (31.9%) في الألعاب التثقيفية (رسم - تلوين - تركيب..). وغالبا ما تكون الألعاب مصنوعة من المواد البلاستيكية

مشاهدة البرامج التلفزية

يستهيوي الأطفال مشاهدة البرامج المعدة للأطفال خاصة عبر القنوات الوطنية (بالنسبة لـ47.6%) والعربية (70.5%) للتلفزة بمعدل يومي يبلغ ساعتين خلال أيام الأسبوع وثلث ساعات في نهاية الأسبوع. وتصل هذه المدة الأخيرة لدى 10.2% من الأطفال إلى 5 ساعات فما فوق. وتتعدى الثلاث ساعات يوميا خلال باقي أيام الاسبوع بالنسبة لـ22.9%.

الرّوضة والأقسام التحضيرية

يقضي 31% من الأطفال يومهم بالرّوضة و 26.7% منهم بالأقسام التحضيرية و 42.3% منهم في المنزل. وتتكوّن اللّمجة التي يأخذها الطّفل معه الى الرّوضة أو القسم التحضيري أساسا من مواد البسكويت والكايك

87.3%) والياغورت (64.2%) والعصير (46.7%) وينسب أقلّ من الاجبان (31.3%) والغلال (24.4%) والكسكروت (22.3%).

الإشهار والعروض التّجاريّة

أفرزت نتائج البحث الميداني أنّ الإعلانات الإشهارية وخاصة التي تبتّ بالتلفزة وكذلك العروض التسويقية في الفضاءات التّجارية لها تأثير مباشر على السلوك الاستهلاكي الطفل. ويتجلى ذلك من خلال ما ذكره الأولياء من إلحاح شديد من طرف الأطفال (70% منهم) لاقتناء ما تأثروا به من خلال ما شاهدوه في الإعلانات الإشهارية أو في الفضاءات التّجارية مما جعلهم يلبون طلباتهم خاصة من مادة المتلجات بالنسبة لـ 42.4% من الطالبات والبسكويت و رقائق فطور الصباح (35.5%) والعصير (31.8%) والياغورت (26.5%) والإقبال على فضاءات الألعاب الترفيهيّة (27.3%).

التأثير الصحيّ والتفسي

بالاستناد إلى أجوبة الأولياء، يتبيّن أنّ لنمط الاستهلاك الغذائي ونوعيّة المواد المستهلكة تأثير ا على صحّة الطفل النفسية والجسدية وعلى نسق نموّه. فترى فئة من الأولياء أنّ هذا التأثير يتمثل في نقص في الوزن لقرابة 27.8% من الأطفال في حين ترى فئة أخرى أنّ أبنائهم شهدوا زيادة في الوزن من جرّاء نمط الاستهلاك وذلك بالنسبة إلى 11.4% منهم.

كما إنّ لوسائل المعلومات والاتصال الحديثة ومدى تعامل الأطفال معها تأثير ا مباشرا على حوالي ثلث هذه الفئة العمرية (32.7%) حسب ما لاحظته الأولياء. ويكون هذا التأثير في جانب منه ايجابيا بما أنّه يهكّن الطفل منذ الصّغر من الانفتاح على التكنولوجيات الحديثة والتمرّس على استعمالها. إلا أنّ له في المقابل جانب سلبيّ يتمثل في انطواء الطّفل على نفسه والانعزال عن بقية الأسرة إمّا لانشغاله بالألعاب الالكترونية عبر الهاتف أو بمشاهدة البرامج التلفزيونية. وقد يصل الأمر في هذا الجانب من التأثير إلى التعامل ب نوع من العصبية والتشنج مع أفراد الأسرة ورفض كل شيء.

التأثير الاقتصادي

وعلاوة على التأثير الصحي والنفسي للسلوك الاستهلاكي على الطفل، فإنّ نمط استهلاك هاته الفئة العمرية تأثيرا على ميزانية الأسرة التي تتحمل تبعات العوامل المؤثرة في سلوك الطفل بالقيام بإنفاق إضافي لتلبية حاجياته وتطلعاته المتجددة.

وقد أفرزت نتائج البحث الميداني أنّ معدّل الإنفاق الشهري للأسرة التي لديها أبناء أعمارهم بين 3 و5 سنوات يبلغ 101.4 د لتلبية متطلبات رياض الأطفال والأقسام التحضيرية واقتناء الألعاب. إنّ هذا المعدّل وقع احتسابه على قاعدة إجمالي الأسر التي لها أبناء سواء كانوا مسجّلين برياض الأطفال أو مآكثين بالمنزل. أمّا بالنسبة لفئة الأسر التي لها أبناء مسجّلون برياض الأطفال أو بالأقسام التحضيرية فإنّ هذا المعدّل الشهري للإنفاق على هذه الأوجه من الاستهلاك يبلغ 157.4 ديناراً.

**أهمّ خصائص نمط استهلاك الأطفال
الذين تتراوح أعمارهم بين 6 و9 سنوات**

كما أفرزت نتائج البحث الميداني الذي شمل كذلك عينة تعدد 417 طفلا تتراوح أعمارهم بين 6 و9 سنوات، تولى أولياؤهم أيضا الإجابة نيابة عنهم على الاستبيان الموجّه لهم، أنّ نمط استهلاك هذه الفئة من الأطفال يميّز هو الآخرّ بالخصائص التالية:

الاستهلاك الغذائي

يتميّز نمط الاستهلاك الغذائي لدى هذه الفئة العمرية بالخصائص التالية:

* استهلاك الياغورت (لدى 82.3% من الأطفال) الحليب (78.4%) الألبان (67.9%).

* استهلاك السكويك والكايك (63.6%) والشوكولاتة (63.3%).

* تناول العصير (59.2%) والمشروبات الغازية (56.8%).

* استهلاك البطاطا المقلية (57.6%).

* استهلاك الخضر (36%) والغلل (9.1%).

ومن بين مظاهر العادات الغذائية، فليق 28.9% من الأطفال تقلد غالبا ما يستهلكه بقية أفراد الأسرة ويتناول غالبا 11.8% منهم المشروبات الغازية مع الأكل.

مشاهدة التلفزة

تقضي هذه الفئة العمرية غالب أوقات الفراغ في مشاهدة التلفزة (67.9%) واللعب (59.8%) أو مشاهدة برامج وأفلام الأطفال (40%) بمعدل يومي يبلغ الساعتين خلال أيام الأسبوع ليصل إلى ثلاث ساعات في نهاية الأسبوع. وتتجاوز هذه المدة الأخيرة الخمس ساعات بالنسبة لـ 10.6% من الأطفال في حين تتعدى الثلاث ساعات يوميا خلال الأسبوع بالنسبة لـ 15.3% منهم.

الإشهار والعروض التجارية

لاحظ الأولياء أنّ للموضات الإشهارية عبر مختلف القنوات التلفزية تأثيرا مباشرا على نمط استهلاك الأطفال وخاصة منها ما يتعلق بالمواد الغذائية كالمثلجات (24.4%) والعصير (20.1%) وزيارة فضاءات اللعب والترفيه (12.7%). كما إنّ للعروض التجارية أيضا تأثيرا على نمط استهلاك الأطفال ويستهوهم في المقام الأول شكل التعليل والمظهر الخارجي (بالنسبة لـ 85.2%) ويليه العلامة التجارية (33.7%) ثمّ المذاق والنكهة (15.1%).

الإعلامية والانترنات

إنّ حوالي ربع الأطفال (24.7%) يستخدمون حاسوباً أو "تابلت" مرتبطاً بنسبة 90.1% بشبكة الانترنت بمعدل يومي يبلغ 77 دقيقة وتتجاوز المدة الثلاث ساعات بالنسبة لـ 7.2% من الأطفال خاصةً في تعاطي الألعاب الترفيهية. ويرتاد 13.8% الفضاءات الإعلامية publinet بمعدل ساعتين في الأسبوع (تتراوح هذه المدة بين اقل من ساعة بالنسبة لـ 26.4% من الأطفال إلى ما فوق 4 ساعات في الأسبوع بالنسبة لـ 17% منهم) بمقابل مالي يبلغ معدّل 3 دنانير (يتراوح بين 500 مليم و14 ديناراً في الأسبوع).

مصرف الجيب

أفرزت النتائج أنّ 40.1% من الأطفال يتحصّلون على مصرف الجيب بمعدل 32 دينار شهرياً للطفل الواحد يسند إليهم خاصةً من طرف الأم. وينفق هذا المبلغ في اقتناء مواد غذائية كالعصير بالنسبة لـ 50.7% من الأطفال والسندويتش والبيتزا (50%) والبسكويت (48.5%) والمرطبات والملحجات (45.8%) والشوكولاتة (33.8%).

الهاتف الجوّال

يمتلك حوالي 16.3% من الأطفال (أي قرابة طفل من كل 6 أطفال) جهاز هاتف جوال متصلاً بالنسبة لثلاث هؤلاء بشبكة الانترنت. ويبلغ معدّل ثمن اقتناء هذا الجهاز 123 دينار ومعدل الإنفاق الأسبوعي على شحنه 3 دنانير. ويستخدم من طرف الأطفال في الألعاب الالكترونية بمعدل 48 دقيقة في اليوم. وتتراوح هذه المدة بين 10 دقائق وساعتين.

التأثير الصحي والنّفسي

لاحظ الأولياء أنّ نمط الاستهلاك الغذائي والتعامل مع وسائل المعلومات والاتصال الحديثة قد أثرا على صحّة وسلوك أبنائهم.

- فعلى المستوى الصحي يرى 41.3% من الأولياء أنّ نمط الاستهلاك الغذائي المتبع من طرف الأبناء له أثر سلبيّ على صحّتهم. ويتمثل هذا التأثير من جهة في نقص في الوزن بالنسبة لـ 28.3% من الأطفال المنتمين لهاته الفئة العمرية ومن جهة أخرى، وعلى عكس ذلك، في زيادة في الوزن بالنسبة لـ 10.5% من هاته الفئة العمرية.

- كما صرّح 75% من الأولياء أنّ تعامل الأبناء مع وسائل المعلومات والاتصال الحديثة له اثر ملحوظ على سلوك الأبناء. وهذا الأثر له جانب إيجابي وآخر سلبيّ.

يتمثل الجانب الإيجابي في أنّ تعامل الطفل مع وسائل التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال قد مكنه من التفتح على معارف ومعلومات تكنولوجية جديدة مما ساعده على إثراء زاده المعرفي (بالنسبة إلى 36.4 % من إجمالي الأطفال) وساعده على تحسين نتائجه المدرسية (بالنسبة إلى 28.4 %).
أما الجانب السلبي فإنه يتمثل في انطواء الطفل على نفسه (بالنسبة لـ 14.8 % من الأطفال) لانشغاله بهذه الوسائل مما جعله قليل النشاط والحركة (بالنسبة لـ 11.4 %) وقليل النوم (بالنسبة لـ 8 %) ويصل الأمر في حالات أخرى إلى التعامل بعصبية مع أفراد الأسرة (بالنسبة لـ 2.3 %).

التأثير على ميزانية الأسرة

أبرزت نتائج البحث أنّ تلبية حاجيات الأطفال من مصاريف لاقتناء وشحن الهاتف الجوّال وكلفة الإنترنت والفضاءات الإعلامية ومصرف الجيب يتقل كاهل 56.8 % من الأسر التي لها أبناء يتراوح أعمارهم بين 6 و9 سنوات. وأما النسبة الباقية من الأسر والتي تبلغ 43.2 % ، فليتها لم تدل ببيع مصاريف بالنسبة لهذه الأوجه من الاستهلاك لأنّ أبناءهم في هذه الشريحة العمرية ليس لديهم حاسوب أو هاتف جوّال ولا يحصلون على مصرف الجيب.

وبذلك يكون معدّل إنفاق فئة الأسر (56.8 %) التي لها مصاريف جارية لفائدة الأطفال (شحن الهاتف وارتداد الفضاءات الإعلامية والانترنت) في حدود 43.1 د في الشهر للأسرة الواحدة إضافة إلى الإنفاق على اقتناء الهاتف بمعدّل 37.3 د .

**أهمّ خصائص نمط الاستهلاك لدى الأطفال والمراهقين
الذين تتراوح أعمارهم بين 10 و18 سنة**

كما شمل البحث عينة تعدد 568 طفلا ومراهقا تتراوح أعمارهم بين 10 و 18 سنة تولوا الاجابة بأنفسهم عن الاستبيان الموجّه إليهم والتي أفرزت الخصائص الاستهلاكية التالية :

الاستهلاك الغذائي

إنّ أهمّ خصائص نمط الاستهلاك الغذائي لدى هاته الفئة العمرية تتمثل في:

- تناول الكسكروت والبيتزا (بالنسبة لـ 83.1 % من هذه الشريحة)
- المشروبات الغازية (78.2 %) والعصير (44.2%)
- استهلاك الياغورت (75.4%) والحليب (69.7%) والاجبان (66.2 %)
- استهلاك البطاطا المقلية (58.8%) والشيبس (32.2%)
- استهلاك المرطبات (59.7%) والشوكولاتة (53.7%) والبسكويت والكايك (49.1%)
- استهلاك البيض (46.8%) والسلامي والجامبون (44.7%)
- تناول الخضر (36.1%) والغلل (10.7%) .
- يتناول جل الأطفال (86.3% منهم) فطور الصباح في البيت.
- تحبذ نسبة 26.3 % من هذه الفئة العمرية غالبا تناول الأكلات خارج البيت مع الأصدقاء ونسبة 64.4 % تقوم بذلك أحيانا.

مصرف الجيب

صرّح 86.6% من المستجوبين بأنهم يتحصّلون على مصرف الجيب بمبلغ شهري في حدود 61.4 د ويصل هذا المبلغ الى حدود 400 د. وتقوم الأم في غالب الأحيان بإسناد المبلغ إمّا بوتيرة يومية بالنسبة لـ 46.9% من الأطفال والمراهقين أو حسب الظروف والحاجة بالنسبة لـ 38.2% منهم.

- ويتمّ إنفاق هذا المبلغ خاصّة في اقتناء المأكولات والمشروبات خارج البيت (بالنسبة لـ 86.9% من الذين يحصلون على مصرف الجيب) و شحن الهاتف (بالنسبة لـ 38.4%) والتنقل (بالنسبة لـ 34.1%) وكذلك في الفضاءات الإعلامية - Publinet (بالنسبة لـ 21.2%) وفي قاعات الشاي والمقاهي (بالنسبة لـ 20.2%).

التلفزة والإشهار

أفرزت النتائج أنّ 6.3% من الأطفال والمراهقين لهم جهاز تلفزة خاصّ بهم في حين تشاهد النسبة الباقية (93.7%) التلفزة مع أفراد الأسرة - وتبلغ مدة المشاهدة معدّل الساعتين يوميا خلال الأسبوع وخاصة في الفترة المسائيّة بين السّاعة الثامنة والسّاعة العاشرة. ويصل هذا المعدّل إلى 3 ساعات ونصف السّاعة في نهاية الأسبوع وخاصة بين السّاعة الثامنة مساءً ومنتصف الليل.

إنّ أكثر ما يستهوي الأطفال والمراهقين مشاهدة البرامج الترفيهيّة (بالنسبة لـ 67.7% منهم) وبرامج الموسيقى (بالنسبة لـ 25.7%) وبرامج الرّياضة (بالنسبة لـ 23.3%).

- كما صرّحت نسبة 29.6% أنّها تتأثّر بالاعلانات الاشهارية. وتأتي التلفزة في المقام الاول بالنسبة لـ 99.4% من هؤلاء وتليها المعلقات بالاماكن العامة بالنسبة لـ 74.8%، في حين يرى 60.4% من المستجوبين أنّ العروض في الفضاءات التجاريّة تستهويهم أكثر. وعلى مستوى انواع المواد المعروضة في الفضاءات التجاريّة او عبر الاعلانات الاشهارية فان انواع الملابس والأحذية الشّبابية تستهوي نسبة 55.9% من هذه الفئة العمريّة وأنواع الهاتف الجوال (بالنسبة لـ 42.1%) والمشروبات الغازية (بالنسبة لـ 31.2%) وامتيازات الشّحن من انخفاضات في كلفة المكالمات والهدايا والمنح على الشّحن Bonus (بالنسبة لـ 22.2%).

الحاسوب والانترنت

أفرزت نتائج البحث أنّ 14.5% من المستجوبين لهم حاسوب خاص بهم و أنّ 43% منهم يستعملون حاسوبا تابعا لأحد أفراد الأسرة وأنّ 42.5% ليس لديهم هذا الجهاز.

- بالنسبة للفئة التي تستخدم الحاسوب ، فإنّ جلّها (95.4%) متّصلة بشبكة الانترنت ممّا يسمح لها بالإبحار بمعدّل يوميّ في حدود السّاعتين خاصّة في مواقع التّواصل الاجتماعيّ (بالنسبة لـ 95.8% منهم) وبدرجة أقلّ في مواقع اللّعب ومشاهدة الأفلام (بالنسبة لـ 37.5%). أمّا مواقع التّرفيه والثقافة والتعلّم، فإنّها لا تستهوي إلا نسبة 25.7% منهم.

وفيما يخصّ الفضاءات الإعلاميّة publinet فترتّبها نسبة تضاهي 45.8% من مجموع المستجوبين للإبحار في مواقع التّواصل الاجتماعيّ (بالنسبة لـ 78% من الذين يرتادون هذه الفضاءات) وفي مواقع العلوم والبحث لإعداد الملفات المدرسيّة خاصّة (بالنسبة لـ 32.2%) أو الترفيه واللّعب (بالنسبة لـ 26.9%) بمقابل معدّل إنفاق يساوي 11.2 دينار في الشهر للطفل (ويتراوح بين دينار و30 دينار حسب وتيرة التردّد).

الهاتف الجوّال

يمتلك 83.4% من الأطفال والمراهقين جهاز هاتف جوال ويتعاطى 35% منهم الألعاب الالكترونية المبرمجة ضمنه بمعدل 16 دقيقة يوميا - ويبلغ معدل كلفة الشحن أسبوعيا 4.5 دينار. ويصل هذا المبلغ الى أكثر من 30 دينار.

التواصل الأسري

كما تناول البحث بالدرس موضوع التواصل والحوار داخل الأسرة نظرا لما لهذا الجانب من أهمية في بناء شخصية الأطفال والمراهقين من خلال متابعة الأولياء لأحوالهم وسيرتهم والتعرف على مشاغلهم والمشاركة في تناول مشاغل الأسرة والتعود على الشعور بالمسؤولية وما لذلك من تأثير على سائر أطوار حياتهم ولأنه كما يربى الطفل يشب عليه ويتعود على ما مارسه و ما رسخ في ذهنه. لقد بينت نتائج البحث أن اجتماع الأبناء مع بقية أفراد الأسرة يتم خلال السهرة بالنسبة ل 75.7% من المستجوبين وأثناء تناول وجبات الطعام بالنسبة ل 42.8% منهم. وتظل الأم هي التي يلتجئ إليها الأطفال والمراهقون في المقام الأول عند الحاجة وذلك بالنسبة ل 69.7% منهم في حين يلتجئ 21.9% منهم إلى الأب.

النشاط الرياضي

صرح 22.1% من المستجوبين أنهم يتعاطون نشاطا رياضيا (خارج إطار المدرسة) وتختلف وتيرة ممارسة هذا النشاط. فبالنسبة لـ 57.2% من هؤلاء، فإنها تمارس الرياضة بصفة منتظمة وبوتيرة مرة أو أكثر من مرة في الأسبوع. في حين أن نسبة 35.2% تتعاطى هذا النشاط كلما أمكن لها ذلك. وفيما يخص نوعية الرياضة فتاتي كرة القدم في المقام الأول (42.7% من الممارسين للرياضة) وتليها الأنشطة داخل القاعات الرياضية (تقويم العضلات، الفيتناس، الايروبيك....) بالنسبة ل 34.2% والعباب القوى وأنشطة فردية أخرى بالنسبة ل 11.3%. هذا وإن معدل ممارسة الأنشطة الرياضية يبلغ 3 ساعات ونصف في الأسبوع ويتراوح بين 30 دقيقة الى اكثر من 7 ساعات).

كما تطرق البحث إلى معرفة أسباب عدم ممارسة الرياضة لدى نسبة هامة من الناشئة تمثل 77.9% من المستجوبين. فصرحت نسبة تمثل 24.8% من هؤلاء أنها لا تحب تعاطي الرياضة. في حين ترى نسبة 23.3% أن ذلك راجع إلى عدم وجود وقت تخصصه لهذا النشاط (وهذا راجع عند البعض إلى عدم الوعي بدور الرياضة كعنصر أساسي لنمو سليم للجسم وليس كعنصر ثانوي يمكن الاستغناء عنه أو تعويضه). أما بالنسبة لحوالي 20% فإن عدم ممارسة الرياضة راجع إلى قلة الإمكانيات المادية الضرورية لذلك. في حين صرحت نسبة 18.2% أنها مشغولة بأنشطة أخرى وليس لها وقت لتعاطي الرياضة.

أوقات الفراغ

صرّحت نسبة 33.6% انها تقضي أوقات الفراغ بالمنزل بدون نشاط يذكر في حين تميل نسبة 30.1% إلى الاسترخاء والنوم ونسبة 29.6% في اللعب او التحدث مع الأصدقاء و 20.7% في المقاهي و 16.7% في الفضاءات الإعلامية في حين أنّ نسبة 14% تقضي هذا الوقت في المطالعة و 8.8% فقط في النوادي الثقافية. ويدل ذلك على عدم إدراك الناشئة بقيمة الوقت و من الضروري العمل على توعيتهم وتحفيزهم على استغلاله على الوجه الامثل

التأثير الصحي والنفسي

صرّح 28.8% من المستجوبين أنّ نمط استهلاكهم الغذائي أثر على صحتهم. ويتمثل هذا الأثر من جهة في نقص في الوزن بالنسبة لـ 15.7% من المستجوبين، ومن جهة أخرى في زيادة في الوزن بالنسبة لـ 10%، في حين صرّحت نسبة 3% أنّها مرّت بتوعّكات صحيّة من جرّاء نمط الاستهلاك الغذائي. وفيما يتعلّق بتأثير تعامل الأطفال والمراهقين مع وسائل المعلومات الحديثة صرح 58.9% من المستجوبين أنّ لهذه الوسائل أثر على سلوكهم ببعديه الايجابي والسّلبّي.

وأما الجانب الايجابي فيتمثل في الانفتاح والاطلاع على معلومات وتكنولوجيات جديدة (حسب ما صرح به 41.9% من العيّنة) وكذلك في تحسين الزاد المعرفي والنتائج المدرسية بالنسبة لـ 15.9%.
وأما الجانب السّلبّي فيتمثل خاصّة في قلّة النّشاط وقلّة التّوم وانطواء الطّفل والمراهق على نفسه من كثرة انشغاله بهذه الوسائل الحديثة واهتمامه باستعمالها (بالنسبة إلى 16.7% من المستجوبين).

كما تطرّق البحث إلى معرفة موقف وآراء الأطفال والمراهقين من بعض المواد والأكلات. فقد لاحظت نسبة تقارب 75% من هؤلاء أنّ الأكلات السريعة غير منصوح بها صحيا (ولا يمكن التعهيم بلئها مضرّة بالصحة). وترى نسبة تساوي 87.6% أنّ الإفراط في تناول المواد السكرية أو الدهنية مضرّ بالصحة. كما صرّحت نسبة 59.7% أنّ تناول المشروبات المنشّطة مضرّ كذلك بالصحة

وفيما يخصّ التناول الفعلي لهذه المواد الأخيرة، فقد صرّح 23.1% من الأطفال والمراهقين أنّهم تناولوا المشروبات المنشّطة و 3.4% تناولوا المشروبات الكحولية و 3.8% استهلكوا المواد المخدّرة (مع الملاحظ أنّ هذه النسب تمثل الحد الأدنى لاستهلاك خاصة المشروبات الكحولية والمخدرات و لا يعكس الوضع الحقيقي نظرا لحساسيّة الموضوع عامة ولدى الأطفال والمراهقين خاصة .)

نوعية الحياة

للوقوف على مدى تأثير الظروف المعيشية على نوعية رفاه الحياة التي تعيشها فئة الأطفال والمراهقين، صرّحت نسبة 7.1% منهم أنها في رفاه تام وترى نسبة 72.2% بلقها تعيش رفاها عاديا في حين صرّحت نسبة 20.6% من المستجوبين أنها تعيش ظروفًا معيشية منعدمة الرفاه. وللوقوف عن أسباب انعدام الرفاه لدى هؤلاء، فقد صرّح 3/4 من هم أنّ ذلك راجع إلى ضعف الإمكانيات المادية للأسرة. في حين ترى نسبة تقارب الثلث (31.8%) أنه ليس لديها أي إمكانية للترويح عن النفس وللتفسيح. واما بالنسبة ل15.5% فإن ذلك راجع بالأساس إلى معاناة مشاكل أسرية و بالنسبة ل13.6% فإن ما تجده من صعوبات على المستوى المدرسي (نتائج ضعيفة، انقطاع، رفث...) قد أثر سلبا على حياتها وعلى سلوكها.

التأثير على ميزانية الأسرة

صرّحت 95.4% من الأسر انها تقوم بإنفاق لتلبية حاجيات هذه الفئة العمرية من مختلف أبواب الاستهلاك التي تطرق اليها البحث (مصروف الجيب والهاتف الجوال والانترنات وتعاطي الرياضة وارتياذ الفضاءات الاعلامية) بمعدّل 107 د في الشهر للأسرة. ويختلف هذا المبلغ من أسرة إلى أخرى ليصل إلى 494 د .

تطور خصائص نمط الاستهلاك حسب الفئات العمرية

1 - الاستهلاك الغذائي

معدل عدد أيام الاستهلاك في الأسبوع						نسبة الإقبال على الاستهلاك الغذائي			المواد
الشرائح العمرية						18/10	9/6	5/3	
سنة 18/10		9/6 سنوات		5/3 سنوات		سنة	سنوات	سنوات	
(2)	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	نسق تصاعدي			
2.2	3.7	2.1	3.6	2.0	3.6	%58.8	%57.6	%56.1	بطاطا مقلية
3.7	6.4	3.2	5.8	3.0	6.2	%57.6	%54.7	%48.1	الخبز والعجين
3.7	4.4	2.4	3.8	1.6	3.7	%83.1	%63.1	%44.2	كسكروت/ بيتزا
3.1	4.0	2.0	3.6	1.4	3.3	%78.2	%56.8	%42.0	مشروبات غازية
1.6	3.5	1.3	3.3	1.3	3.2	%44.7	%40.3	%40.1	سلامي/جانبون
0.6	5.5	0.5	5.0	0.4	5.2	10.7%	9.1%	%7.7	غلال
						نسق تنازلي			
3.6	5.2	4.2	5.3	5.3	6.0	%69.7	%78.4	%87.6	الحليب
2.9	3.9	3.6	4.4	4.2	4.9	%75.4	%82.3	86.7%	الياغورت
2.5	3.8	2.8	4.1	3.2	4.5	%66.2	%67.9	72.1%	الاجبان
1.6	3.7	2.5	4.2	3.0	4.5	%44.2	%59.2	67.7%	العصير
2.0	4.1	2.7	4.3	3.0	4.8	%49.1	%63.6	%63.2	بسكويت وكايك
1.3	2.5	1.8	2.9	1.7	2.8	%53.7	%63.3	60.8%	الشوكولاتة
1.8	5.1	1.7	4.8	2.0	5.1	36.1%	%36.0	%40.1	الخضر
0.7	3.8	1.1	3.7	1.5	4.0	%17.5	%28.6	36.2%	الحلوى والعلكة
0.8	2.6	0.9	2.8	1.2	3.2	32.2%	%33.6	35.6%	شيبس
						85.5%	75.2%	57.3%	تناول مشروبات غازية مع الأكل

- (1) معدل عدد أيام الاستهلاك في الأسبوع بالنسبة للذين لهم إقبال على استهلاك هاته المواد
(2) معدل عدد أيام الاستهلاك بالنسبة لإجمالي عينة الأطفال من كل شريحة عمرية

2- بقية أوجه الاستهلاك

أوجه الاستهلاك	3 - 5 سنوات	6 - 9 سنوات	10 - 18 سنة
----------------	-------------	-------------	-------------

التأثير على الصحة	حسب تصريحات الاولياء: نقص في الوزن: 28.3% زيادة في الوزن: 10.5%	حسب تصريحات الاولياء: نقص في الوزن: 27.8% زيادة في الوزن: 11.4%	حسب تصريحات الاولياء: نقص الوزن: 15.7% زيادة في الوزن: 10%
الرّوضة والقسم التحضيري		57.7% مرسّمون بالرّوضة او بقسم تحضيري	
التلفزة والإشهار والعروض التجارية	الاعلانات الاشهارية بالتلفزة - * مدة مشاهدة التلفزة 2 س / خلال ايام الاسبوع 3 س / في آخر الاسبوع * تأثير بالنسبة للمواد: ملابس واحذية شبابية (55.9%) - انواع الهواتف الجواله (42.1%) - مشروبات غازية (31.2%) امتيازات شحن الهاتف (22.2%)	الاعلانات الاشهارية بالتلفزة * مدة المشاهدة: 2 س / خلال ايام الاسبوع 3 س / في آخر الاسبوع مشاهدة برامج الاطفال على القنوات العربية (70.5% من الاطفال) والقنوات الوطنية (47.6%) *تأثير بالنسبة للمواد الغذائية: رؤائق فطور الصباح (35.3%) عصير (31.8%) ومنتجات (42.4%) و شوكولاتة (18%)..	الاعلانات الاشهارية بالتلفزة: * مدة مشاهدة التلفزة: 2 س خلال ايام الاسبوع 3 س و 30 دق في آخر الاسبوع * تأثير بالنسبة للمواد: ملابس واحذية شبابية (55.9%) - انواع الهواتف الجواله (42.1%) - مشروبات غازية (31.2%) امتيازات شحن الهاتف (22.2%)
غالب اوقات الفراغ	التلفزة: 67.9% اللعب: 59.8% المطالعة: 24.6% العاب الكترونية: 20.1% مواقع الاتصال الاجتماعي: 67%	اللعب: 61.2% من الاطفال التلفزة: 57.7% العاب تثقيفية: 31.9%	البقاء بالمنزل بدون نشاط: 33.6% النوم: 30.1% التحدث مع الاصدقاء: 29.6% المقاهي وقاعات الشاي: 20.7% الفضاءات الاعلامية: 16.7% المطالعة: 14% الالعاب الالكترونية: 17.4%
الهاتف الجوال	16.3% لديهم هاتف جوال، الالعاب الالكترونية بالهاتف: معدل 48 دقيقة في اليوم شحن الهاتف: معدل 3 دنانير في الاسبوع		83.4% لديهم هاتف جوال الالعاب الالكترونية بالهاتف: معدل 16 دق في اليوم شحن الهاتف: معدل 4.5 دنانير في الاسبوع
الانترنات	27.4% يستخدمون الحاسوب/ 90% منهم مرتبط بالانترنات معدل الابحار اليومي: معدل 77 دق		14.5% لهم حاسوب خاص - 95% منهم مرتبطون بالانترنات 43% يستخدمون حاسوب أحد أفراد العائلة 42.5% ليس لديهم حاسوب. معدل الابحار بالانترنات: ساعتان في اليوم خاصة في المواقع الاجتماعية.
مصرف الجيب	40.1% يتحصلون على مصرف الجيب بمعدل 32 دفي الشهر للطفل		86.6% يتحصلون على مصرف الجيب بمعدل 61.4 د في الشهر
التأثير على ميزانية الأسرة	56.8% من الاسر يقومون بمصاريف خاصة بالأبناء بمعدل 43 د شهريا.	معدل انفاق 157.4 د للأسرة في الشهر. (وذلك بالنسبة للأسر التي لها أبناء بالرّوضة أو الأقسام التحضيرية)	معدل الإنفاق الاسري: 107 د في الشهر .
النشاط الرياضي خارج الاطار المدرسي			22.1% يتعاطون نشاطا رياضيا بمعدل 3 ساعات و 30 دق في الاسبوع و 77.9% لا يمارسون الرياضة
نوعية الحياة			رفاه تام: 7.1% - رفاه عادي: 72.2% منعدم الرفاه: 20.6%

الجزء الثاني:

تحليل نتائج البحث الميداني

الاستهلاك الغذائي

يلعب الغذاء دوراً مهماً في صحّة الإنسان البدنيّة والذهنية وفي جميع مراحل العمر ولهذا ينبغي إكساب الطّفل منذ طفولته الأولى العادات الغذائيّة الصحيّة السليمة حتّى يكون لها أكبر الأثر في إتباعه سلوكاً استهلاكياً غذائياً سليماً وسوياً عند الكبر . وللأسرة دور رائد في الثقافة الاستهلاكية الغذائيّة للطفل . فالأطفال يتعلمون السلوك من خلال سلسلة من المواقف السّائدة ومن خلال معاملة الآخرين لهم في المحيط العائلي وفي الأماكن التي تتنوّع فيها السلوكات الاستهلاكية كالمغازات الكبرى و الفضاءات المعدة للأكل والترفيه. ويظل دور الوالدين أساسياً في تنمية المهارات الأساسية لدى الطّفل وفي تعريف أطفالهم بأنواع ووظائف السلع وكيفية اختيار أفضلها عند شرائها، من خلال اصطحاب أطفالهم معهم في أماكن التسوّق المختلفة . ذلك أنّ الأطفال يتعلمون من والديهم من خلال ملاحظتهم لهم سواء أثناء الشراء أو عند الاستهلاك.

التسوّق وظاهرة الإلحاح

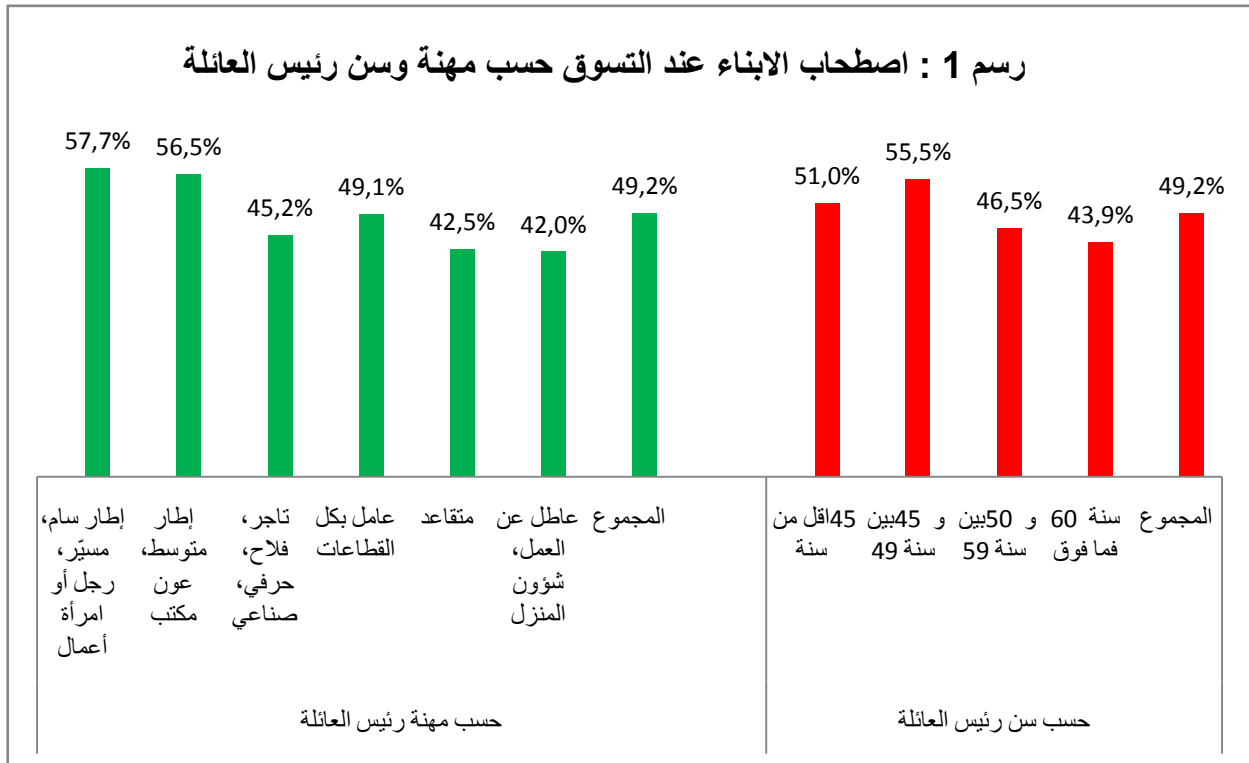
لقد بيّنت نتائج البحث الميداني أنّ قرابة نصف الأولياء (49.2 % منهم) يصطحبون أبناءهم عند التسوّق. وقد ينمي اصطحاب الأطفال إلى السّوق الثقافة الاستهلاكية لديهم، خاصّة عندما يتعلق الأمر بشراء احتياجاتهم ومشاركتهم في اختيار ما يخصّهم.

ومن المهمّ أن يتعلّم الطّفل المعارف والمهارات التي تتناسب مع السلوك الاستهلاكي السليم. ذلك أنّ التسوّق بصحبة الأطفال يشعرهم بالارتياح والثقة في النّفس، وبالتالي ينميّ قوّة الشخصية لديهم ويؤهلهم لاتخاذ القرار وحسن الاختيار. كما إنّ لتربية الأطفال تربية سليمة دوراً أساسياً في ضبط سلوكهم خلال التسوّق حتّى لا يصبح الأمر مزعجاً للأولياء.

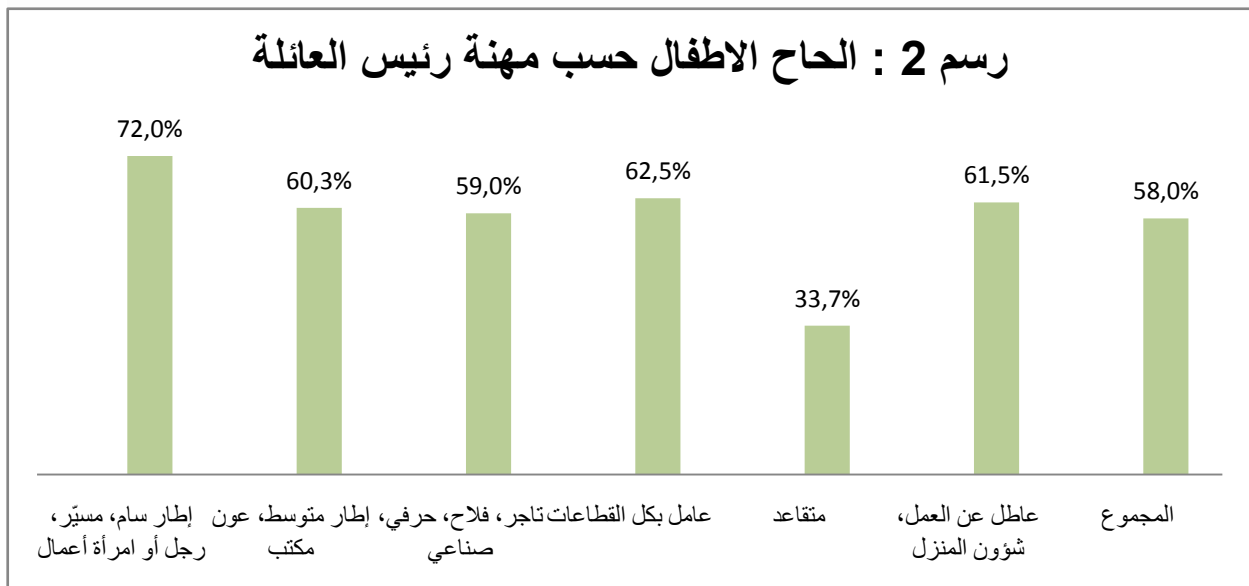
وقد تبيّن من خلال النّتائج أنّ عملية اصطحاب الأبناء للتسوّق لا تتأثر بسنّ رئيس العائلة بقدر تأثرها بصنّفه المهني (رسم 1). إذ تبلغ أعلى نسبة لمشاركتهم في التسوّق لدى فئة الإطارات العليا 57.7 % مقابل 42.5 % بالنسبة إلى فئة العاطلين عن العمل والمهتمّين بشؤون البيت والمتقاعدين. وقد تكون قلة اصطحاب فئة المتقاعدين لأبنائهم راجعة إلى أنّ أطفالهم قد تجاوزوا سنّ الطّفولة ولم تعد تستهويهم مثل هذه النّزهات.

أمّا بالنسبة للمهتمّين بشؤون البيت من النّساء خاصّة، فربّما يرجع السّبب في ذلك إلى أنّ جلهنّ ربّات بيوت وليس لديهنّ وسيلة نقل لاصطحاب أطفالهن أو أنّهنّ تغتنمن وجود الأطفال في مؤسّسات الدّراسة للتسوّق لتفادي شغبيهم.

فللتسوق يمكن أن يعتبر راحة نفسية للأبّ ومنتقسا لها من متاعب المنزل ورعاية الأطفال . إلا أنه أحيانا ما ينقلب الأمر من المتعة إلى المشقة عندما تصطحب الأمّ الأطفال معها . فقد تتعرض في بعض الأحيان إلى مواقف محرجة بسبب إلحاحهم الشديد لاقتناء مواد غذائية أو لعب لا تقدرن على شرائها . وللسبب ذاته، أي لقلة الإمكانيات، لا يصطحب العاطلون عن العمل أبناءهم أثناء التسوق إلا نادرا.



إنّ ظاهرة إلحاح الأبناء لاقتناء المواد المعروضة في فضاءات البيع لم تقتصر على فئة اجتماعية معينة من العائلات بل شملت كل الفئات بنسبة تفوق 59% باستثناء المتقاعدين منهم (33.7 %) وذلك راجع أساسا لأعمار أبنائهم التي تجاوزت في أغلبها سنّ الطفولة والمراهقة. (رسم 2).



وقد يتبادر للذهن أنّ هذا الإلحاح يخصّ الأطفال الصّغار الذين تتراوح أعمارهم بين 3 و5 سنوات، حيث أفصحت الدّراسة على أنّ 71 % منهم يلحّون على أوليائهم لنيل المرغوب، ولكن هذه الظاهرة تتفاقم عند الأطفال الأكبر سنّا الذين تتراوح أعمارهم بين 6 و9 سنوات حيث أنّ 77.5 % منهم يلحّون على اقتناء مواد لم يكن في الحسبان شراؤها عند التسوّق.

إنّ هذه الظاهرة ليست حكرا على الأسرة التونسية بل هي ظاهرة عالميّة إذ بيّنت دراسة حديثة أجريت في أستراليا أنّ الأولياء يتعرّضون لإلحاح أبنائهم عند التسوّق (في 73 % من الحالات) ممّا يرغمهم على ابتياع سلع لم تكن مدرجة في قائمة المشتريات وعمامة ما تكون هذه المواد غذائيّة غير صحيّة (وتبلغ هذه النسبة 88 % من مجموع المواد التي ألحّ عليها أطفال الدّراسة) يتمثل نصفها في الشكولاتة والحلويات. وصرّح الآباء أنّهم غالبا ما يرضخون لطلبات الأبناء على أنّهم لا يقتنون إلّا نوعا واحدا من هذه المواد.

لا تختلف نتائج دراستنا عن الدّراسة الأسترالية إذ إنّ المواد التي يرغب في اقتنائها الأطفال هي جُلّها من المواد الغذائيّة الغنيّة بالسكريات مثل البسكويت (35 %) والعصائر المعلّبة (32 %) أو المواد الغنيّة بالدهون مثل الشيبس (17 %) أو بعض أنواع الياغورت (26.5 %) والتي رغم قيمتها الغذائيّة المتمثلة في كونها مصدرا مهمّا للبروتينات والكالسيوم فإنّها غير محبّذة صحيا لأنّها غنيّة بالسكريات والمكملات الغذائيّة.

إنّ كلّ هذه المواد الغذائيّة يمكن أن تخلّ من التوازن الغذائي للطفل وأن تمثل أحد أسباب زيادة الوزن والسمنة إذا تكرّر تناولها بكميات تفوق حاجياته الغذائيّة.

وتجدر الإشارة أنّ 91.6 % من الأولياء أكدوا أنّهم يولون اهتماما خاصّا بعنصر القيمة الغذائيّة للمواد التي يشترونها لأبنائهم. هذا التضارب بين النتائج (بين مراقبة القيمة الغذائيّة من جهة وابتياع مواد غنيّة بالسكريات والدهون من جهة أخرى) يمكن أن يجد تعليلا في أنّ المستهلك التونسي ليست له عموما معرفة القيمة الغذائيّة الحقيقية للمواد التي يقتنيها نظرا لغياب بيانات واضحة عن المكونات الغذائيّة على هذه المواد. فعلى سبيل المثال لا الحصر، لاحظنا أنّه من مجموع 30 نوع من الياغورت التي تباع في المحلات التجاريّة التونسية لا تحمل سوى 8 منها لبيانات غذائية واضحة أي بنسبة 26 % من مجملها. وتنخفض هذه النسبة لتصبح 13.7 % حين يتعلّق الأمر بالأجبان إذ أنّ من مجموع 51 نوعا لم يقع تبيان القيمة الغذائيّة إلّا لسبعة أنواع منها. وربّما يكون هذا هو السبب للتضارب المذكور آنفا.

وقد أظهرت دراسة أمريكية، علما وأنّ كلّ المواد الغذائيّة خاضعة لقانون التأسيس الغذائي على المواد في الولايات المتحدة الأمريكية، أنّ الأولياء ينصاعون لتلبية رغبات الأبناء في ما يخصّ المواد الغذائيّة الغنيّة

¹ Campbell S, James EL, Stacey FG, Bowman J, Chapman K, Kelly B. A mixed-method examination of food marketing directed towards children in Australian supermarkets. Health Promot Int. 2014 Jun;29(2):267-77

بالسكريات وأتهم رغم اطلاعهم على البيانات الغذائية الموجودة على الغلاف فإنهم لا يفهمون عادة ما تعنيه لهم.²

الإلحاح هو ظاهرة عامة عند عينة أطفال هذه الدراسة. ويتمحور خاصة حول المواد الغذائية الغنية بالسكريات والدهون. ورغم أن 91.6% من الأولياء أكدوا أنهم يولون اهتماما خاصا بنوعية المواد الغذائية التي يشترونها لأطفالهم فإن حقيقة المشتريات تبين عكس ذلك إضافة إلى انعدام وجود البيانات الغذائية على المواد المعروضة في الأسواق.

أسباب الإلحاح

إن أهم أسباب الإلحاح، قد تمحورت حسب إجابات الأولياء في تأثير الأطفال بالمواد المعروضة في الفضاءات التجارية (بالنسبة إلى 54.6% منهم) وإلى ما شاه دوه من خلال مختلف أشكـال الإشهار (58.4%). فالإعلانات الإشهارية في تونس تهتم خاصة بالمواد الغذائية. وهذه الملاحظة تدعمها الأرقام التي نشرتها شركة "سيقما"³ لاستطلاع الرأي التي بينت أن الإشهار للمواد الغذائية في القنوات التلفزية الوطنية، خلال سنة 2014، احتل المرتبة الثانية في قائمة الخدمات الإشهارية، بمعدل 1062 ثانية في الشهر وأن أهم المواد تمحورت في الألبان ومشتقاتها وخصوصا منها الياغورت والمشروبات الغازية.

أما على القنوات الخاصة، فإن مدة البث الإشهاري للمواد الغذائية تتراوح بين 1545 و2340 ثانية شهريا حسب القنوات. واهتمت الومضات الإشهارية عامة بنفس المواد الغذائية محتلة بذلك المركز الثاني بعد الإشهار الخاص بوسائل الاتصال والتكنولوجيات الحديثة. والملاحظ أيضا أن معطيات نفس الوكالة قد بينت سنة 2008 أن المواد الغذائية تحتل المرتبة الأولى تليها أيضا وسائل الاتصال.

إن الإشهار في الصحافة المكتوبة، الذي خصصت له ميزانية قدرت سنة 2014 بقرابة 1.404.865 ألف دينار دون احتساب القيمة المضافة على الأداء، لم يكن نصيب الإشهار الغذائي منها سوى 109.738 ألف دينار أي ما يعادل 7.8% ولعل هذا يعود إلى عدم إقبال الأطفال والمراهقين، الذين يمثلون الفئة المستهدفة الأولى للمستثمرين في قطاع الإشهار، على قراءة الصحف والمجلات. وهذا الاستنتاج تؤكده نتائج بحثنا الميداني الذي بين أن المراهقين يتأثرون أولا بالإشهار التلفزي (99.4%) ثم بالمعلقات في الأماكن العامة

² Sylvetsky AC, Greenberg M, Zhao X, Rother KI. What Parents Think about Giving Nonnutritive Sweeteners to Their Children: A Pilot Study. Int J Pediatr. 2014 <http://dx.doi.org/10.1155/2014/819872>

³ <http://sigma-conseil.azurewebsites.net/Fr/upload/1393242550.pdf>

(74.8%) ثم يليها الإشهار بالمحلات التجارية (63.4%) وعبر المذيع بنسبة 21.2%. أما الصحافة فلم تذكر أبدا بل إنهم قد ذكروا وسائل جديدة للتسويق عبر وسائل الإشهار الإلكتروني (38.2%) والإرساليات القصيرة عبر الهاتف الجوال (10.1%). أما الإشهار بالصحافة المكتوبة، فإنه لم يذكر بالمرّة.

والمجال الثالث للإشهار هو الإذاعات المسموعة أين حافظت المواد الغذائيّة على المرتبة الثانية بمعدل 18207 ثانية في الشهر أعظمها قد تمحورت في تقديم الأجبان والياغورت والمشروبات الغازيّة.

ولا يقتصر الإشهار على الوسائل الإعلامية بل إنّه يغزو محلات البيع ليذكر المستهلك بما شاهده أو سمعه عن المنتج. ذلك أنّ الإشهار الغذائي في الفضاءات التجارية قد اتسم بطرق جديدة تختلف حسب الهدف المنشود. فإذا كان الهدف هو تسويق سلعة جديدة وإعلام الجمهور بتواجد السلعة في المحلّ، فإنّه يقع عرضها عادة عند مدخل الفضاء التجاري مع الدّعوة لتذوّقها. وعادة ما ينساق الأولياء تحت إلحاح الأبناء لتذوّق المادّة المعروضة ثمّ شراؤها. أمّا إذا كان المنتج الغذائي معروفا لدى المستهلكين ولكن المنافسة حوله قد كثرت بين المنتجين أو بين نقاط البيع، فقد يعمد كل طرف إلى تخفيض الأسعار أو عرض كمّيّات كثيرة بسعر مغر كأن تباع 3 علب من البسكويت بسعر علبتين ممّا يجعل المستهلك يقبل على اقتنائها حتّى وإن لم يكن في حاجة إليها. وهذا ما ينمّي النزعة الاستهلاكية عند الطفل. كما تقع مغالطة المستهلك في بعض الأحيان عبر الإغراء بأسعار يخيل للمشتري أنّها منخفضة ولكن الحقيقة على عكس ذلك فتعرض مثلا ثلاث علب ذات الحجم الصغير من العصير بدينار واحد ويظنّ المستهلك أنّ السّعر معقول غير أنّه لا يتفطن إلى أنّ كمّيّة الثلاث علب لا تمثل إلّا 375 مل لتر بينما السّعر الحقيقي للتر الواحد من هذا العصير لا يتجاوز 1860 مليما أي أنّ سعر الكمّيّة المذكورة (375 مل) الفعلي يساوي 698 مليما. وهذا يعني أنّ العملية الإشهارية قد جعلت المستهلك يدفع زيادة ب 302 مليما زائدة في بضاعة لا قيمة غذائية لها تذكر باعتبار أنّ مكوناتها المذكورة على الغلاف هي ماء وسكر مركز ونكهة غلال وإضافات غذائية.

كما نلاحظ أنّه في بعض المحلّات يتمّ اللجوء إلى تخفيض أسعار المواد الغذائيّة مثل البسكويت والشوكلاطة ومواد سكرية أخرى التي اقترب أجل انتهاء صلاحيتها سعيا لترويجها في اقرب وقت ممكن. والمواطن الذي يقبل على هذا النوع من البضاعة عادة ما يعتبر نفسه من المحظوظين لأنّه اغتنم الفرصة ووفر القليل من المال أو لأنّه في بعض الأحيان ليست لديه فرصة أخرى لاقتناء تلك البضاعة لغلاء سعرها المعتاد ولكنه لا يتفطن إلى أنّه لم يأخذ بعين الاعتبار ضرورة استهلاكها بسرعة لكي لا يلجأ لإتلافها معرّضا نفسه وأطفاله للاختلال في التوازن الغذائيّ وما ينجرّ عنه من مضاعفات صحيّة إذا تكرّرت العمليّة إمّا بالنسبة لذلك النوع من المواد أو مع مواد غذائية أخرى غنيّة بالسكّريات والدهون. وقد يكتسب الطفل نمطا استهلاكيا لاواعيا إذا كان المحيطون به يستهلكون بلا وعي ولا حساب. فالإسراف في شراء المأكولات قد يكسب الطفل نمطا استهلاكيا لاواعيا.

ومن الطرق الإشهارية الأخرى المعمول بها في نقاط البيع والتي تستهوي الأطفال، جمع الملصقات للحصول على هدايا عند استهلاك بعض المواد الغذائية. ويؤكد خبراء تقنيات التسوق على أنّ هاته الطرق ناجعة سواء لتسويق المنتج أو لشدّ المستهلك إليه⁴.

إنّ أهمّ أسباب الإلحاح عند الأطفال مهما كانت أعمارهم والمستويات الاقتصادية للأسر التي ينتمون إليها ترجع بالأساس إلى تأثير الإشهار بجميع وسائله وأشكاله وخاصةً منه الإشهار عبر القنوات التلفزية وما يعرض من مواد في الفضاءات التجارية الكبرى.

موقف الآباء من الإلحاح

إذا تساءلنا عن الأسباب التي تجعل الآباء ينصاعون لرغبات أبنائهم خصوصا عندما يكون موضوع الرغبة هو اقتناء مواد غذائية لا فائدة كبرى من تناولها بل يمكن أن تكون ضارة لهم في بعض الأحيان، فإنّ ذلك قد يعود لشعور بعضهم بالحرج من تصرفات أطفالهم داخل فضاءات التسوق ولإلحاحهم الشديد في الطلب ممّا يجعلهم يخضعون لطلباتهم ويدفعون مبالغ هامة لمشتريات أطفالهم خوفا من النظرة اللئيمة للآخرين إليهم. وقد بيّنت نتائج بحثنا الميداني أنّ طلبات الأبناء وإلحاحهم قد جعل 79.9% من الأولياء يتنازلون عن مقتنيات للأسرة أو عن خدمات كانوا ينوون القيام بها في سبيل إرضاء طلبات الأبناء والاستجابة لرغباتهم.

ولعلّ البعض الآخر يعتبر تلبية رغبات الأبناء كتعبير عن حبّهم لهم وسعيهم لإشعارهم بالسعادة بينما يمكن أن يكون هذا التصرف عند البعض ناتجا عن حبّ التباهي بين الناس وداخل العائلة الموسّعة.

ومهما اختلفت الأسباب فإنّ الطّفل الذي يبدو مستفيدا من هذه الضغوطات التي يمارسها على الأولياء هو في الحقيقة غير واع بالمضار المترتبة عن ذلك لأنّ من أفضل الطرق والوسائل التي يتعلّم من خلالها الأطفال السلوك الاستهلاكي السليم هو التعلّم عبر تنشئة الوالدين لهم وعبر سلوكهما الاستهلاكي العملي لأنّهما أقرب إليه وأكثر تأثيرا فيه. ويتعلّم الأطفال السلوك عامّة من خلال سلسلة من المواقف ومعاملة الآخرين لهم ، والأماكن التي يحدث فيها السلوك الاستهلاكي وعدوى التبذير يمكن أن تنتقل من الآباء إلى الأطفال فينمو معهم انعدام الحسّ بقيمة الأشياء فلا يحافظون على مكتسباتهم لأنّ الطّفل يعرف أنه ما دام المال موجودا فقليل من البكاء يظل قادر على إعطائه ما يشاء ونيله ما يرغب فيه ، لذلك فإنّ الأولياء مطالبون بوضع حدود وموازن للسلوك الاستهلاكي لأطفالهم برفض الخضوع للطلبات غير المعقولة عند التسوق.

⁴ Kahn B.E., Isen A.M. (1993), « The Influence of Positive Affect on Variety Seeking among Safe, Enjoyable Products », *Journal of Consumer Research*, 20, September, p. 257-270.

إنّ هذا التصرف الرشيد لم يذكر إلا من طرف 17.8 % من أولياء الأطفال الصغار (من الفئة العمرية من 3 إلى 5 سنوات) و 20 % بالنسبة لأولياء الأطفال البالغين من العمر من 6 إلى 9 سنوات. مع الملاحظ أن 3.5 % من مجمل الآباء دون اعتبار سن أطفالهم، تمثّلوا تلبية رغبات أبنائهم لو لم تكن قلّة إمكانياتهم المادية تشكل عائقا أمامهم.

ينصاع الأولياء المستجوبون عادة لإلحاح أطفالهم لاقتناء مواد يرغبون فيها. فالموقف الحازم للرفض وترشيد السلوك يكاد يكون مفقودا وذلك بالنسبة لمختلف الفئات العمرية للأبناء وتنوّع المستويات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية للأولياء.

دور الأبناء في الاستهلاك

إنّ وجود القدوة السليمة يساعد الطفل على سرعة تعلم أهميّة ترشيد الاستهلاك كما أن توافر الفرص المناسبة للطفل منذ الصّغر للمشاركة في عمليات الانتقاء والشراء تنمّي لديه القدرة على حسن الاختيار وتعودّه على الاقتصاد وحسن التصرف في المال والحد من الإنفاق في مختلف وجه الاستهلاك.

وقد بيّنت نتائج بحثنا الميداني أنّ نسبة الأطفال الذين يشاركون الأولياء في إبداء الرّأي حول حاجيات الأسرة هو في حدود 27.3 % وترتفع هذه النسبة لتصبح 43.1 % عندما تكون هذه الحاجيات خاصّة بهم.

في دراسة مماثلة حول استهلاك الأطفال قام بها مركز البحوث وإعلام جمعيات المستهلكين ببلجيكا

(CRIOC) ⁵ تبين أنّ الطفل لا يلعب دورا نشيطا في وصفه للمنتجات أو الخدمات التي هو مستهلكها المباشر مثل استهلاك رقائق فطور الصّباح (70 %) وتناول الأكلات الخفيفة والمكسّرات (98 %) فقط، بل إنّه يبدي رأيه أيضا عند اختيار المنتجات والخدمات المستهلكة من قبل الأسرة مثل المواد الغذائيّة العامّة (من 28 % عند الطفولة إلى 65 % لدى المراهقين) وصولا إلى الأنترنات وأجهزة الاتّصالات.

وفي نفس السّياق فقد بيّنت دراسة فرنسيّة أنّه رغم أن الأطفال ليست لديهم إمكانيات مالية هامّة يتصرفون فيها كبيرة مثل البالغين فإنّه من المؤكد أنّ لهم رأيا يبدونه في مشتريات العائلة وفي اختيار حوالي 68 % من منتجات الألبان و 65 % من الحلويات وفي اختيار 40 % من أماكن الاصطياف وحتى 11 إلى 19 % من ملابس الأم والأب ⁶. أمّا في كندا، فلأطفال مكانة كبيرة في اختيار المشتريات وخصوصا الغذائيّة منها.

⁵ Houssonloge D. Analyse UFAPEC 2009 N° 12 <http://www.ufapec.be>

⁶ GUICHARD, Nathalie (2000), *Publicité télévisée et comportement de l'enfant*, Paris, Economica, 314 p.

7

ففي سنة 2007، أثر الأطفال على مشتريات الأسرة في حدود 20 مليار دولار . وفي الأردن هدفت دراسة

ميدانية⁸ إلى التعرف على دور الأطفال في التأثير على بعض متغيرات القرار الشرائي للأسرة الأردنية باختلاف المتغيرات الديموغرافية للطفل والأسرة.

ولتحقيق هذه الأهداف تمّ تصميم استبيان وزّع على عيّنة تعدّ 500 رئيس أسرة من مدينة عمّان لديهم أطفال تتراوح أعمارهم بين 3 و12 سنة. وخلصت الدراسة أيضا إلى أنّ هناك تأثيرا للأطفال في جميع متغيرات القرار الشرائي الأسري المتعلقة بنوعية المنتجات والعلامات التجارية وكمية المشتريات وتوقيت الشراء ومدّة التسوّق وأوقاتها وأماكنها. كما أظهرت الدراسة عدم وجود فوارق في تأثير الأطفال في قرار شراء الأسرة الأردنية باختلاف الخصائص الديموغرافية للطفل والأسرة. إلّا أنّ هناك فوارق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثير الطفل في القرار الشرائي للأسرة الأردنية باختلاف دخل الأسرة وعدد أطفالها.

إنّ ذهاب الطفل إلى المحلات التجارية للشراء بنفسه يشعره بالارتياح والاعتماد على النفس والاستقلالية والرّضا لتنمية قوّة الشخصية لديه. هذا السلوك ظلّ معهودا عندنا بما أنّ نسبة 62% من عيّنة الأولياء يكفون أبناءهم بشراء لوازم البيت أو حاجياتهم الخاصّة.

كما تعمد فئة الأولياء المتقاعدين أكثر من غيرها إلى تكليف أبناءها بشراء حاجياتها. ولعلّ ذلك متّصل بسنّ الأطفال الذي أصبح يؤهّلهم للقيام بمثل هذه العمليات. إنّ هذه النسبة تظلّ مرتفعة أيضا بين العاطلين عن العمل والمهتمين بشؤون المنزل ولعلّ ذلك يعود إلى أنّ ربّات البيوت من غير العاملات، والثلاث تمثّلن نسبة 63% من مجموع الأمّهات، تستأنسن بأطفالهنّ لقضاء حاجيات الأسرة خصوصا فيما يتعلّق بالمواد الغذائية ذات الاستهلاك اليومي كالحبّز مثلا وغيره ممّا يسهل اقتناؤه من المتاجر المحاذية للبيت أي لدى "عطار الحومة".

وقد بيّنت الدّراسات أنّ هذا النوع من المتاجر يتمّ اللّجوء إليه في قرابة 75% من الحالات بالنسبة للأسر المتساكنة في مناطق وأحياء إقليم تونس الكبرى⁹. (رسم3)

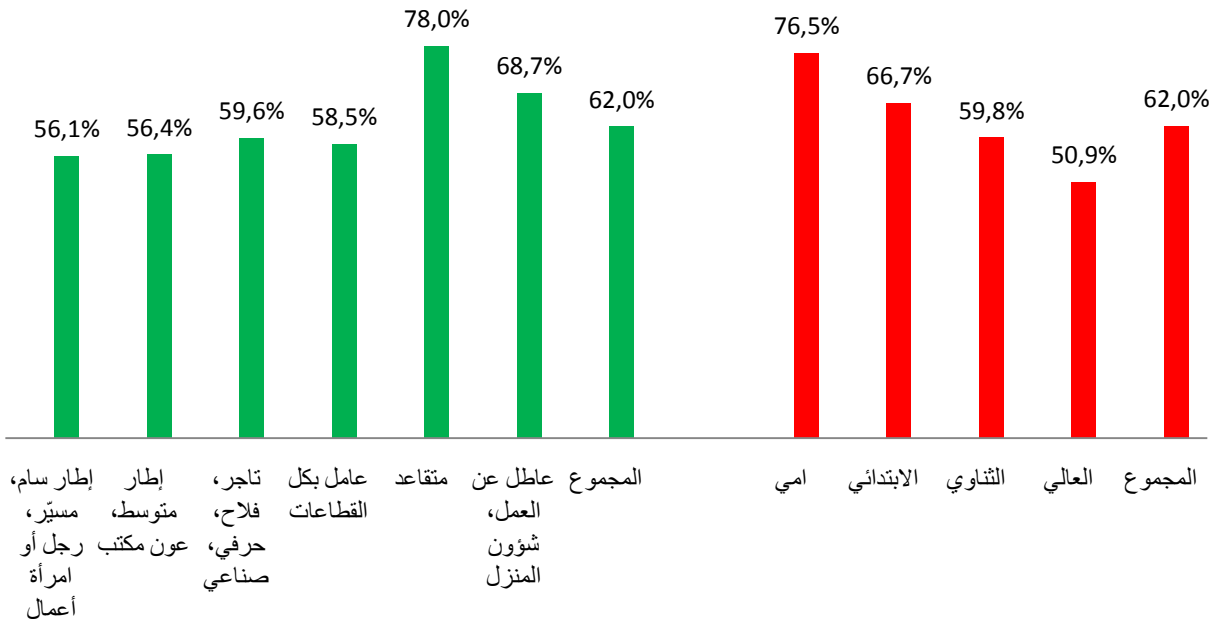
⁷ FOURNIER, Sylvie et PAYEUR, Lucie (janvier 2007). *Les enfants proies*. Enjeux. Radio-Canada, Montréal.

⁸ نظام موسى سويدان. دور الأطفال في التأثير على بعض متغيرات قرارات الشراء للأسرة الأردنية (دراسة ميدانية من وجهة نظر

الوالدين) مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية 2011، المجلد 13، لعدد 1 B ص 86-894

⁹ Tessier S. Regular Users of Supermarkets in Greater Tunis Have a Slightly Improved Diet Quality J Nutr. 2008 Apr;138(4):768-74

رسم 3 : تكليف الابناء بشراء بعض حاجيات الاسرة وحاجياتهم الشخصية حسب مهنة رئيس العائلة ومستواه التعليمي



نستخلص مما بينته نتائج البحث أنّ للطفل مكانة في تحديد الاستهلاك الشخصي والعائلي وذلك منذ الطفولة المبكرة وأنّ هذه الوظيفة لا تتأثر بالمستوى الاقتصادي للعائلة. كما نلاحظ أنّ الأطفال يكفون منذ الصغر بعمليات الشراء ولعل هذا الأمر مرتبط باعتماد العائلة التونسية على التسوق من المتاجر المحاذية لأماكن السكن.

إنّ هذه المسؤولية الموكلة للأطفال رغم صغر سنهم يمكن أن تمثل سلاحا ذي حدين. فمن جهة ستعطي الطفل شعورا بالارتياح والاعتماد على النفس والاستقلالية ولكن من جهة أخرى قد تعرضه أكثر إلى الإغراءات الشرائية لما يعرض من سلع وربما يغتنم فرصة وجوده بمفرده بالمتجر دون رقيب وفي حوزته بعض من المال لاقتناء مواد غذائية لا حاجة له بها قد يكون أغري بعرضها وأحيانا بتدني ثمنها دون اعتبار قيمتها الغذائية الحقيقية.

متابعة الأولياء لسلوك الاستهلاكي الغذائي للأبناء

تظلّ متابعة السلوك الاستهلاكي الغذائي للأبناء من طرف الأولياء مسألة بالغة الأهمية لما له من انعكاسات على الصحة وعلى الاقتصاد العائلي. وفي هذا النطاق بينت نتائج البحث الميداني لدراستنا أنّ أكثر من 80% من الأولياء المستجوبين قد أكدوا أنّهم يراقبون الاستهلاك الغذائي لأبنائهم كما (78.6%) وكيفا (86.5%) مع

متابعة تواتر تناول الوجبات ومواعيدها (76.7 %) وهو ما من شأنه خلق عادات غذائية حميدة عند الأطفال منذ الصغر.

إنّ هذه المراقبة الدقيقة من قبل الأولياء هي من ضمن الأسباب التي جعلت 94 % من الأطفال و 86 % من المراهقين المستجوبين يتناولون فطور الصباح بالبيت وهي عادة حميدة يجب تّمينها وتعزيزها لدى كلّ الأسر التونسية.

كما أنّ الاستغناء عن فطور الصباح يظلّ من الأسباب المؤكّدة لزيادة الوزن والسمنة عند الأطفال والمراهقين وذلك مهما اختلفت البيئة أو المحيط. فقد بيّنت دراسة إيرانية بحثت العادات الغذائيّة لدى 1157 مراهق أنّ تناول فطور الصّباح أقلّ من ثلاث مرّات في الأسبوع هو من أسباب زيادة الوزن والسمنة إلى جانب قلة الحركة والخمول¹⁰.

وفي الهند أظهرت دراسة حديثة نفس النتائج¹¹ وكذلك الحال بالنسبة لدراسة أخرى قام بها فريق بحث من فرنسا للوقوف على اسباب تزايد السمنة وزيادة الوزن عند الأطفال اذ وجدوا أنّ من بين الأسباب المتّصلة مباشرة بهذه الحالات التغافل عن تناول فطور الصباح الذي يأتي في المراتب الأولى¹². وهذا الاستنتاج جعل إدراج التوعية بأهميّة فطور الصباح كعنصر أساسي في برامج التثقيف الغذائي في المدارس في عدّة بلدان مثل فرنسا¹³ والولايات المتحدة الأمريكية¹⁴ وإيطاليا¹⁵.

ومن خلال نتائج دراستنا الميدانية، لاحظنا أيضا أنّه رغم حرص الآباء على متابعة النظام الغذائي لأطفالهم ومحاولة ترغيبهم في الأكلة الأسريّة فإنّ نسبة الأطفال من فئة 3 إلى 5 سنوات الذين يتقيّدون بهذه الأكلة لا تتجاوز 28 % من مجمل أفراد العينة لترتفع إلى 29 % لدى الأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 6 و 9 سنوات. هذه النتائج يمكن قراءتها بطريقتين مختلفتين. الطريقة الأولى نستنتج منها أنّه نظرا لسنّ الأطفال، في سنّ 3 إلى 5 سنوات، فإنّ الإقبال على الأطباق العائلية التي لا تتلاءم مع حاجاتهم محدود جدا لأنّه عادة ما

¹⁰ Hatami M, Taib MN, Jamaluddin R, Saad HA, Djazayery A, Chamari M, Nazari M. Dietary factors as the major determinants of overweight and obesity among Iranian adolescents. A cross-sectional study. *Appetite*. 2014 Nov;82:194-201

¹¹ Goyal R, Julka S. Impact of breakfast skipping on the health status of the population. *Indian J Endocrinol Metab*. 2014 Sep;18(5):683-7

¹² Thibault H, Carriere C, Langevin C, Kossi Déti E, Barberger-Gateau P, Maurice S. Prevalence and factors associated with overweight and obesity in French primary-school children. *Public Health Nutr*. 2013 Feb;16(2):193-201

¹³ Carriere C, Langevin C, Déti EK, Barberger-Gateau P, Maurice S, Thibault H. Stabilization of overweight prevalence and improvement of dietary habits in French children between 2004 and 2008. *Public Health Nutr*. 2014 Oct 13:1-7.

¹⁴ Anzman-Frasca S, Djang HC, Halmo MM, Dolan PR, Economos CD. Estimating impacts of a breakfast in the classroom program on school outcomes. *JAMA Pediatr*. 2015 Jan 1;169(1):71-7.

¹⁵ Mameli C, Galli E, Dilillo D, Alemanno A, Catalani L, Cau S, Fransos L, Lucidi F, Macri A, Marconi P, Mostaccio A, Presti G, Rovera G, Rotilio G, Rubeo M, Tisiot C, Zuccotti G. Psychosocial, behavioural, pedagogical, and nutritional proposals about how to encourage eating a healthy breakfast. *Ital J Pediatr*. 2014 Aug 13;40:73

تكون هذه الاطباق غنية بالدهون والفلافل والملح. ولعل ذلك ما تؤكد الأرقام إذ إنّ 23.7 % من الأولياء قد صرّحوا بأن أطفالهم لا يقلدونهم في الأكل تماما. وربما يعود هذا التصرف لدى الأطفال في هذه المرحلة العمرية إلى ما يخصهم به الآباء من اهتمام بتغذيتهم إذ يقومون بطبخ أكالات خاصة بهم تتماشى وأعمارهم. أمّا الطريقة الثانية للاستنتاج فيمكن أن توحى لنا بأن الأطفال رغم صغر سنهم، فإنهم لا يحبذون الأطباق العائلية ويختارون اللجوء إلى الأكلات السريعة (63 % من الأطفال بين 6 و9 سنوات يتناولون الكسكروت والبيتزا والفريكاسي على الأقل 4 مرات في الأسبوع) مما جعل قرابة 9 % من أطفال المدارس الابتدائية لا يقلدون الأسرة فيما تأكله كما صرّح 73 % من المراهقين أنّ الأكلة خارج البيت هي، بالنسبة إليهم، ألدّ من الأكلة المعدّة بالبيت.

وبالنسبة لاختيار الأطعمة، فإننا نجد أنّ الأطفال غالبا ما يندفعون إلى شراء الأطعمة المغربية ويميلون لتجربة مذاق كلّ منتج جديد يرونه في الإعلانات خاصة حيث أكد الأولياء أنّ 81.5 % من الأطفال في سنّ ما قبل الدراسة يتأثرون بالإشهار إمّا غالبا (26%) أو أحيانا (55.5%) ويكون ذلك سببا في إلحاحهم عند التسوّق لنيل المرغوب الذي في معظم الحالات يهّم المواد الغذائية.

هذه النسبة تتفاهم عند الأطفال الأكبر سنّا لتبلغ 92 % عند من تتراوح أعمارهم بين 6 و9 سنوات. وقد بيّنت النتائج أنّ هذه الفئة العمرية تعتمد في اختياراتها للمواد على الشّكل والتّغليب في 85 % من المشتريات بينما لا يمثّل طعم المواد الغذائية المقتناة إلّا 15 % من عوامل الاختيار.

من جانبنا نعتقد أنّه على الأولياء أن يمثّلوا الرقيب الأول للأبناء لإقناعهم بشراء بعض الأشياء مع حسن الاختيار والتخلّي عن البعض الآخر. والتوعية المستمرّة والقُدوة من الوالدين عن طريق تحديد قائمة بالمشتريات عند التسوّق وعدم تعويد الطفل على الاستجابة لكلّ طلباته غير الضّرورية تظلّ من أهمّ الأساليب التي يمكن أن تغرس بداخلهم إدراك أهميّة ميزانية الأسرة.

ويرى علماء النفس أنّ الطفل يتعلم السلوك الاستهلاكي من خلال مؤثر أو دافع قد يكون داخلي أو خارجي يحركه نحو تحقيق هدف معين. فمثلا: عندما يشاهد الطّفل إعلان عن سلعة ما في التلفاز، أو يشاهد أحد أصدقائه أو رفاقه يتناولون سلعة غذائية معينة «مؤثر خارجي» يتولد لديه دافع «داخلي» بضرورة امتلاك هذه السلعة فيقوم بطلبها من والديه وعندما يستجاب لطلبه فإنّه يكرّر ما قام به ويلجّ على كل ما يريده حتى يحصل عليه¹⁶.

وقد بيّنت دراسة أنجزت في مصر وشملت عيّنة مكوّنة من 40 طفلا من أطفال المرحلة العمريّة من 8 إلى 9 سنوات من مختلف المدارس العمومية والخاصّة ومن 40 أمّا من أمّهات تلك المرحلة بهدف التعرّف على السلوك الاستهلاكي لأطفال هذه المرحلة وتوجيه مجموعة من الأسئلة لكلّ من الأطفال والأمّهات، أنّ أطفال هذه المرحلة يفضلون شراء السلع الاستهلاكية الغذائية ويتعرّفون عليها من المحلّات والأكشاك المجاورة

¹⁶ سعديّة شعيب السلوك الاستهلاكي للأطفال. بين الخطأ والصواب الأهرام اليومى 2 مارس 2012

للمدرسة، وأنّ الإعلان التلفزي هو حافظ الأطفال لاقتناء السلع الغذائية يلي ذلك محاكاة الأطفال بعضهم لبعض وأنّ معظم الأمهات تتجاوزن الميزانية المخصصة لأطفالهنّ ولا يرفضن طلب أبنائهنّ في شراء المزيد من هذه السلع ممّا يتسبّب لهنّ في ربكة مادية وينمّي لدى أطفالهنّ حالة من الشره الاستهلاكي حيث أكّدت الدراسة أنّ التسويق للمنتوجات والرغبة في امتلاكها يبدأ عند الأطفال من عمر سنتين - حتّى لو لم يقوموا بشراء المنتوجات بأنفسهم. ويستطيع الأطفال في هذا العمر أن يتعرّفوا على أكثر من صنف منها، وأن يقوموا بتريده أسماء السلع الغذائية بسهولة. وقد تبين أنّ الأطفال من 3 إلى 4 سنوات يتمكنون من قراءة العلامة التجارية للسلع الغذائية وأنهم يطلبون من والديهم شراء علامة تجارية معيّنة، وعندما يصل هؤلاء الأطفال لعمر 7 سنوات، فإنهم يفضلون أصنافا من المواد على أصناف أخرى منها، وأنّ هذه الأصناف تتنبّت لديهم في سنّ الرشد¹⁷.

في نفس هذا السياق صدرت مؤخرًا دراسة أمريكية¹⁸ اهتمت بالعلاقة بين إعلانات الوجبات السريعة وتأثيرها على اختيارات الوجبات الغذائية، وبالتالي على صحّة الأطفال والتأثير السلبي لهذه الإعلانات على الأطفال ودور الأولياء في تحديد اختيارات أطفالهم. شملت هذه الدراسة 75 طفلًا تتراوح أعمارهم بين 3 و5 سنوات وتمّ عرض حلقات أفلام الصّور المتحرّكة على جزأين وبينهما 5 دقائق إعلانات تجارية. وتمّ تقسيم الأطفال إلى مجموعتين شاهدت كلّ مجموعة إعلانات مختلفة؛ حيث شاهدت المجموعة الأولى إعلانات عن البطاطا المقلية (Chips)، وشاهد الأطفال في المجموعة الثانية إعلانات عن شرائح التفاح. وبعد عرض الشريط والإعلانات، سئل الأطفال عن رغبتهم في تناول أيّ من الأطعمة التي تمّت مشاهدة الإعلانات حولها بعد استشارة الآباء الذين شجّع نصفهم الأطفال على تناول الغذاء الصحيّ (شرائح التفاح)، بينما بقي النصف الآخر على الحياد دون تشجيع على الأكل الصحيّ أو رفض للأكل غير الصحيّ (البطاطا المقلية). وقد كانت النتيجة بالنسبة للأطفال الذين شاهدوا إعلان البطاطا المقلية أن اختار 71% منهم البطاطا حيث بقي الآباء على الحياد، بينما تنخفض النسبة إلى 55% في حال تشجيع الآباء على تناول الأكل الصحيّ.

هذه النتائج توضح أهميّة الدور الذي يمكن أن يقوم به الأولياء؛ حيث يمكنهم، نتيجة تشجيعهم لأبنائهم في مثل هذه الفئة العمرية على تناول مكونات الغذاء الصحيّ، أن يتصدّوا للآثار السلبية للإعلانات والإشهار والحد من تأثيراتها.

وبالنسبة للأطفال الذين شاهدوا إعلانات شرائح التفاح، فقد انخفضت نسبة اختيارهم للبطاطا المقلية إلى 46% فقط في حالة التزام الآباء الحياد أمّا رغبات الأبناء. أمّا في حالة تشجيع الأبناء على تناول الغذاء الصحيّ، فقد

¹⁷المصدر السابق

¹⁸ Boyland EJ, Harrold JA, Dovey TM, Allison M, Dobson S, Jacobs MC, Halford JCG. Food Choice and Overconsumption: Effect of a Premium Sports Celebrity Endorser. J Pediatr 2013;163:339-43

كانت النسبة 33 % فقط، وهو ما يؤكد أنه بالإمكان الحد من التأثيرات السلبية والمؤثرة للإعلانات والإشهار. كما يمكن أن نستنتج أنه يمكن للوالدين الحد من هذا التأثير على المدى الطويل.

لقد بيّنت نتائج البحث الميداني أنّ الأولياء التونسيين يولون اهتماما خاصا بالجانب الغذائي لأبنائهم. وهو ما جعل الأطفال يحافظون على مكانة فطور الصّباح في وجباتهم وهي عادة لها انعكاس ايجابي على الصحة والتوازن الغذائي. ولكن يبدو حسب النتائج أنّهم لم يفلحوا في إقناع الأبناء بقيمة الأكلات الأسرية إذ يبقى الإقبال عليها محدودا وذلك منذ الصّغر ولدى مختلف الشرائح العمرية التي شملها البحث، إمّا لأنها غير ملائمة لأعمارهم أو لأنّ الأكلات السريعة لها إغراء خاص أو لأنّ الأكل صحبة الأصدقاء له متعة خاصة كما صرّح بذلك قرابة 33 % من المراهقين المستجوبين.

من ناحية أخرى، فإنّه رغم العناية الأبوية بقيمة الغذاء فإنّ الأطفال المستجوبين ينقادون منذ سنّ مبكرة لاختيار نمط استهلاكي مغاير لما يتمناه الأولياء وذلك نتيجة لما يتعرضون إليه من ضغوطات إخبارية.

والجدير بالملاحظة أنّ هذا السلوك يبدأ من الصّغر لينمو تدريجيا حتّى يتجذر في عادات المستهلك. والوليّ التونسي لا يختلف عن غيره من الأولياء في أقطاب العالم فهو كثيرا ما ينقاد لاختيارات الأبناء رغم أنّه غير راض عنها. وحسب نتائج البحث، فإنّ هذا السلوك لا يتغيّر مع المستوى الدّراسي للوليّ ولا مع مستواه الاقتصادي. لذلك، فإنّه يمكن التفكير في تغيّر هذه التصرفات وفق ما بيّنته الدّراسات العالمية التي أكّدت أنّه بإمكان الوالدين الحد من التأثير السلبي للإشهار إذا ما أبدوا موقفا صارما تجاه ما يعرض وحاولوا إقناع أبنائهم بالرغم من أنّ نتيجة نصحتهم لن تتبين جدواها إلا على المدى الطويل.

دور الإشهار في السلوك الاستهلاكي للطفل

في دراسة انكليزية¹⁹ اهتمت بالعلاقة بين الإعلانات التلفزيونية عن الوجبات السريعة والأطعمة المحفوظة وتأثيرها على عادات الأكل، بالنسبة للأطفال، أثبتت النتائج أنّ الأطفال عند مشاهدتهم الإعلانات يميل معظمهم إلى أكل وجبات تحتوي على كميات أكبر من الدّهون والسكريات.

19 Boyland EJ, Harrold JA, Kirkham TC, Corker C, Cuddy J, Evans D, Dovey TM, Lawton CL, Blundell JE, Halford JC. Food commercials increase preference for energy-dense foods, particularly in children who watch more television. Pediatrics. 2011 Jul;128(1):e93-100.

وكانت الدراسة قد أجريت على 281 طفلا من شمال إنفلقترا تتراوح أعمارهم بين 6 و13 سنة، وتمّ عرض فيلم محبّب لديهم على مرتين يفصل بينهما أسبوعان، وسبق عرض حلقات الشريط في المراتين 5 دقائق من الإعلانات كان أحدها عن لعب الأطفال والإعلان الآخر عن الوجبات السريعة والحلويات، وبعد عرض الحلقات تمّ سؤال الأطفال عن رغبتهم في تناول وجبات غذائية سواء من الفاكهة أو من الخضر أو من الأكلات السريعة.

وكانت النتيجة بالنسبة للأطفال الذين شاهدوا إعلانات الأكلات السريعة اختيار الأغذية الغنية بالدهون والسكريات أكثر من الأطفال الذين شاهدوا إعلانات لعب الأطفال.

وأظهرت الدراسة أيضا أنّ الأطفال الذين يشاهدون التلفزيون لفترات تزيد على 21 ساعة في الأسبوع كان تأثير الإعلانات عليهم أكبر.

نفس الفريق بيّن سنة 2007²⁰ أنّ الأطفال الذين يشاهدون التلفزيون لفترات طويلة يتناولون ضعف كمية الغذاء المعتاد لهم، وكذلك كان مؤشر كتله الجسم²¹ لديهم أكبر من أمثاله، ممّا يعنى أنّ هؤلاء الأطفال في مرحلة قد يعانون بعدها من البدانة.

وكانت الجامعة نفسها قد قامت بإجراء دراسة على 59 طفل تتراوح أعمارهم بين 9 و11 سنة من أطفال المدارس الإنقليزية، 33 طفلا منهم وزنهم طبيعي، و 15 وزنهم يفوق الوزن العادي، و 11 طفلا يعانون من البدانة، وتمّ عرض إعلانات عن 10 أطعمة تتناول أنواعا معينة من الشوكولاتة ورقائق البطاطا والأكلات السريعة خلال مشاهدتهم لشريط صور متحركة، ثمّ تمّ سؤال الأطفال لاختيار 5 أنواع من الطعام في الوقت الذي قام الباحثون بدراسة حجم استهلاك كلّ طفل تحديدا، وتمّت مقارنة حجم تناول الطعام للطفل نفسه حينما كان يشاهد إعلانا عن لعب الأطفال في مناسبة أخرى. وكانت النتيجة ارتفاع معدّل كميّة الغذاء بنسبه 84% بالنسبة للطفل ذي الوزن الطبيعي في حالة مشاهدته إعلانات الأكلات السريعة والحلويات وتزيد النسبة، لتصل إلى 101% عند الطفل الذي له زيادة في الوزن. أمّا بالنسبة للأطفال الذين يعانون من البدانة، فتصل النسبة إلى 134% في زيادة استهلاك الطعام عن مشاهدتهم إعلانات لعب الأطفال.

وكجزء من التجربة، تمّ منح الأطفال أنواعا من الشوكولاتة ورقائق البطاطا والحلويات، كانت قريبة الشبه من الأنواع التي شاهدوا إعلاناتها؛ ولكن بأسماء تجارية وأشكال أخرى غير تلك التي شاهدوها. وكانت النتيجة ارتفاع معدّلات الأكل لكلّ الأطفال وزيادة اختياراتهم من الأطعمة التي تحتوى على دهون وسكريات بنسب

²⁰ Halford JC, Boyland EJ, Hughes GM, Stacey L, McKean S, Dovey TM. Beyond-brand effect of television food advertisements on food choice in children: the effects of weight status. Public Health Nutr. 2008;11(9):897-904

²¹ مؤشر كتلة الجسم يتم حسابه بحساب الوزن بالكيلو غرامات مقسوما على الطول بالمتر المربع

كبيرة، وكانت الزيادة في حجم استهلاك الشوكولاتة وحدها 150 %، وكان الملحوظ أنّ زيادة الاستهلاك لم تكن مرتبطة باسم معيّن بذاته؛ ولكن ارتبطت أكثر بنوعية الطعام.

وقد أعرب أطباء التغذية والأطباء النفسيون التابعين لفريق عمل هذه الدراسات عن قلقهم البالغ من زيادة احتمالات ارتفاع معدلات البدانة بين الأطفال بسبب هذه الإعلانات، حيث إنه يوجد روابط بين إعلانات الغذاء والمطروح في الأسواق، وكذلك الاستهلاك؛ حيث تؤثر على اختيارات الأطفال للغذاء غير الصحيّ عموماً حتى الأغذية التي لم يشاهدوا إعلانات لها.

إنّ هذه الظاهرة عالمية كما بيّنتها دراسة حديثة²² اهتمت بتحليل ما يشاهده الأطفال في تلفزيونات 11 دولة من أمريكا وآسيا وأستراليا وأوروبا. وكانت النتيجة واحدة مهما اختلفت البلدان. ذلك أنّ الإعلانات الإخبارية لا تتحدث إلّا عن المواد الغذائية الدسمة التي تحتوي عن كمّية وافرة وغير صحيّة من الملح والسكر والدهون. وتمثل هذه الفئة 67 % من الإعلانات المرصودة في هذا البحث. وفي المقابل لم تمثل الأغذية المتوازنة والسليمة كالخضر والغلل والمياه المعدنية والأسماك والخبز والعجين الكامل والألبان ومشتقاتها المنزوعة الدهن إلّا 22 % من الإعلانات. مع العلم أنّ الإعلان عن المواد الغذائية غير الصحيّة تزيد ذروتها عندما تتخلل برامج الأطفال في الولايات المتحدة وكندا والصين واليونان وأستراليا وإسبانيا. وقد اهتمت أيضا الدراسة بأسلوب تقديم الإعلانات وبيّنت أنّ جُلّها يستهوي الأطفال من خلال استعمال أبطال الصور المتحركة وتعتمد على عدم قدرة الأطفال في التمييز بين الحقيقة والخيال ما عدى في ألمانيا وبريطانيا أين يمنع القانون مغالطة المستهلك. أمّا في السويد، فإنّ الإعلانات ممنوعة خلال برامج الأطفال دون سنّ 12 سنة. هذا القانون يمكن أن لا يكون له جدوى إذ أنّ هذا البحث قد بيّن أيضا أنّ الأطفال لا يقتصرون على مشاهدة البرامج الخاصّة بهم ولهذا فهم معرّضون إلى الإعلانات المحظورة من خلال مشاهدة برامج الكهول أو قنوات تلفزيونية أخرى لا قوانين حضر لديها.

وقد بيّنت دراستنا أنّ 70.5 % من الأطفال ما بين 3 و 5 سنوات يشاهدون القنوات العربية غير التونسية و 26.6 % يشاهدون القنوات الأجنبية و 26.3 % البرامج غير الموجهة للأطفال خاصّة منها المسلسلات. ومشاهدة القنوات غير التونسية يمكن أن تفسّر إقبال 11.5 % من المراهقين على تناول المشروبات المنشطة تحت تأثير الإعلانات نظرا أنّ هذه المنتجات لا يقع الإعلان عنها إلّا في القنوات غير التونسية علما وأنّ 23 % من المراهقين قد تعودوا على تناول هذه المشروبات.

²² Kelly B¹, Halford JC, Boyland EJ, Chapman K, and all. Television food advertising to children: a global perspective. Am J Public Health. 2010 Sep;100(9):1730-6

أكدت الدراسات العالمية على العلاقة الوطيدة بين الإعلانات عن المواد الغذائية الغنية بالدهون والسكريات وزيادة الوزن والسمنة عند الأطفال والمراهقين. هذا التأثير يتفاقم مع ازدياد ساعات مشاهدة التلفزيون. ويقضي الطفل التونسي حسب دراستنا 16 ساعة ونصف أسبوعيا بالنسبة لمن كان سنهم أقل من 6 سنوات لتتخف إلى 15 ساعة بالنسبة لأطفال المدارس الذين سنهم من 6 إلى 9 سنوات ثم لتصل إلى معدل 17 ساعة عند المراهقين. هذا الإدمان التلفزيوني لا يغيره المستويات الاقتصادية للعائلة ولا اكتساب جهاز تلفزيوني خاص بالطفل. في كل الأعمار التآثر بالإعلانات الخاصة بالمواد الغذائية واضح وجلي ولا يقتصر على ما تبثه القنوات التونسية بل يتعدى ذلك إلى القنوات الأجنبية. هذه الإعلانات "بدون حدود جغرافية" أمكن الاستجابة إليها بتوفير البضاعات المستوردة بفضل مسالك التجارة المقننة والموازية وكلنا يعلم أنه وإن كانت كل السلع المستوردة قانونيا تخضع للمراقبة الصحية فالتحليل مفقودة تماما بالنسبة للمواد التي تباع في الأسواق الموازية والتي كثيرا ما يقبل عليها المستهلك لانخفاض أثمانها دون التأكد من مدة صلاحيتها ومن تركيبها الغذائية. هذه الاستنتاجات مصدرها ما نشاهده من خلال تصرفات المستهلك التونسي رغم كل الجهود المبذولة لإرشاده حول المشاكل التي يمكن أن تنجر على استهلاك هذه المواد سواء عبر البلاغات والبرامج والمطويات المعدة من طرف المعهد الوطني للاستهلاك ومنظمة الدفاع عن المستهلك والوكالة الوطنية للرقابة الصحية والبيئية للمنتجات أو عبر حجز هذه المواد من قبل المصالح المختصة في وزارتي الصحة والتجارة.

كل هذه الإجراءات لم تمنع ما نلاحظه من ازدهار هائل لنقط بيع المواد الغذائية غير القانونية الذي ازدادت حدته خلال السنوات الأخيرة. هذه الوفرة في العرض مع التعرض المستمر للإعلانات الإشهارية وأدت لدى أطفالنا أنماطا غذائية خطيرة مثل تلك المتعلقة باستهلاك المشروبات المنشطة التي أظهرت الدراسات تأثيراتها السلبية العديدة.

تأثير نوعية الاستهلاك الغذائي على الأطفال

عبر 44.8% من الأولياء عن انزعاجهم من تناول أبنائهم لأكلات خارج البيت وهو الأمر الذي ينعكس سلبيا على سلوكهم وعلى صحتهم. هذا التعبير عن قلقهم في محله لأنه حسب إجابة المراهقين، فإن أكثر من 90% منهم يتناولون وجباتهم خارج البيت إما غالبا (26.3%) أو أحيانا (64.4%). وقد أضحى الأكل خارج البيت من العادات التي اكتسحت عديد المجتمعات بعد أن كانت حكرا على البلدان الغربية أين بينت الدراسات أن

نسقتها في ازدياد مقلق. ففي بلجيكا مثلاً، الأكل خارج البيت يهّم 88 % من المستهلكين²³ وفي فرنسا 16 % من مجموع الوجبات تؤخذ خارج البيت وترتفع هذه النسبة إلى 30.1 % في الولايات المتحدة الأمريكية²⁴. وفي دراسة أجريت في المملكة العربية السعودية²⁵ تبين أنّ 62.4 % من العائلات يتناولون الوجبات السريعة في المنزل. وحوالي 7.6 % من الأسر يتناولونها يومياً خارج البيت. أمّا بالنسبة لـ 40.9 % من العائلات فإنهم يتناولونها عدّة مرات في الأسبوع. في حين صرّح 51.5 % منهم أنّهم يتناولون الأكلات السريعة على الأقلّ مرّة واحدة في الشهر.

في بحثنا، بيّن الآباء كذلك انشغالهم لعدم التنبّث من القيمة الغذائية للمواد المعروضة في الإعلانات وقد طالبوا بتشديد الرقابة على المنتجات لضمان صحّة المواطن مع الحرص على تفعيل دور منظمات الدفاع عن المستهلك في هذا المجال.

وانشغال الأولياء لا يقتصر على مدى تأثير الإعلانات على استهلاك أطفالهم أو الأكل خارج البيت بل امتدّ إلى مدى تأثير النمط الغذائي على صحّة أطفالهم وصرّحت فئة من الأولياء أنّهم لاحظوا الزيادة في الوزن في أكثر من 11 % من الحالات عند الأطفال ما بين 3 و10 سنوات كما رأى 10 % من المراهقين أنّ نمطهم الغذائي سبب لهم السمنة في حين صرّحت فئة أخرى من الأولياء أنّهم لاحظوا نقصاً في الوزن بالنسبة لـ 27.8 % من الأطفال في سنّ ما قبل الدراسة و 28.3 % من الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 6 و9 سنوات. بينما صرّح من تجاوز عمرهم هذه السن، أنّهم قد لاحظوا نقصاً في الوزن بالنسبة لـ 15.7 % منهم. إن الأبحاث التي أجريت في تونس حول الحالة الغذائية للأطفال والمراهقين لم تبين أنّ هنالك مشكلة في نقص الوزن. فمثلاً بينت دراسة وطنية أنجزت سنة 2012 برعاية اليونسيف²⁶ أنّ نقص الوزن يشمل 2 % من الأطفال دون سنّ السادسة (من الولادة إلى سن الخامسة). كما إنّ في سنة 2008 كانت نسبة نقص الوزن تقدر بـ 8.1 % عند المراهقين و 3.1 % عند المراهقات حسب نتائج دراسة ميدانية وطنية²⁷ شملت عينة ممثلة للمراهقين من 15 إلى 19 سنة.

إنّ نتائج دراستنا المتعلقة بنسب النقص أو الزيادة في الوزن هي من منظور الأولياء تبعاً لما لاحظوه أو لما بدا لهم من تطوّر في الكتلة الجسمية للطفل كنتيجة لنمط الاستهلاك الغذائي المتبع. كما إنّ حكم الأولياء أو المراهقين من الأبناء يظلّ خاضعاً إلى معايير ذاتية والى رؤية شخصية للتعريف بحالة النقص أو الزيادة في الوزن والتي قد تختلف عن المعايير العلميّة.

²³ Duquesne B. Analyse des changements structurels de la consommation alimentaire en Belgique.

Rencontres, Recherches, Ruminants, 2008 ; 15. Paris : INRA.

²⁴ Mathé, A. Francou, J. Colin et P. Hébel Plus forte diversité alimentaire en France qu'aux États-Unis .

Consommation et modes de vie N° 255 Septembre 2012

²⁵ <http://swmsa.net/articles.php?action=show&id=2>

²⁶ Ministère du Développement et de la Coopération Internationale, Institut National de la Statistique et Fonds des Nations Unies pour l'Enfance, Suivi de la situation des enfants et des femmes en Tunisie-Enquête par grappes à indicateurs multiples 2011-2012, Rapport Final, Juin 2013.

²⁷ Aounallah-Skhiri H, Ben Romdhane H, Traissac P and all. Nutritional status of Tunisian adolescents: associated gender, environmental and socio-economic factors. Public Health Nutrition: 11(12), 1306-1317

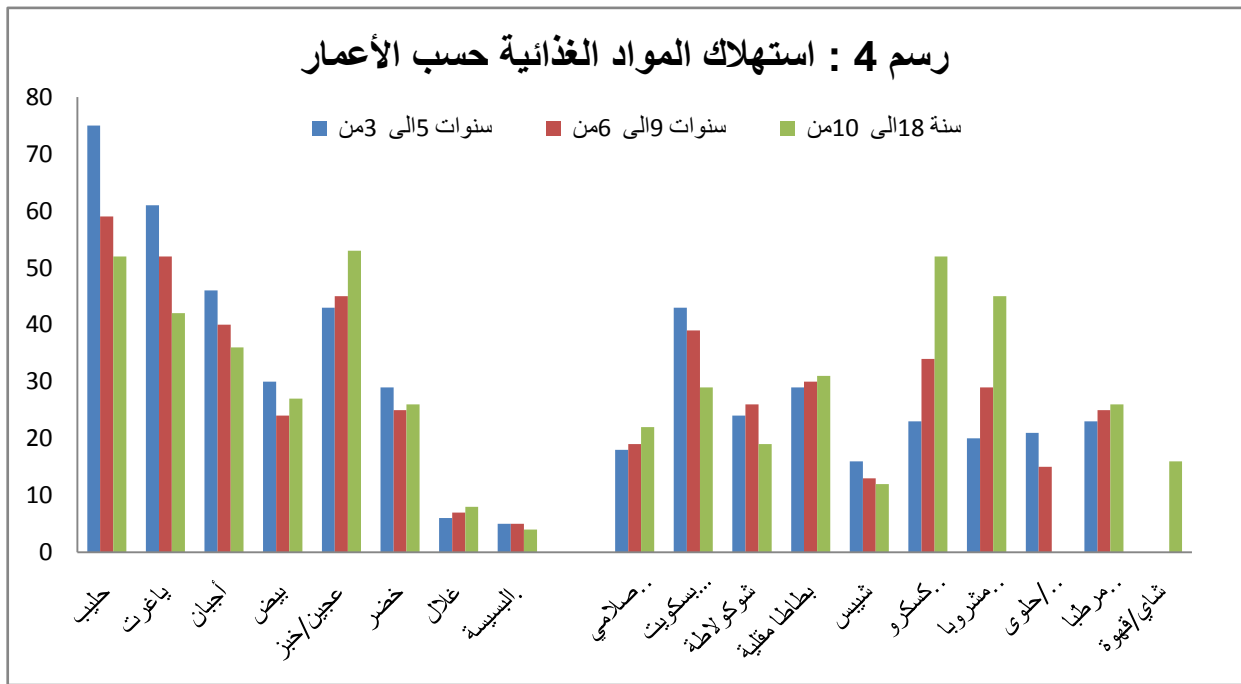
ومن المعروف أنّ الأولياء في تونس يحبّون زيادة الوزن عند الأطفال إذ يعتبرونها علامة على الصّحة الجيّدة وقد بيّنت دراسة²⁸ قام بها فريق من المعهد الوطني للصّحة العموميّة أنّ الأمهات لم تلاحظن سمّنة أطفالهن في 100% من الحالات وهذا يدل على صعوبة تقدير الوزن بالعين المجرّدة دون اللجوء الى المقاييس العلمية. هذا التضارب في النتائج بين دراستنا والدراسات الأخرى له مدلول مهم جدا إذ أنه يبيّن أنّ الأولياء وكذلك بعض المراهقين ليسوا قادرين على تحديد الوزن المثالي ومن ثمّة فهم لن يستطيعون الوقاية من السّمّنة وزيادة الوزن ممّا ينجّر عنه التّماذي في اعتماد سلوك غذائيّ غير متوازن دون الشّعور بالخطر.

ومن الممكن أن نجد تفسيراً للزيادة في الوزن حسب ما بيّنته دراستنا من خلال نوعيّة المواد الغذائيّة المستهلكة من الأطفال وتطوّرها حسب الأعمار (رسم 4). ونلاحظ من خلال المعطيات عندما نعتمد في نفس الوقت نسبة المستهلكين ووتيرة الاستهلاك أنّ المواد الضّرورية للنموّ مثل الحليب ومشتقاته يقع الإقبال عليها عند الصّغر ثمّ تنقلص نسبة استهلاكها بالتقدّم في السنّ. أمّا بالنسبة لعناصر الوقاية مثل الخضّر والغلال فاستهلاكها يكاد يكون مفقوداً منذ الطّفولة المبكّرة دون تحسّن يذكر مع التقدّم في العمر. وقد كنّا ننتظر عكس هذه النتائج إذ أنّ الدّروس التي يتلقاها التلميذ في الأقسام الابتدائية والإعدادية في مادّتي الإيقاظ العلمي وعلوم الحياة تؤكّد على ضرورة استهلاك الخضّر والغلال كعنصر وقائيّ.

وكذلك الشّأن بالنسبة للأطعمة التقليديّة مثل البسيصة التي يظلّ استهلاكها مستقرّاً لا يتغيّر بتغيّر الأعمار ويبقى استهلاكها نادراً.

ومن ناحية أخرى، فإنّ استهلاك المواد المصنّفة بغير الضّرورية، لأنّ عدم وجودها في الوجبة لا ينعكس سلبياً على الصّحة، يتغيّر حسب الأعمار. فاستهلاك البسكويت والشوكولاتة والحلوى مثلاً تنقلص مع الزيادة في العمر لتترك المكان لمواد أخرى مرتبطة بالأكل خارج البيت مثل البطاطا المقليّة والكسكروت والبيتزا والمشروبات الغازية والصلامي والمرطبات والقهوة والشاي. هذه الملاحظة تتفق مع ما صرّح به الآباء والمراهقون عن أوجه إنفاق مصروف الجيب. فبالنسبة للأطفال الذين يتراوح سنّهم بين 6 و9 سنوات، فإنّ المواد الغذائيّة تمثل 85% من أبواب إنفاقهم لمصروف الجيب وبالنسبة للمراهقين فإنّها تبلغ 86.9%.

²⁸ Ben Slama F.; Skiri H.; Ben Romdhane H and all. La perception de l'obésité infantile par les mères
Revue maghrébine de pédiatrie 2005, vol. 15, n°4, pp. 181-186

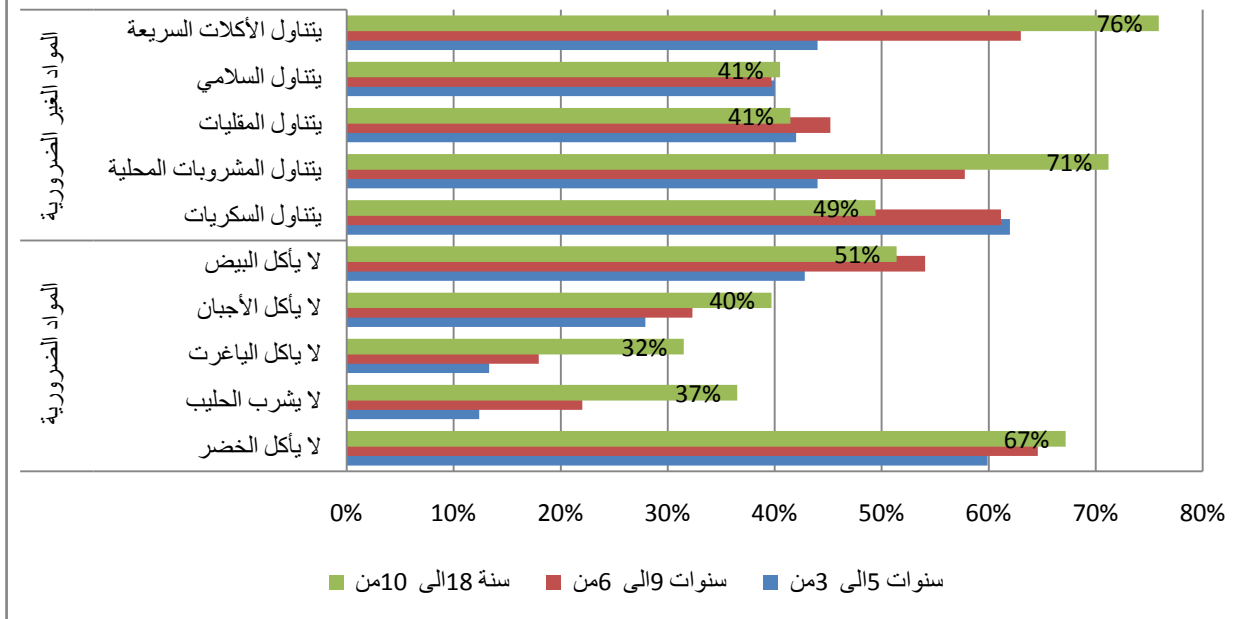


إنّ تحليل الاستهلاك الغذائي للأطفال يتسم بالافتقار للمواد الضرورية كالحليب ومشتقاته والبيض وخاصة الخضر التي توفر العناصر الغذائية الأساسية للنموّ والوقاية وبالمقابل فهو يحتوي على نسبة كبيرة من المواد الغنيّة بالسكريات والدهون والملح والتي تعرّف الآن بالمواد "التافهة" أو "junk food".

وتبيّن نتائج دراستنا أنّ العادات الاستهلاكية السيئة المكتسبة في الصّغر تتفاقم عند المراهقة. فمثلا 12 % من الأطفال في سنّ ما قبل الدّراسة لا يشربون الحليب وتتطور هذه النّسبة لتصل إلى 37 % عند المراهق مرورا بـ 22 % بين 6 و9 سنوات (رسم 5). هذا النّسق التصاعدي في اختلال التوازن الغذائي حسب السنّ يتمثل في ازدياد نسبة تناول المواد الغذائية غير الضّرورية والابتعاد عن استهلاك المواد الواقية والأساسية للنمو. اذا فاستهلاك هذه المواد التي تزيد في نسبة الحريريّات دون تقديم عناصر غذائيّة مفيدة مثل الزلاليات والفيتامينات والألياف والأملاح المعدنية خاصة منها الكالسيوم والحديد يبدأ منذ الصّغر ليزداد حدّه ويتفاقم في سنّ المراهقة. وقد بيّنت دراسة حديثة أجريت في إيران²⁹ أنّ استهلاك هذه المواد مرتبط بصفة مباشرة مع زيادة الوزن والسمنة البطنية وارتفاع الضّغط عند الأطفال والمراهقين.

²⁹ Payab M, Kelishadi R, Qorbani M, Motlagh ME, Ranjbar SH, Ardalan G, et al. Association of junk food consumption with high blood pressure and obesity in Iranian children and adolescents: the CASPIAN-IV Study. J Pediatr (Rio J). 2014; Nov 6, 225-235.

رسم 5: الصبغة الاستهلاكية للمواد الغذائية حسب العمر بالمقارنة بين استهلاك المواد الغير الضرورية وعدم استهلاك المواد الواقية والبناءة

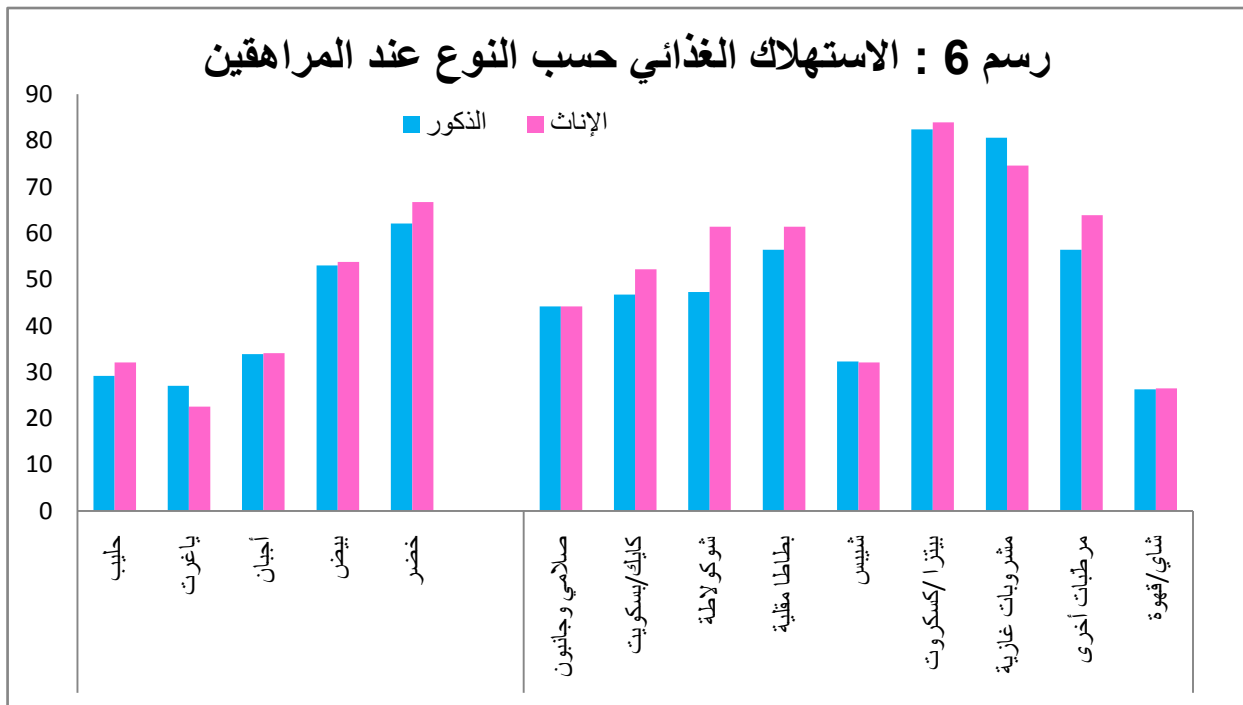


ويتجلى هنا دور الأولياء بوضوح إذ إنه لا يمكن لطفل الثلاث سنوات أن يتناول المقلبات أو الصلامي الغني بالدهون والملح أو المشروبات الغنية بالسكر أو الأكلات السريعة إن لم يوقرها له أبواه. ويمكن أن يكون الأمر مختلفا عند المراهق الذي يحدّد بنفسه نوعيّة غذائه. ولكن من شبّ على شيء شاب عليه. فهذا الطفل الصّغير الذي اعتاد على تناول المشروبات الغازيّة أثناء الأكل (57.1 %) سيتمادى في ذلك عند المراهقة مع العلم أنّه في سنّ ما قبل 10 سنوات، فإنّ هذه النّسبة قد بلغت 75.3%. وقد أشارت عديد الدّراسات إلى دور الأولياء في توجيه أذواق الأبناء في صغرهم وخصوصا عبر سلوكهم الغذائي ولعلّ ابرزها ما يتعلق باستهلاك الحليب ومشتقاته³⁰. ولاحظت الدّراسات أنّ الاستهلاك عند المراهقين يختلف حسب الجنس حيث إنّ الفتيات اكثر حرصا من الذّكور على استهلاك مواد تتماشى مع الرّشاقة³¹ ولكنهن اقلّ مثابرة من الذّكور على تناول فطور صباح متوازن³². إنّ استهلاك "الأغذية التّافهة" وعدم استهلاك المواد الضرورية للفتيات وللذكور في دراستنا لم يظهر اختلافا واضحا ما عدى في استهلاك مادّة الشوكولاتة (رسم 6).

30 Vue H, Reicks M. Individual and environmental influences on intake of calcium-rich food and beverages by young Hmong adolescent girls. J Nutr Educ Behav. 2007 Sep-Oct;39(5):264-72.

31 MK Martens, P van Assema and J Brug. Why do adolescents eat what they eat? Personal and social environmental predictors of fruit, snack and breakfast consumption among 12–14-year-old Dutch students. Public Health Nutrition: 8(8), 1258–1265

32 Lieke G. M. Raaijmakers, Kathelijne M. H. H. Bessems, Stef P. J. Kremers, Patricia van Assema Breakfast consumption among children and adolescents in the Netherlands. European Journal of Public Health, Vol. 20, No. 3, 318–324

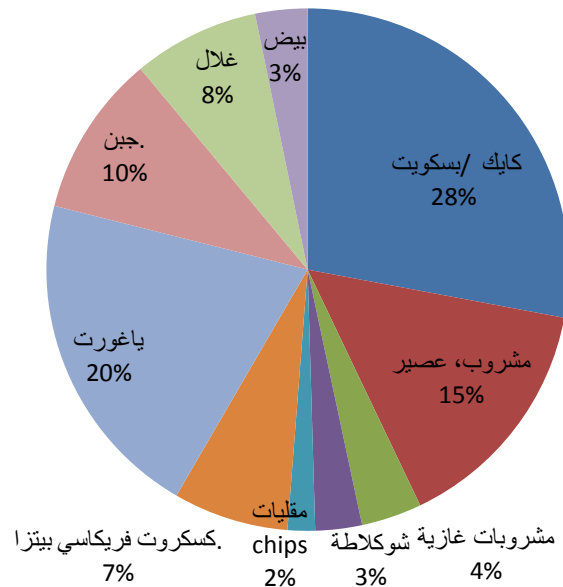


وقد أبرزت نتائج بحثنا بعض الجوانب السلبية الأخرى في نمط الاستهلاك كاعتقاد أطفال رياض الأطفال والكتاتيب على تناول لمجة صباحية عند أكثر من 63% من المستجوبين ومن المعلوم أن اللمجة الصباحية تساعد على اختلال التوازن الغذائي والزيادة في الوزن وتدّل غالبا إما على الافتقار لطور الصباح أو افتقار هذا الأخير للعناصر الغذائية الكافية. ولتفادي المضاعفات السيئة لهذه الوجبة، حرص البرنامج الغذائي الفرنسي لحذفها وهذا مساعد للتخفيض من حدة السمنة عند الأطفال³³ لكن لا يمكن تطبيق هذا الإجراء إلّا من خلال التنقيف الغذائي وترسيخ عادة تناول اليومى لفطور صباح متوازن.

اللمجة بصفة عامّة (صباحية ومسائية) يتناولها 92% من أطفال بحثنا. وهي في معظمها غير متوازنة وتتكوّن خاصّة من المواد الغنيّة بالسكريات والدهون (59%) وتفتقر للمواد المغذية كالخضر والغلّال والحليب ومشتقاته (رسم 7).

33 Carriere C, Langevin C, Déti EK, Barberger-Gateau P, Maurice S, Thibault H. Stabilization of overweight prevalence and improvement of dietary habits in French children between 2004 and 2008. Public Health Nutr. 2014 Oct 13:1-7.

رسم 7 : مكونات اللمجة عند اطفال سن ما قبل الدراسة



وقد بيّنت دراستنا أنّ 81% من الأطفال يختارون بمفردهم مكوّات هذه اللمجة ولعلّ ذلك هو سبب عدم توازنها كما تبيّن من خلال نتائج دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكيّة³⁴ وتمثّلت في رصد عمليّة تكوين الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 5 و10 سنوات لللمجة عندما تتاح لهم الفرصة للاختيار بين 18 نوع من المواد منها الغلال والمرطبات والبسكويت والمقليّات والمملّحات. وقد تواصلت التجربة أسبوعين في نوادي الاصطياف أو الترفيه. وتمّ تحليل 1053 عملية اختيار فكانت النتائج كالآتي: وقع تمييز المواد الغنيّة بالسكّريات على الغلال في 58% من الحالات مقابل 6% واختيار المواد ذات مذاق مالح في 38% حالة. واختار الأطفال الرّقائق المحليّة في 64% من الحالات مقابل 23% بالنسبة للرّقائق بدون سكر حيث إنّ 89% من الأطفال تناولوا مواد غنية بالسكّر، 82% تناولوا مواد مالحة و71% تناولوا الغلال. كما إنّ كميات الغلال التي أتلّفت لأنّ الأطفال لم يتناولوها تراوحت بين 15 و47% من مجموع ما تمّ رصده للاستهلاك حسب الضوابط الغذائيّة العلميّة بينما مجموع المواد السكّرية والمملّحة التي لم يتمّ استهلاكها تراوحت بين 8 و38%.

وقد اعتبر الخبراء أنّه من الضّروري تقديم المواد الغذائيّة الملائمة مثل الغلال كلمجة للأطفال دون إعطائهم الفرصة للاختيار بينها وبين مواد مضرّة بالصحة لأنهم لن يحسنوا الاختيار إذا لم يقع تثقيفهم غذائيا أولا.

34 Beets MW, Tilley F, Kyrlyuk R, Weaver RG, Moore JB, Turner-McGrievy G. Children select unhealthy choices when given a choice among snack offerings. J Acad Nutr Diet. 2014 Sep;114(9):1440-6

وقد دأب المعهد الوطني للتغذية بمعينة إدارة الطب المدرسي والجامعي على التذكير بأهمية إعداد لمجة متوازنة وألح على أن تكون هذه اللمجة موحدة بين الأطفال حتى لا يحدث تنافس بينهم في التزوّد بالمواد الغذائية المغربية في شكلها أو مذاقها. وقد اقترح أن تقوم إدارة كلّ روضة إما بتحضير اللمجة أو إجبار الأولياء على جلب مواد تتماشى مع التوازن الغذائي للطفل. وقد لاحظ المعهد من خلال الطلبات الواردة عليه لتحيين جداول الأكلات في رياض الأطفال أنّ هذه الفكرة أصبحت أكثر تداولاً من السابق حيث كادت تكاد مفقودة في عدة مؤسسات ما قبل الدراسة. أمّا بالنسبة لنتائج بحثنا هذا فقد صرّح الأولياء أنّ اختيار اللمجة موكول إليهم عادة ولم يكن بطلب من الروضة أو الكتاب إلا في حدود 14.7% من الحالات.

ولم تقتصر دراستنا على إبراز العادات الغذائية السلبية بل إنها أظهرت أيضاً أنّ فطور الصباح له مكانته في مكونات الوجبات اليومية وأنّ الأطفال وكذلك المراهقين يتناولونه غالباً في البيت. وقد بيّنت الدراسات المتعددة أهميته على الصحة بشكل عام وعلى دوره في مقاومة السمنة بشكل خاص إذ أنّه تبيّن أنّ التخلي عنه يتسبب في استهلاك كميات أكثر خلال الوجبات الأخرى وزيادة في السعرات الحرارية. كما إنّ فطور الصباح يمكنه أن يعزّز قدرات التركيز عند التلاميذ. إنّ المحافظة على تناول فطور الصباح يعتبر ركيزة من ركائز النمط السليم للتغذية ولتخفيض الوزن كما ذكرناه سابقاً.

يُسم الاستهلاك الغذائي للطفل التونسي بعادات طيبة مثل المحافظة على مكانة فطور الصباح وأهمية ذلك لبلوغ التوازن الغذائي. لكن عندما نرى أنّ 63% من أطفال رياض الأطفال والكتاتيب يتناولون لمجة صباحية فهذا يعني أنّ فطور الصباح لم يكن كافي لتغطية حاجيات الطفل. هذا الاستنتاج يمكن أن يكون خاطئاً وأنّ السبب الحقيقي لتناول اللمجة يكمن في تقليد الأطفال بعضهم لبعض أو ناتج على عادات غذائية راسخة عند الأولياء والمربين الذين يعتبرون أنّ الطفل في حاجة إلى المزيد من الطاقة في الفترة الصباحية.

المهم، وإن تعددت الأسباب، فإنّ هذه اللمجة غير متوازنة في تركيبها وذلك مهما اختلف المستوى الاقتصادي والعلمي للأباء. وتحليل مكونات اللمجة، صباحية كانت أو مسائية، يبيّن أنّها غنية بالسكّريات والدهنيات ومن ثمة بالحريريات ممّا من شأنه يزيد في احتمال الإصابة بزيادة الوزن والسمنة عند أطفالنا.

من أسباب هذه المكونات العشوائية هو توكيل عملية الاختيار للأطفال دون ترشيد مسبق من الأولياء والمربين. إنّ الحلّ الأمثل يتمثل في تقديم لمجة موحدة يتمّ تحضيرها في الروضة أو الكتاب بإشراف أخصائي في التغذية حتى توفر اللمجة العناصر الغذائية المفقودة في الوجبات الأخرى أو المكملتها لها.

هذه المبادرة لم يتمّع بها إلّا 14.7% من الأطفال الذين شملهم البحث الميداني والمترددين على رياض الأطفال.

الأكل بين الوجبات ليس حكرا على الأطفال إذ بيّنت دراستنا أنّ 33.6% من المراهقين يتناولون لمجة صباحية يمكن أن تكون لتعويض فطور الصّباح بما أنّ 2.6% من المراهقين صرّحوا بعدم تناول فطور الصّباح. أمّا بالنسبة لمن أكّد تناوله فطور صباح فربّما كان ذلك ناتج عن اختلال توازنه. والمراهقون تعودوا تناول مواد غذائية بين الغداء والعشاء في 58.2% من الحالات.

والسؤال الذي يطرح نفسه هو هل إنّ هذه الوجبة الإضافية ناتجة عن زيادة الحاجيات عند المراهق لممارسته الأنشطة البدنية والرياضية أم إنّها مجرد عادات اكتسبها منذ الصغر؟

النمط الاستهلاكي للأطفال والمراهقين يتميز بعدم التوازن إذ إنّ استهلاك المواد الغذائية الضرورية للنموّ والوقاية من التأثيرات السلبية يظل في انخفاض مستمرّ من مرحلة الطفولة الأولى إلى مرحلة المراهقة حيث يتزايد استهلاكهم للمواد الغنية بالسكريات والدهون والملح والتي تفتقر للعناصر الإيجابية البّناء والوقاية. وقد بيّنت الدراسة أنّ استهلاك تلك المواد في تصاعد مستمرّ لدى الأطفال الذين يقتربون من سن المراهقة.

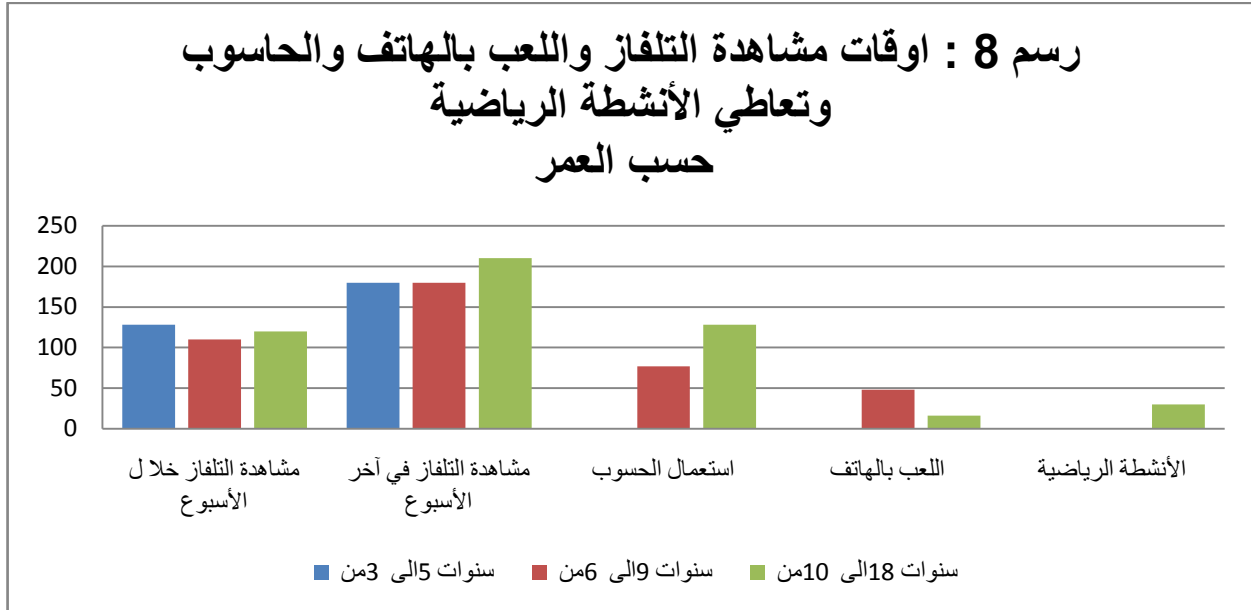
والملاحظ أنّ هذه النزعة الاستهلاكية للمواد غير الأساسية لا تتقيّد بال نوع ولا بالمستوى الاقتصادي للعائلة فكأن بالأولياء حتى وان كانوا غير ميسوري الحال يحاولون تلبية رغبات الأبناء مهما كلفهم ذلك بدون اعتبار المضار التي يمكن أن تنجرّ عن استهلاكهم لمثل هذه المواد.

النشاط البدني

للغذاء أهميّة كبيرة في جميع مراحل النموّ لذا فانه ينبغي إكساب الطّفّل عادات غذائية سليمة في حدود ما يحتاج إليه بلا إسراف كتعويده على تناول جميع الأصناف المعدّة بالمنزل وعدم تفضيله لأصناف معيّنة والابتعاد عن تناول الوجبات السريعة وتوعيته بمضارها ماديا وصحيا وذلك حتى ينشأ على اتباع سلوك غذائي صحيّ سويّ عند الكبر. إنّ كلّ هذه القيم السلوكية وحدها لا تكفي لإكساب الأطفال نمط عيش سليم يرتكز على التغذية المتوازنة والنشاط البدني. فالى جانب التغذية، يظلّ النشاط البدني المنتظم والابتعاد عن العادات الخمولية من العوامل الضرورية لحماية صحّة الطّفّل والمراهق على المدى القصير والبعيد³⁵ بما أنّ الدراسات قد بيّنت أنّ الوقاية من أمراض القلب والشرايين في سنّ الكهولة مرتبطة بنمط العيش في سنّ الطفولة والمراهقة.

³⁵ Twisk JW, Van Mechelen W, Kemper HC, Post GB. The relation between "long-term exposure" to lifestyle during youth and young adulthood and risk factors for cardiovascular disease at adult age. J Adolesc Health. 1997 Apr;20(4):309-19.

من خلال تحليل نتائج بحثنا الميداني، نلاحظ أنّ الأنشطة ذات الطابع الخمولي مثل مشاهدة التلفاز واستعمال الحاسوب واللعب بالهواتف الجوّالة أو ارتياد فضاءات الإعلامية والاسترخاء والنوم تمثل أهمّ الأنشطة التي يقوم بها الأطفال والمراهقون لملء أوقات الفراغ (رسم 8).



هذا الاستعمال المفرط لوسائل الإعلام البصرية ووسائل التكنولوجيا الحديثة أثر سلبيا على سلوك الأطفال من منظور الأولياء وقد عبّر بعضهم على أنّ هذه الوسائل تسببت في الحدّ من نشاطهم البدني ومن ساعات النوم مع ظهور أعراض الانطواء على النفس لديهم. والملاحظ أنّه عند استجواب المراهقين حول نفس الموضوع اتفقت أجوبة أغليبيتهم (58.9%) مع استنتاجات الآباء. فقد ذكروا أنّ استعمال هذه الوسائل أثر على نشاطهم البدني وعلى توقيت نومهم وعلى نفسيّتهم وحتى على نتائجهم المدرسية في بعض الأحيان (3.4%).

إنّ التأثير السّلبى لهذه الوسائل على النّشاط البدني والنّوم من العوامل المسبّبة للزيادة في الوزن والسّمنة كما بيّنته بعض الدّراسات الحديثة التي أجريت في بريطانيا³⁶ على مجموعة ضمّت 511 مراهقا والتي أكّدت العلاقة بين النقص في ساعات النّوم والسّمنة كما أنّ هذه الدّراسة التي حلّلت نوعية النّوم باستعمال تسجيل الذبذبات الدّماغية أثناء النّوم عند 236 مراهق من المشاركين في الدّراسة بيّنت أنّ السّهر لساعات متأخرة من اللّيل مضرّ بالصّحة وأنّ النّوم إثره لساعات طويلة في النّهار لا يمكنها تعويض فوائد النوم ليلا.

ومن النّتائج الأخرى المهمّة لهذه الدّراسة أنّ قلة النّوم مع السّهر لساعات متأخرة من اللّيل المصحوب بأكل مواد غذائية غنية بالسكريات أو الأملاح والدهون يزيد من نسبة احتمال الإصابة بزيادة الوزن والسّمنة.

³⁶ Arora T, Taheri S. Associations among late chronotype, body mass index and dietary behaviors in young adolescents. Int J Obes (Lond). 2015 Jan;39(1):39-44

وقد بيّنت دراسة³⁷ أنجزت في الولايات المتحدة الأمريكية وشملت 9174 مراهق تتراوح أعمارهم بين 11 و16 سنة أنّ للنشاط البدني قيمة كبيرة في تحديد اعتدال الوزن والرضاء النفسي إذ لوحظ من خلال هذه الدراسة أنّ التغذية السليمة التي لا تحتوي على المواد الغذائية الغنيّة بالسكّريات والدهنيات والأملاح والمصحوبة بنشاط بدنيّ منتظم مكّنت المراهق من وزن موافق للطول والسنّ مع راحة نفسية كبيرة.

كما لوحظ عندما اقترن السلوك الغذائي السيئ والمتزامن مع الخمول وغير المصحوب بنشاط بدني فإنه أدى إلى زيادة الإحساس بعدم الرضاء النفسي عند المراهقين ونموّ نزعة لإنقاص الوزن أكبر لديهم.

وفي بحثنا الميداني لم يقع ذكر النشاط الرياضي إلا من طرف 3.6% من الأطفال المستجوبين الذين تتراوح أعمارهم بين 6 و9 سنوات كوسيلة لملاّ أوقات الفراغ بينما ذكر 22.1% من المراهقين ممارستهم للرياضة بمعدل 3 ساعات ونصف في الأسبوع. هذه الممارسة غير منتظمة بالنسبة لـ 35% من المراهقين. أمّا عن الذين لا يمارسون أنشطة رياضية فإنّ الأسباب المذكورة يمكن تجاوزها بسهولة إذا أردنا وضع برامج توعوية للتّهوض بمقوّمات نمط العيش السليم إذ تمثلت خصوصا في انعدام فضاءات لممارسة الرياضة وعدم وجود الوقت الكافي لذلك أو لأنهم لا يحبّون الرياضة. وللإشارة فإنّ وزارة الصحة عبر إدارة الطب المدرسي والجامعي وبعانة المعهد الوطني للتغذية قد اختارت محور "التّهوض بأنماط العيش السليم" لإحياء أيام الصحة المدرسية والجامعية للفترة الممتدة من 2015 إلى 2018 وذلك تحت شعار "معا من أجل نمط عيش صحيّ وسليم". هذا البرنامج يهتمّ بالجانب الغذائي والنشاط البدني وبالصحة النفسية للطفل والمراهق. وقد بدأ تنفيذ هـ في جميع أنحاء الجمهورية مع رعاية خاصّة للجهات وحاجياتها والموارد المتوقّرة لديها. وهو يتماشى مع الخطة الوطنية لمقاومة السمنة التي يشرف عليها المعهد الوطني للتغذية برعاية وزارة الصحة وبالاشتراك مع وزارات التجارة والصناعة والفلاحة والتربية والتعليم العالي والشباب والرياضة والمرأة والأسرة والثقافة وممثلي الإعلام ومنظمة الأعراف ومنظمات الدفاع عن المستهلك وجمعيات مختلفة كجمعية الرياضة للجميع وجمعية أخصائيي التغذية وغيرها من الجمعيات والمؤسسات العاملة في هذا الميدان.

وإن دلّ هذا الكمّ الهائل من المتدخلين على شيء، فإنّه يدلّ على قيمة هذا البرنامج وتشعب الطرق للوصول إلى حلول جذرية للحدّ من زيادة الوزن والسمنة التي أصبحت تمثل خطرا على صحة الفرد و على اقتصاد البلاد. والتدخل المتعدّد الأطراف معمول به أيضا في بلدان أخرى مثل المملكة العربية السعودية³⁷ وفرنسا³⁸ والولايات المتحدة³⁹ وكندا⁴⁰ والمملكة المتحدة⁴¹.

³⁷ http://www.alriyadh.com/Contents/24-04-2003/Mainpage/LOCAL1_7202.php

³⁸ http://www.sante.gouv.fr/IMG/pdf/PNNS_2011-2015.pdf

³⁹ http://www.nhlbi.nih.gov/files/docs/guidelines/ob_gdlns.pdf

⁴⁰ <http://www.cmaj.ca/content/suppl/2007/09/04/176.8.S1.DC1/obesity-lau-onlineNEW.pdf>

⁴¹ <http://www.nice.org.uk/guidance/cg43/resources/guidance-obesity-pdf>

ما نستخلصه من هذه الدراسة هو أنّ الأطفال والمراهقين التونسيين ميّالون في معظمهم إلى الأنشطة الخمولية وأنّ الرياضة لا تسترعي اهتمامهم. إنّ قلة ممارسة الرياضة لا ترتبط بالمستوى الاقتصادي للعائلة ولا بالمنطقة السكنية إذ بيّنت النتائج أنّ 20 % من مراهقي الأحياء الشعبيّة يمارسون الرياضة مقابل 16 % من الذين يقطنون في الأحياء الرّاقية وأنّ كلاهما يتعاطى هذه الرياضة مقابل اشتراك مالي في 48 % من الحالات. لكن الفرق يكمن في قيمة هذا الاشتراك الذي يقدر بـ 47.5 ديناراً في الأحياء الشعبيّة و 86 ديناراً في الأحياء الرّاقية.

إذا اعتبرنا في نفس الوقت قلة النشاط ووفرة استهلاك المواد الغنيّة بالسكّريات والدهون فالنتيجة تؤدي حتماً إلى ازدياد الوزن والسمنة و تتطلب من الجميع سرعة اتخاذ التدابير اللازمة للحدّ من هذا الخطر المحدق بأبنائنا. هذه النتائج تؤكد أيضاً ضرورة تشجيع البرامج الوقائية الموجودة وتدعيمها بإجراءات عمليّة تتيح للجميع ممارسة أنشطة ترفيهية بدنيّة مناسبة لكلّ الأعمار والمستويات الاقتصاديّة والجهات.

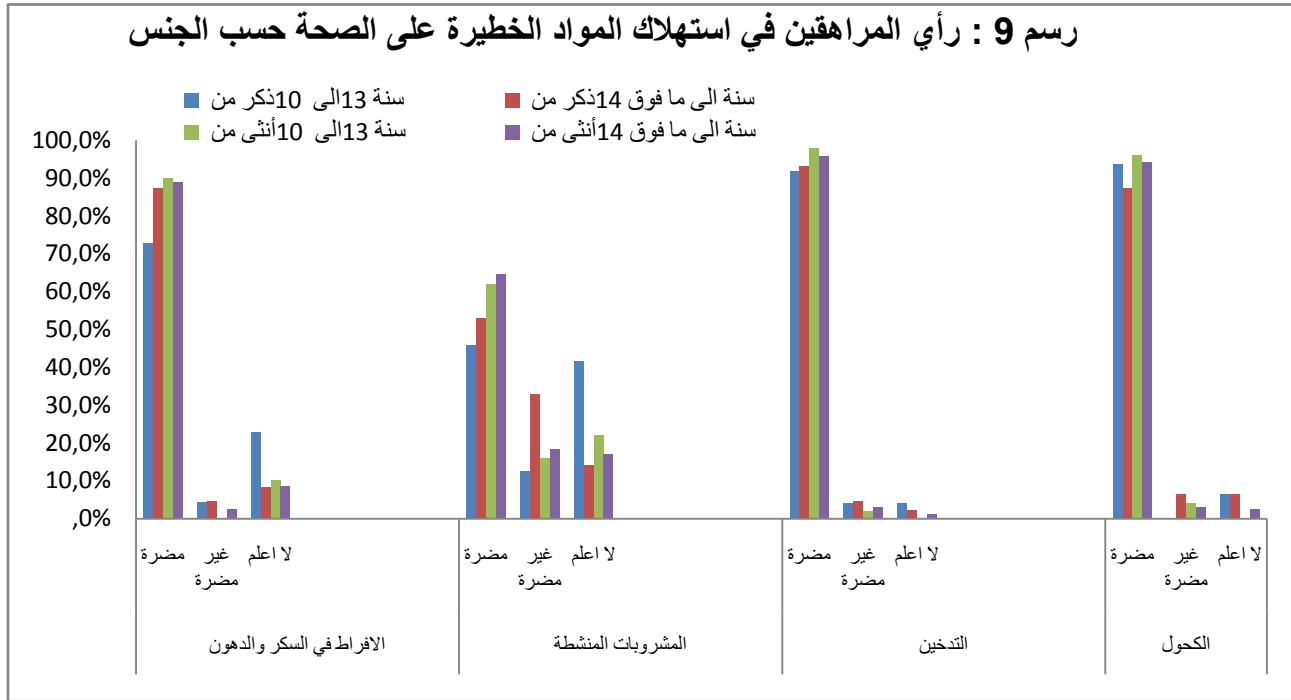
كما أنّ هذه النتائج تؤكد ما أظهرته دراسات تونسية أخرى⁴² أنّ بلادنا في مرحلة انتقال نوعي سريع نحو النمط الاستهلاكي والسلوكي للغرب بما فيه من مضار وأنّ الفكرة السائدة من قديم بأنّ زيادة الوزن والسمنة علامة على الثراء والعيش الهنيء لا أساس لها من الصحة.

تأثير الاستهلاك على الجانب الصحي والنفسي

إنّ الاستهلاك العشوائي وغير الرّشيد سواء للمواد الغذائيّة أو الوسائل الترفيهية والإعلامية قد ينجّر عنه، إلى جانب ظواهر السمنة، مضاعفات صحيّة ونفسيّة أخرى وهو ما بيّنته نتائج البحث الميداني إذ إنّ المراهقين اشتكوا كما أسلفنا من قلة النوم والعصبية إلى جانب السمنة للبعض والنقص في الوزن بالنسبة لفئة أخرى. لكن الملفت للانتباه هو أنّه رغم الأخطاء الاستهلاكية التي رصدناها عندهم فإنّ المراهقين واعون بمخاطر استهلاك بعض المواد كالإفراط في المواد السكرية والدهون (87.6 %) والمشروبات المنشطة (59.7 %) والأكلات السريعة (75 %) والتدخين (94.9 %) رغم أنّ 10.5 % صرّحوا أنّهم مدخّنون. كما إنّ نسبة مرتفعة منهم (92 و 93 %) مدركة لمخاطر الكحول والمخدّرات. وهذا لم يمنع 3.8 % من المراهقين من الاعتراف بتعاطي المخدّرات مع العلم أنّه يتوقع أنّ النسبة الحقيقيّة تفوق ذلك لأنّ طرح هذا السؤال سواء على الأبناء كان محرّجا لهم والحصول على الإجابة عليه لم تكن هيّنة إذ ووجه السؤال بكثير من التردد عن الإجابة عنه (رسم 9).

⁴² Ben Romdhane H., Raoudha K., Oueslati AM., Aounallah-Skhiri H. La transition épidémiologique et la transition alimentaire et nutritionnelle en Tunisie. Revue Options méditerranéennes. La surveillance alimentaire et nutritionnelle en Tunisie. Série B, n°41 ; 2002 : 7-27. <http://ressources.ciheam.org/om/pdf/b41/03400042.pdf>

وفي دراسة حديثة أجرتها إدارة الطب المدرسي والجامعي⁴⁴ سنة 2013 حول التدخين وتعاطي المخدرات عند المراهقين، بيّنت نتائجها أنّ التدخين قد شمل 43 % من المستجوبين موزعين بين 56.6 % من الذكور و32.7 % من الإناث. أمّا عن تجربة شرب الخمر، فقد أگدها 12.8 % من المراهقين في حين أنّ نسب تعاطي المخدرات قد تراوحت بين 0.8 % لمادة الكوكايين و6 % لأقراص الهلوسة مروراً ب 2 % للأعشاب المخدّرة.



ومن الناحية النفسية المتصلة بالتغذية ، فإنّ 2.7 % من بين من أعربوا عن عدم رضاهم على مستوى رفاه عيشهم قد أرجعوا ذلك للبدانة . وهذا القلق النفسي المرتبط بالوزن عادة ما نشاهده عند الفتيات أكثر منه عند الذكور لما للرّساقة من قيمة في الثقافة الجماليّة لهذا العصر. وقد قام أخيراً باحثون بمحاولة التعرّف على الدّوافع التي تجعل الفتيات تتحكّمن في وزنهن وذلك من خلال تصرّفات مجموعة تتألف من 200 طالبة لبنانية و200 طالبة قبرصية. وقد أظهرت نتائج البحث أنّ اللّبنانيّات أكثر حرصاً على الرّساقة من القبرصيّات، لما تتعرّضن إليه من ضغوطات اجتماعية وثقافية محورها تقليد أنماط الجمال الغربي⁴³. وقد بيّنت دراسة إيطالية نفس الظاهرة التي أكدت أنّ الطالبات أكثر حرصاً من الطّلاب على الاهتمام بالوزن والإحساس بعدم الرّضا عن أجسامهن⁴⁴.

⁴³ Zeeni N, Gharibeh N, Katsounari I. The influence of sociocultural factors on the eating attitudes of Lebanese and Cypriot students: a cross-cultural study. J Hum Nutr Diet. 2013 Jul;26 Suppl 1:45-52

⁴⁴ Zaccagni L, Masotti S¹, Donati R, Mazzone G, Gualdi-Russo E. Body image and weight perceptions in relation to actual measurements by means of a new index and level of physical activity in Italian university students. J Transl Med. 2014 Feb 11;12:42

يتّضح من خلال نتائج هذا البحث أنّ المراهقين واعون بمخاطر الاستهلاك المفرط للمواد الغنيّة بالدهون والسكريات ولكن هذا لا يعني أنّهم لا يتناولوها ونفس الملاحظة نسوقها بالنسبة لرأيهم في المشروبات المنشطة واستهلاكها ولو أنّ ما يقارب نصفهم ليسوا واعين بخطورة هذه المشروبات.

كما إنّ التدخين واحتساء الخمر من الأمور المتفق على أضرارها لكنّه من الصّعب التعرّف على النسبة الحقيقيّة للاستهلاك لما يمثله هذا السّؤال من إحراج.

إنّ الإدمان الملاحظ في استعمال الوسائل الحديثة للاتّصال لا يقلّ خطورة عن استهلاك المواد الغذائيّة المحظورة والتّدخين. فالأولياء وحتى المراهقون مدركون لذلك جيّداً ولكن هذا الإدراك لم يغيّر من عاداتهم الاستهلاكية شيئاً.

من الضروري أن نوّكد أنّ هذه التصرفات الاستهلاكية لا تتأثّر بالمستوى الاقتصادي للعائلة ولا بجهات السّكن كما يمكن أن يتبادر إلى الذّهن ولا تختلف بين القاطنين في مناطق نعتبرها راقية والذين يقيمون في أحياء تعتبر شعبية.

وفيما يخص تقييم رفاه العيش ، فقد صرّح 11% من مراهقي الأحياء الشعبيّة أنّ مستوى رفاهة عيشهم ضعيف مقابل 20% من مراهقي الأحياء الرّاقية . أمّا إذا اعتبرنا انعدام الرفاهة فيصبح الفارق شاسعا بين 2.5 % في الأحياء الرّاقية و11.5 % في الأحياء الشعبيّة.

وفي الختام، أمام ما استنتجناه من اختلال في التوازن الغذائي للأطفال والمراهقين دون اختلاف في الجنس والمستوى الاقتصادي ومقرّ السكنى يمكننا أن نوّكد على مجموعة من المسائل المهمّة كأهميّة تقديم القدوة الحسنة في مجال الأنماط الاستهلاكية الرّشيدة، خصوصا الغذائية منها وضرورة مشاركة الوالدين الطّفل في عمليات الشّراء واختيار المواد الغذائيّة المناسبة مع الاعتماد على قراءة البيانات الغذائيّة إذا وجدت والابتعاد قدر الإمكان عن المواد الغنيّة بالسكريات والدهون والأملاح. كذلك التأكيد على دور المدرسة ووسائل الإعلام والإعلان في توعية الأطفال بمنزلة السلوك الاستهلاكي المتّزن ومواجهة التأثير السّلبى للإشهار والحثّ على ممارسة النّشاط البدني بانتظام ومناهضة انتشار الأطعمة السّريعة وترشيد استهلاكها.

استخدام الأطفال والمراهقين لوسائل الإعلام والاتصال

إنّ الانتشار السريع لاستعمال التقنيات الحديثة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال وخاصة منها الانترنت والهواتف الجوّالة الذكيّة أصبحت مرتبطة ارتباطاً عضوياً بالحياة اليوميّة لدى الناشئة ولا يمكن الاستغناء عنها. وإن كان هذا الأمر ضرورياً لمواكبة التطوّر التكنولوجي ومن المقومات الأساسية لإرساء ثقافة عصريّة لدى الأطفال والمراهقين ولا احد ينكر هذا الجانب الايجابي لما فيه من فوائد ومحاسن الا انه تشوبه كثير من المضار على الناشئة تتمثل خاصة في الاستعمال الخاطي لهذه الوسائل وكذلك لما تروجه لأشكال من التربية الموازية والسلوكيات غير مأمونة العواقب التي قد لا تتناسب مع خصوصيات مختلف مراحل الأعمار ومن شأنها أن تؤثر سلباً على عملية التنشئة القويمة التي تسعى الأسرة والمدرسة إلى إرسائها وتثبيتها.

وقد تطرّق البحث إلى بعض هذه الجوانب المتأثية من تأثير مشاهدة التلفزة واستعمال الهاتف الجوّال والحاسوب والإبحار بالانترنت للوقوف على حجم ومدى خطورة هذا التأثير على صحّة الطفل والمراهق البدنية والنفسية علاوة على التأثير على ميزانية الاسرة لتلبية حاجيات الاطفال المستحدثة والمستجدة يوماً بعد يوم..

التلفزة

تمثل التلفزة أكثر وسائل الإعلام استخداماً وانتشاراً بين الأسر ولا يكاد يخلو منها بيت إذ بلغت نسبة المستخدمين لها 97.7% من إجمالي أسر البلاد التونسية و98.8% على مستوى إقليم تونس. وقد أصبحت التلفزة تشكل مقوماً من مقومات الحياة اليومية للمواطن ومؤثراً بشكل مباشر على حياة الأسر وخاصة على الناشئة.

فقد بيّنت نتائج البحث أنّ معدّل مدّة مشاهدة التلفزة يبلغ الساعتين يومياً خلال أيام الأسبوع وثلاث ساعات في آخر الأسبوع وهذه المدّة لا تختلف كثيراً بين ممارسات الأطفال صغار السن والمراهقين، ذكورا كانوا أو إناثا. ولا وجود عموماً لفوارق في هذه المدّة ذات دلالة بين مختلف الفئات الاجتماعية من حيث الأصناف المهنية أو المستوى التعليمي لرؤساء الأسر غير أنّها بالنسبة لأبناء الإطارات العليا والمتوسطة هي أقلّ ممّا هي عليه بالنسبة لبقية الأبناء وخاصة خلال نهاية الأسبوع وذلك راجع في نظرنا إلى ما لهذه الفئة من إمكانيات تمكّنها من الترويج عن أبنائها خارج البيت.

مشاهدة البرامج التلفزيونية حسب الفئات العمرية :

1-معدّل مدّة مشاهدة التلفزة في اليوم: - خلال أيام الأسبوع..... - في نهاية الأسبوع.....	من 3 إلى 5 سنوات	من 6 إلى 9 سنوات	من 10 إلى 18 سنة
	3 ساعات و 8 دق 3 ساعات	ساعة و 50 دق 3 ساعات	ساعتان 3 ساعات و 30 دق
2-المساحة الزمنية لأعلى نسبة مشاهدة: - خلال أيام الأسبوع..... - في نهاية الأسبوع.....	من 14 إلى 16 س من 10 إلى 14 س ومن س 20 إلى 23	من 18 إلى 20 س من 18 إلى 20 س و من 20 إلى 22 س	من 20 إلى 22 س من 20 إلى 24 س

علما وأنّ هذه البيانات يمكن استغلالها لإعداد مواعيد بثّ برامج إرشاد وتنقيف بالتلفزة لإرساء سلوك استهلاكي سليم لدى الناشئة.

وإذا كانت مدّة مشاهدة التلفزة لا تختلف اجمالا حسب الفئات العمرية فإننا لاحظنا اختلافا في أنواع البرامج التي تشاهدها الناشئة. فبالنسبة للفئة العمريّة دون سنّ الدّراسة، فإنّ برامج الأطفال في القنوات العربية تأتي في المقام الأوّل بالنسبة ل 70.5% من مجموع هاته الفئة وذلك راجع لأنّ هذه القنوات مختصّة في تقديم برامج متنوّعة ومسترسلة للأطفال. ويليهما برامج الأطفال بالقنوات الوطنية بالنسبة ل 47.6% منهم. وهذه النّسب لا تختلف كثيرا بين ما يشاهده الذّكور أو الإناث. وفي الصّدّد نشير الى إنّ ارتفاع نسبة مشاهدة الأطفال للقنوات العربية قد يؤثّر على سلوك الأطفال جرّاء التّأثير بفحوى ما تبثّه من برامج ومن إعلانات إشتهارية من الضروري مراقبتها من طرف الاولياء والاطلاع عليها.

- أمّا بالنسبة لباقي الفئات العمرية للأطفال والمراهقين، فإنّ مشاهدة البرامج الترفيهية تأتي في الصّدارة بالنسبة ل 67.7% من إجماليّ المستجوبين (87.7% من بين الإناث مقابل 63.9% من بين الذّكور) ويليهما برامج الموسيقى و"الكليات" بالنسبة ل 25.7% من المستجوبين (30.5% من بين الإناث مقابل 26.3% من بين الذّكور) وكذلك برامج الرّياضة بالنسبة خاصّة للذكور وبرامج الطبخ بالنسبة للإناث. ولا تستهوي برامج الثقافة والعلوم إلّا نسبة 14.8% من المستجوبين وخاصّة من بين الذّكور (20.7% من بين الذّكور مقابل 10.4% من بين الإناث).

وقد وقع التّطرّق في فقرات سابقة من هذا التقرير إلى هذا الجانب على المستويين الغذائي والصحيّ.

وفيما يخصّ الاشهار فقد بيّنت النتائج أن الإشهار بالتلفزة يستهوي أكثر من 92% من مختلف الفئات العمرية للأطفال والمراهقين. علما وأنّ عملية الإشهار التلفزيوني هي من أكثر الوسائل الإعلانيّة التي تستخدمها الشّركات نظرا لفاعليتها ونجاحتها وقدرتها على التّأثير على السلوكات الاستهلاكية عامّة وعلى سلوك الأطفال والمراهقين على وجه أخصّ. ونظرا للمدّة الهائلة التي يخصّصها الأطفال والمراهقين لمشاهدة التلفزة والتي

تتراوح بين 15 و 21 ساعة في الأسبوع حسب الفئآت العمرية فمن الضروري وضع ضوابط لتعدي المساحة الزمنية الملائمة لمشاهدة التلفزة من طرف الناشئة و بصفة معتدلة لكي يقوم الطفل بنشاطات أخرى كالقراءة والرياضة والأعمال اليدوية وتخصيص وقت للحوار داخل الأسرة، ولما لا مثلاً، أخذ قرار من طرف الأسرة بإغلاق التلفزة يوماً في الأسبوع للقيام بأنشطة أخرى وفرصة من شأنه ان يبرز مواهب الطفل في مجال معين لتنميتها

أثر الإشهار التلفزي على قرار شراء الأطفال والمراهقين

وعن مدى تأثير الإعلانات والإشهار على سلوك الطفل يقول خبراء الإعلام والتواصل انها تنمي لديه نزعة السلوك الاستهلاكي العشوائي، فضلاً عن زيادة تطلعاته، مما يجعله يرفض واقعه الأسري المؤلف. وهذا يخلق نوعاً من الصراع داخل الأسرة وداخل الطفل ذاته بين الواقع والتطلعات، مما يجعله مهدداً بالإحباط أحياناً ويلجأ إلى سلوك غير سوي للحصول على المال اللازم الذي يحقق له رغباته، بالإضافة إلى تأثيرها على معارفه الثقافية ولغته وتحديد أولوياته وتشكيل ذوقه علاوة على ما يترتب عن ذلك من مصاريف إضافية من شأنها أن تثقل كاهل الأسرة. ومن واجب الأطراف المعنية بترشيد العمليات الاستهلاكية لدى الأسرة ومكوناتها العمل على الحد من العمليات الإشهارية التي تستهدف الأطفال منذ سن الطفولة الأولى والتي لا تأخذ بالاعتبار سوى الهصالح المادية للمستشهرين.

إن جاذبية الإعلانات التلفزيونية، بما تحمله من مؤثرات الصور والحركات والألوان (لأن الناشئة تعيش عصر ثقافة الشاشة والصورة) والموسيقى وإعادة عبارات الاعلان المصاحبة تجعلها أفضل وسيلة للوصول الى فئة الاطفال والمراهقين التي تتميز بقدرتها على التأثير والالاحاح على الاولياء فتجعلهم ينساقون وراء الرغبات المتزايدة لاقتناء المواد التي تتضمنها الاعلانات الاشهارية.

وقد أفرزت نتائج البحث أن قرابة نصف العينة (49.2 %) من الاطفال والمراهقين يلحون على أوليائهم لشراء مواد تأثروا بها سواء من خلال العروض داخل الفضاءات التجارية عند عملية التسويق أو من خلال الاعلانات الاشهارية وخاصة بالتلفزة (بنسب تتراوح بين 80% و 90 % من هؤلاء وبالنسبة لكل الشرائح العمرية).

وتفيد دراسة بريطانية تحت عنوان "التلفزة والطفل" شملت عينة بلغت 927 طفلاً تتراوح اعمارهم بين 10 و14 سنة أن هذه الفئة العمرية تشاهد التلفزة بين 13 و 15 ساعة أسبوعياً وأن أغلبية الاطفال يشاهدونها في الفترة المسائية. وهذه النتائج تلتقي مع ما أفرزه بحثنا الحالي. كما تبين الدراسة البريطانية ضعف مراقبة الاولياء للبرامج التي يشاهدها الاطفال. وتؤكد المختصة في علم الاجتماع "اليزابات ثومان" التي تدير مركزاً لتوعية الآباء عن طريق دورات تحمل عنوان " الآباء في عصر التلفزة" والبالغة مدتها 8 ساعات، في مقال لها بمجلة "الأسرة" عدد 40 صفحة 13، أنه " إذا كان الأطفال سيشاهدون التلفزة خلال 20.000 ساعة قبل التخرج

من المدارس العليا، أفلا يتوفر لدى الآباء 8 ساعات (مدة الدورة التكوينية) للتأكد من أن وقت مشاهدة الأبناء للتلغزة سيكون مثمرا أو على الأقل ليس مخربا .

الهاتف الجوّال:

بيّنت نتائج البحث أنّ نسبة امتلاك الأطفال والمراهقين للهاتف الجوّال ترتفع مع تقدّم سنّ هذه الفئة من 16.3% من بين الذين تتراوح أعمارهم بين 6 و9 سنوات إلى 83.4% من بين الذين تتراوح أعمارهم بين 10 و18 سنة وأنّ هذه النسب هي أعلى بين البنات ممّا هي عليه بين البنين وفي مستوى 18.6% مقابل 13.6% من بين الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 6 و9 سنوات وبنسب 84.2% مقابل 82.8% من بين الذين يفوق عمرهم 9 سنوات ولم يتجاوز الثامنة عشر.

ويمثل الصّنف المهنيّ لرئيس الأسرة عنصرا مؤثرا وذا دلالة في امتلاك الأبناء لهذا الجهاز . فكلّما تموقع الصّنف في مرتبة أعلى في السلم الاجتماعي كلما كانت فرصة امتلاك الهاتف أكبر . فبالنسبة للفئة العمرية من 6 إلى 9 سنوات، تبلغ نسبة الأطفال الذين لهم هاتف جوّال 30.8% من بين أبناء الإطارات العليا والمهن الحرّة السّامية مقابل 15.8% من بين أبناء فئة العمّال بالسّاعد وأصحاب الحرف الصّغرى وكذلك الشأن بالنسبة للفئة العمريّة من 10 إلى 18 سنة إذ تبلغ نسبة امتلاكها لهذا الجهاز تباعا 89.8% مقابل 78.1% من بين أبناء هذين الصّنفين من المهن. وتدل هذه النسبة الأخيرة على مدى حرص الفئات الضعيفة على تمكين ابنائهم من هذا الجهاز و إن كان ذلك يتقل ميزانية الأسرة و يكون غالبا على حساب حاجيات أخرى.

هذا وإن كانت نسبة امتلاك الهاتف أعلى لدى البنات من البنين إلا أنّ مدّة استخدام الألعاب المبرمجة في هذا الجهاز هي أطول لدى البنين. بالنسبة للفئة العمرية من 6 إلى 9 سنوات، فإنّ معدّل مدّة اللّعب هذه تبلغ 496 دقيقة في الأسبوع (ما يفوق 8 ساعات أسبوعيّا) لدى الذكور مقابل 238 دقيقة لدى الإناث (حوالي 4 ساعات أسبوعيا) وهو ما يوافق معدّل عام بين الذكور والإناث ب 336 دقيقة (حوالي 5 ساعات ونصف ساعة). كما افرزت النتائج أنّ هذا المعدل العام يتقلص لدى الفئة العمرية المتروحة بين 10 و18 سنة إذ يبلغ 112 دقيقة في الأسبوع (119 دقيقة بالنسبة للبنين مقابل 98 دقيقة للبنات) وهذا الانخفاض مقارنة بمدّة لعب الفئة العمرية الأصغر سنّا راجع لانشغال الفئة العمرية الأعلى سنّا (من 10 الى 18 سنة) بجهاز الحاسوب وبالإبحار في الانترنت.

استعمال الحاسوب والوسائط الإعلامية

فتح الحاسوب آفاقا جديدة أمام الناشئة بما يمثله من مدخل الى شبكة الانترنت. وفي هذا الصدد تمّ التطرق ضمن البحث الى استخدام الحاسوب وارتداد الفضاءات الإعلامية بالنسبة للفئة العمرية المتراوحة بين 10 إلى 18 سنة. وقد أفرزت النتائج أنّ نسبة امتلاك الحاسوب الشخصي تبلغ 14.5% من عدد المستجوبين وأنّ 43% منهم يستخدمون حاسوب تابعا لأحد أفراد الأسرة وأنّ نسبة 42.5% لا تملك ولا تستخدم حاسوبا داخل البيت. والملاحظ أولاً أن نسبة امتلاك الطفل والمراهق لحاسوب شخصي ضعيفة (لا تتجاوز حاسوب لكل طفل من بين 7 أطفال) (وهذه النسبة تبقى ضعيفة حتى لو تمّ احتسابها بالنسبة للفئة العمرية ما بين 14 و18 سنة والتي لا تتعدى 17.3%) ومن المفيد الترفيع فيها بأخذ الإجراءات الضرورية لتيسير ذلك لتمكين الطفل والمراهق من اكتساب ومواكبة تطور الثقافة الرقمية .

وفيما يتعلق بخصائص المستخدمين لهذا الجهاز فقد بيّنت النتائج أنّ الحاسوب أكثر انتشارا بين البنين أكثر ممّا هو عليه بين البنات بنسبة 17.6% مقابل 10.6% ويمثل الصنف المهني لرئيس الأسرة متغيرا ذا دلالة ومؤثرا في امتلاك الأبناء لهذا الجهاز فقد بلغت نسبة هؤلاء 28.6% من بين أبناء الإطارات العليا مقابل 19.5% من بين أبناء الإطارات المتوسطة ولا تتعدى 8% من بين أبناء صنف العاملين بالسّاعد في مختلف القطاعات الاقتصادية. كما تختلف هذه النسب حسب مستوى التعليمي لرؤساء الأسر حيث تبلغ نسبة امتلاك هذا الجهاز 22% من بين أبناء رؤساء الأسر ذوي المستوى الجامعي مقابل 9.9% من بين أبناء رؤساء الأسر الذين لا يتجاوز مستواهم التعليمي المرحلة الابتدائية.

كما أن جلّ الحواسيب المستخدمة مرتبطة بشبكة الانترنت (بنسبة تضاهي 95.4%) ويقضي الطّفل والمراهق معدّل 896 دقيقة أسبوعيا في الإبحار في شبكة الانترنت أي ما يعادل 15 ساعة . ولا تختلف كثيرا هذه المدة بين الذكور (حوالي 16 ساعة) والإناث (14 ساعة). وبحسب الصنف المهني فإنّ هذا المعدّل يبلغ 17 ساعة بالنسبة لأبناء الإطارات العليا والمهن الحرّة السامية مقابل 13 ساعة بالنسبة لأبناء أصحاب "التجارة والحرف و المهن الصغرى".

وفيما يخصّ مواقع الإبحار، فتأتي مواقع الاتصال الاجتماعي في المقام الأوّل بالنسبة ل 95.8% من المستخدمين للحاسوب وتليها مواقع الترفيه والأفلام بالنسبة ل 37.5% منهم في حين لا تستهوي مواقع الثقافة والتعليم إلا ربع المستجوبين. وهذه النسب وترتيب مواقع الإبحار لا تختلف بين الذكور والإناث ولا بين الأصناف المهنيّة والمستوى التعليمي لرؤساء الأسر. فاهتمامات الناشئة متشابهة في عصر ثقافة الشاشة والصورة

وأمام انتشار استخدام الحاسوب والإبحار في الانترنت بكل يسر وما يوفره من معلومات وأحداث وصور قد لا تتناسب مع مختلف المراحل العمرية والقيم الأخلاقية المألوفة، نرى أنّه من المفيد إعداد خطة لتربية وقائية إعلامية تمكنّ هذه الشرائح العمرية من الاستخدام الامثل لوسائل الإعلام والاتصال وتؤمّنه من مخاطر

الاستعمال الخاطئ لها وعدم التسليم بكل ما فيها نظرا لما تزوجه في كثير من الأمور من أفكار وسلوكات خاطئة ومضرة بالرغم من أنه لا ينكر أحد فضل الانترنت ومزاياها.

تأثير استخدام وسائل الإعلام والاتصال

كما تمّ طرح سؤال على المستخدمين لوسائل الإعلام والاتصال الحديثة حول مدى تأثير ذلك على سلوكهم فكانت الأجوبة تتضمن نوعين من الآثار بين ايجابية وسلبية. وهذا الأمر طبيعي إذ لكل استعمال للتقنية تأثيراته الايجابية والسلبية.

فأما الآثار الايجابية فهي تتمثل خاصة في أنّ هذه الوسائل مفيدة كمصدر للمعرفة مكّنت من الاطلاع والتفتح على معلومات جديدة بالنسبة لـ 70% من المستجوبين كما ساعدت في تحسين النتائج المدرسية بالنسبة لـ 27% من هؤلاء. وصرّح 5% من الأطفال والمراهقين أنهم اكتسبوا هدوءا في الطبع وثقة في النفس .

أما الآثار السلبية فلنّها تتمثل في أنّ استخدام هاته الوسائل قد قلص من الحركة ومن النشاط البدني ممّا جعل حوالي 28% من المستخدمين لها يشعرون بالخمول والترخي. كما لاحظت نسبة تقارب ربع المستجوبين أنّها قليلة النوم لطول السهر أمام الحاسوب. كما أدّى استعمال هذه الوسائل إلى انسحاب فئة تقارب 24.4% من المستجوبين من العالم الاجتماعي وحتى من الأسرة والانطواء على النفس. وقد أثر استخدام هذه الوسائل سلبا على النتائج المدرسية بالنسبة لـ 5.8% من الأطفال والمراهقين لانشغالهم المفرط بهذه الوسائل على حساب الفروض المدرسية. و بما أنّ هذا التأثير سواء كان ايجابيا أو سلبيا لا يختلف بين الأطفال والمراهقين من مختلف الفئات الاجتماعية لذا نؤكد على ضرورة وضع خطة لإرساء برامج تربوية وقائية للناشئة لتمكينها من الاستفادة من هذه الوسائل الحديثة بالاستخدام الأمثل لها وتجنب مضارّها.

تأثير الإنفاق الاستهلاكي على ميزانية الأسرة

إضافة إلى ما للوسائل الحديثة في مجالات الإعلام والتواصل والتكنولوجيات من تأثيرات على صحة الطفل والمراهق الجسدية والنفسيّة، فإنّ هناك أيضا تأثيرات على ميزانية الأسرة وإنفاقها لتلبية الحاجيات المتزايدة والمستحدثة للأبناء. ويختلف حجم هذه الإنفاق حسب سنّ الطّفل تبعا لخصائص كل شريحة عمريّة.

1- بالنسبة للفئة العمرية المتراوحة بين 3 و5 سنوات:

فقد أفرزت النتائج أنّ معدّل الإنفاق الشهري العام للأسرة يبلغ 101.4 دينار لتلبية متطلبات رياض الأطفال والأقسام التحضيرية واقتناء الألعاب. وإذا اقتصرنا على فئة الأسر التي لها أبناء مسجّلين بالروضة وبالأقسام التحضيرية دون غيرهم والتي تمثل 57.7% من إجمالي أسر هاته الفئة العمرية، فإنّ هذا المعدّل يكون في حدود 157 دينار في الشهر .

أبواب الإنفاق	معدل الإنفاق الشهري العام للأسر (1)	معدّل الإنفاق الشهري الفعلي للأسرة (2)
كافة رياض الأطفال والمدارس التحضيرية	41.4 د	72.3 (يصل إلى 350 د في الشهر)
كافة اللّمْجة	32.3 د	56.9 (يصل إلى 244 د في الشهر)
كافة الألعاب	27.7 د	28.2 (يصل إلى 300 دينار)
المجموع	101.4 د	157.4 د

(1) تم احتساب المعدّل على قاعدة إجمالي أسر عيّنة الفئة العمرية.

(2) تم احتساب المعدّل على قاعدة عدد الأسر التي لها أبناء بالروضة او بالأقسام التحضيرية.

ويختلف مستوى الإنفاق حسب الصّنف المهنيّ للوليّ وحسب مستواه التعليمي وكذلك حسب سنّه. فبالنسبة للمعدّل العام للإنفاق فانه يبلغ 156 دينارا للأسرة التي رئيسها من صنف الإطارات السّامية مقابل 77 دينارا إذا كان هذا الأخير عاطلا عن العمل.

ويلعب المستوى التعليمي دورا هاما في تحديد هذا المبلغ، إذ يبلغ 146 د لدى الأسر التي رئيسها مستواه التعليمي جامعي مقابل 74.5 د إذا كان هذا المستوى لا يتعدّى المرحلة الابتدائية. وإذا اعتمدنا متغيّر السنّ، فإنّ معدّل الإنفاق يتراوح بين 111 دينار في الشّهر للأسرة التي يتراؤها من كان عمره دون 45 سنة و96.5 دينار إذا كان السنّ يتراوح بين 45 و50 سنة.

2- بالنسبة للفئة العمرية المتراوحة بين 6 و9 سنوات:

فإنّ تلبية حاجيات هذه الفئة العمرية من مصاريف جيب واقتناء الهاتف الجوّال وشحنه وكلفة الاشتراك في الانترنت وارتياح الفضائيات الإعلامية يكبّد الأسرة مصاريف إضافية بمعدّل إنفاق شهري في حدود 43.1 د

للأسرة. إنّ هذا المعدّل تمّ احتسابه بالنسبة للأسر التي صرّحت بأنها تقوم بإنفاق لفائدة الأبناء. وإذا ما تمّ احتساب المعدّل العام بالنسبة لإجمالي عيّنة الأسر الحاضنة لهاته الفئة العمرية، فإنّ هذه المعدّل يكون في حدود 24.5 د (نظرا لأنّ نسبة 56.8% من الأسر قد صرّحت بأنها تقوم بإنفاق على هذه الأبواب الاستهلاكية في حين أنّ نسبة 43.2% صرّحت بلأنّها لم تقم بأيّ إنفاق في هذا المجال).

وفيما يلي تبويب تفصيلي لهذه البيانات.

معدّل الإنفاق الشهري الفعلي للأسرة (2)	معدّل الإنفاق الشهري العام للأسرة (1)	أبواب الإنفاق (المصاريف)
23.4 (ويصل إلى 150 د)	13.4	مصروف الجيب
3.9 (ويصل إلى 43 د)	2.2	شحن الهاتف
11.9 (ويصل إلى 20 د)	6.7	الأشتراك في الإنترنت
3.9 (ويصل إلى 73 د)	2.2	الفضاءات الإعلامية
43.1 د	24.5 د	المجموع (المصاريف الجارية)

- (1) تم احتساب المعدّل على قاعدة إجمالي أسر عيّنة الفئة العمرية.
(2) تم احتساب المعدّل على قاعدة عدد الأسر التي لها إنفاق فعلي (56.8%).

إضافة إلى هذه المصاريف الجارية، فإنّ هناك مصاريف أخرى لاقتناء الهاتف الجوّال بمعدّل عام في حدود 21.3 د للأسرة (علما وأنّ 16.3% من أطفال هذه الفئة العمرية يمتلكون هاتفًا جوّالًا).

ويختلف مستوى الإنفاق حسب الفئات الاجتماعية، فبالنسبة للمصاريف الجارية فهي في حدود 44 دينارًا شهريًا للأسرة المصنّفة ضمن "الإطارات العليا" مقابل 19.5 دينارًا إذا كان رئيس الأسرة يشتغل عاملاً بالسّاعد في مختلف المجالات الاقتصادية.

- بحسب المستوى التعليمي، فإنّ الإنفاق الجاري الأسري لتلبية الحاجيات السالف ذكرها للأبناء يبلغ 37 دينارًا في الشهر بالنسبة للأسرة التي يترأسها من ذوي مستوى تعليمي جامعي مقابل 24.5 د إذا كان من ذوي مستوى المرحلة الابتدائية.

- بحسب السنّ، فإنّ معدّل الإنفاق في هذا المجال يتراوح بين 31.4 دينارًا للأسرة التي رئيسها لا يتجاوز سنّه 45 سنة مقابل 20.7 دينارًا إذا كان سنّه يتراوح بين 50 و59 سنة (عدد الأطفال من هذه الشريحة العمرية يقلّ مع تقدّم الولي في السنّ).

3- بالنسبة للفئة العمرية التي تتراوح بين 10 و 18 سنة

إنّ جلّ الأسر (95.4 %) تتكبد إنفاقات لفائدة هذه الفئة العمرية لتلبية حاجياتها من مصاريف جيب و هاتف جوال و اشتراك في الانترنت وأنشطة رياضية وفضائية اعلامية بمعدّل شهري يبلغ 107 ديناراً للأسرة لتغطي هذه المصاريف الجارية علاوة عن إنفاق 338 ديناراً لشراء أجهزة الهاتف والحاسوب .

وتتوزّع أبواب هذا الإنفاق كما يلي :

المصاريف الجارية:

أبواب الانفاق	معدّل الإنفاق الشهري للأسرة (بالدينار)
مصاريف الجيب	56 (وتصل إلى 400 د)
الاشتراك في الانترنت	17
شحن الهاتف	17 (وتصل إلى 150 د)
الفضاءات الإعلامية	5 (وتصل إلى 60 د)
النشاط الرياضي	6 (وتصل إلى 180 د)
السجائر وما شابهها	6 (غير موثوق بالتصاريح)
المجموع	107

الهاتف الجوال 139 دينار (ويصل الإنفاق الفعلي حسب بيانات البحث إلى 1400 دينار)

الحاسوب 199 ديناراً (ويصل الإنفاق الفعلي إلى حدود 2500 دينار).

مع العلم أنّ معدّل الإنفاق تمّ احتسابه على إجمالي عدد الأسر الحاضنة للفئة العمرية من 10 إلى 18 سنة بغضّ النظر عن كونها اشترت أم لم تشتتر هذه الأجهزة مع التذكير بلقّ نسبة امتلاك الحاسوب هي في حدود 14.5% من ضمن هاته الفئة العمرية مقابل 83.4% بالنسبة لمن لهم هاتف جوال. (اختلاف هاتين النسبتين راجع بالأساس إلى ارتفاع ثمن الحاسوب مقارنة بأسعار الهواتف الجوال).

- بحسب الصّنف المهني، فإنّ معدّل المصاريف الجارية على الأبناء يبلغ 146 ديناراً لدى صنف الإطارات العليا مقابل 88 د لدى صنف العاملين بالسّاعد و70 ديناراً لدى ربّات البيوت والعاطلين عن العمل.

- بحسب المستوى التعليمي، فإنّ هذا المبلغ يبلغ 123 ديناراً لدى الأسر التي يترأسها جامعي مقابل 85 ديناراً إذا كان أمياً.

- بحسب السنّ، فإنّ هذا المعدّل يبلغ 73 ديناراً للأسرة التي رئيسها لا يتجاوز عمره 45 سنة مقابل 117 ديناراً إذا كان عمره يتراوح بين 50 و59 سنة.

4- بالنسبة لمختلف أعمار الأبناء

إنّ معدّل الإنفاق الشهري للأسرة الواحدة لتلبية حاجيات الأبناء في كلّ شرائحهم العمريّة (من 3 الى 18 سنة) يبلغ 98 ديناراً بالنسبة للمصاريف الجارية بالإضافة إلى معدّل إنفاق لاقتناء الهاتف الجوّال والحاسوب في حدود 183 د للأسرة.

مع الملاحظ أنّ البحث قد اهتمّ بدراسة أوجه الإنفاق المستحدثة ذات الطابع الخصوصي للأطفال والمراهقين والمتعلّقة خاصّة بوسائل الإعلام والاتّصال الحديثة ولم يشمل الإنفاق على الحاجيات الأساسية المعتادة كالغذية والملابس والصحة وغيرها. وتتنوع أوجه الإنفاق لتلبية حاجات كل الشرائح العمرية كما يلي:

معدّل الإنفاق الشهري للأسرة (بالدينار)		أوجه الإنفاق
		أ- المصاريف الجارية:
13.6		كلفة رياض الأطفال والمدارس التحضيرية
10.6		كلفة اللّمْجة للروضة
9.1		شراء الألعاب
34.2		مصروف الجيب
9.6		شحن الهاتف
11.4		الاشتراك في الانترنت
3.6		الفضاءات الإعلامية
2.9		النشاط الرياضي
2.8		السجائر وما شابهها
97.8		المجموع (المصاريف الجارية)

ب- اقتناء أجهزة: الهاتف الجوّال والحاسوب

معدّل الإنفاق الشهري للأسرة	أوجه الإنفاق
(بالدينار)	
80.4	الهاتف الجوّال.....
102.8	الحاسوب.....
183.2	المجموع

- بحسب الصّنف المهني لرئيس الأسرة ، فإنّ معدّل المصاريف الجارية لتلبية حاجيات الأبناء من أبواب الاستهلاك السّالف ذكرها يبلغ 145 ديناراً شهرياً إذا كان رئيس الأسرة إطار سامياً مقابل 79 ديناراً إذا كان عاملاً بالسّاعد و61 ديناراً إذا كان رئيس الأسرة عاطلاً عن العمل أو كانت ربّة بيت.

- بحسب المستوى التعليمي، فإنّ هذا المعدّل يبلغ 130 د للأسرة التي يترأسها مستواه الذي التعليمي جامعي مقابل 78 د إذا كان أمياً و85 د إذا كان هذا المستوى لا يتجاوز المرحلة الابتدائية.

- بحسب السنّ، فإنّ معدّل الإنفاق هذا يبلغ 104 د للأسرة في حالة ما إذا كان رئيسها عمره يتراوح بين 50 و59 سنة مقابل 93 د إذا كان عمره يتراوح بين 45 و49 سنة و98 د إذا كان لا يتجاوز 45 سنة.

5- الإنفاق في مجالات التّعليم الخاص والدروس الخصوصية:

لقد أفرزت نتائج البحث الميداني أنّ المنظومة التعليمية العمومية لا تحظى بنظرة ايجابية لدى فئة من الأولياء الذين فضّلوا تسجيل أبنائهم للدراسة بمؤسسات التعليم الخاص (7 % من الأسر). ورغم التكلفة الباهظة لهذا الصنف من التّعليم التي تتراوح بين 1500 و5000 دينار في السنّة، (وهو ما يوافق معدّل إنفاق سنوي ب 1921 دينار للأسرة الواحدة)، فإنّه يتّصف بجودة أفضل بالنسبة لقرابة 48 % من الأسر التي اختارت التعليم الخاص لأبنائها إلى جانب ما يوقّره من مرونة في أوقات التدريس تتناسب مع أوقات عمل الأولياء حسب اجوبة 21% من الأسر.

أمّا فيما يخص ظاهرة الدّروس الخصوصية التي تهتمّ نصف عينة الأسر فإنّها في نظر 83.7 % من هؤلاء ضرورية لتحسين المستوى التعليمي للأبناء وفي نظر 59.4 % فلنّها مكتملة للدروس التي يتلقاها الأبناء بالمدارس العمومية. ويبلغ معدّل الإنفاق الشهري على هذه الدروس 72 ديناراً للأسرة الواحدة (ويتراوح هذا المبلغ بين 10 و300 ديناراً).

علماً وأنّ البيانات لم تمكننا من تقدير الإنفاق الأسري على الدروس الخصوصية حسب سنّ الطفل لأنّ الاسر التي لها أكثر من ابن يتابع هذه الدّروس اكتفت في كثير من الحالات بمدّ العون بمجموع هذا الانفاق بالنسبة لكل الابناء و لم تدل بما تخصصه لكل ابن كل على حده وذلك نظراً لغياب رئيس الأسرة في موعد إجراء البحث فيكتفي القرين بتقديم ما له من بيانات كما أنّ هذه الدّروس يتم متابعتها من بعض الابناء خلال السنة الدراسية ويكون ذلك اثر ما لاحظته الاولياء من ضعف في نتائج الامتحانات الاولى أو في الامتحانات الثانية ففترة الاسناد او الفترة المرجعية لتقييم الانفاق على هذه الدّروس ليست موحدة بالنسبة لكل متابعيها

ملخص التقرير

لقد تناول هذا التقرير بالدرس والتحليل مختلف الجوانب التي يميّز بها نمط استهلاك الأطفال والمراهقين على ضوء نتائج البحث الميداني للوقوف على العوامل المؤثرة فيه ولتقييم أثاره الصحيّة على النّاشئة علاوة على ما يمثله حجم الإنفاق المترتب عنه من عبئ على ميزانيّة الأسرة.

1- نمط الاستهلاك الغذائي

- أهمّ مميّزات الاستهلاك الغذائي

يتميز الاستهلاك الغذائي عند الاطفال المستجوبين، رغم تنوعه، بتغير تدريجي مع التقدم في السن نحو نموذج تنقلص فيه نسبة المواد الضرورية الواقية والبناءة لتترك المجال لمواد غير ضرورية تنسم بوفرة السكريات والدهون. ولعل أحسن مثال لذلك أن استهلاك الحليب والخضر تقلص على التوالي بنسبة 20 و 10 % بينما ارتفعت نسبة استهلاك الغلال ب 39 % وهذا مؤشر خير بينما في المقابل بلغ ارتفاع استهلاك المشروبات

الغازية بين الشريحتين العمرية نسبة 86% وتناولها أثناء الأكل ب49%. كما ان استهلاك الأطعمة التقليدية مثل البسيسة يظل نادرا مهما اختلف السن.

ولهذا الاستهلاك جوانب ايجابية أهمها المحافظة على مكانة فطور الصباح وتشريك الأبناء في اختيار المواد الاستهلاكية وخاصة مراقبة الاولياء للمواد الغذائية لأطفالهم حسب معلوماتهم الخاصة نظرا لافتقاد السلع التونسية للتأشيرة الغذائية

- العوامل المؤثرة في الاستهلاك الغذائي

اهم العوامل المؤثرة على الاستهلاك الغذائي للأطفال والمراهقين هو الاشهار بجميع انواعه ووفرة المعروضات وانصياع الاولياء لإلحاح ابنائهم وامتلاك الأطفال لمصروف الجيب وكل ذلك رغم النسبة العالية لإدراك الاطفال وخاصة منهم المراهقين لخطورة بعض السلوكيات الغذائية على الصحة.

- تعاطي الأنشطة الرياضية

رغم ان النشاط البدني يمثل الركيزة الاساسية للنمو السليم للجسم الى جانب التغذية المتوازنة فان الاقبال عليه ضعيف جدا لدى المستجوبين مع زيادة الانشطة الخمولية كاستعمال الحواسيب وأجهزة ومواقع الاتصال.

الآثار الصحية والنفسية

اقتران التغذية الغنية بالدهون والسكريات مع قلة النشاط البدني منذ الصغر خلف في نفس الوقت زيادة في الوزن والسمنة في 10% من الحالات و نقص في الوزن بالنسبة ل 15.7% من المستجوبين مع توقعات صحية لدى 3% منهم. هذه الازدواجية بين الزيادة ونقص الوزن احدى المؤشرات الدالة على ان البلاد التونسية في فترة انتقال غذائي يدعو الجميع للتفكير في ايجاد حلول سريعة وناجعة للتصدي لظاهرة اختلال الغذائي واستفحال الخمول.

2- وسائل الإعلام والاتصال الحديثة

لم يعد الإعلام مجرد أداة لنقل المعلومة بل أصبح في ظلّ التطورّ السريع لوسائل الاتّصال وثورة تكنولوجيايات المعلومات وارتباطها الوثيق بمؤسّسات الإشهار أداة فاعلة في تشكيل النمط الاستهلاكي والسلوكي لدى النّاشئة خاصّة. فقد تحرّر الطفل والمراهق من نمط عيش الأسرة التقليدي وتبنّى نمودجا استهلاكيًا جديدًا ومستحدثًا تمّ نقله عبر وسائل الإعلام والاتّصال من ثقافات غربية وحملات اشهارية مكثّفة وتسويق هادف إلى ترويج المنتوجات وفرضها على العادات الاستهلاكيّة التقليديّة للأسرة. وقد أدّى ذلك في كثير من الحالات إلى تصادم مع القيم الموروثة والضوابط المألوفة لدى المجتمع. وتعدّ القنوات التلفزية وشبكات الانترنت والمواقع الاجتماعية من أهمّ وسائل الاتّصال المؤثرة في هذا السياق.

التلفزة

تمثل التلفزة أكثر وسائل الإعلام استخداما وانتشارا داخل الأسرة إذ لا يكاد يخلو منها بيت (98.8% من أسر إقليم تونس). وقد أفرزت نتائج البحث الميداني أنّ معدّل مشاهدة ما تبثه مختلف القنوات التلفزية في حدود 21

ساعة في الأسبوع لدى الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 3 و5 سنوات (دون احتساب مدة مشاهدة التلفزة في رياض الأطفال) موزعة بين مشاهدة برامج الأطفال عبر القنوات الوطنية (بنسبة 47.6% من الأطفال) والقنوات العربية الأخرى (بنسبة 70.6%). ويبلغ هذا المعدل 15 ساعة بالنسبة للأطفال والمراهقين الذين تتراوح أعمارهم بين 10 و18 سنة يقضونها خاصة في مشاهدة البرامج الترفيهية والرياضية و ذلك بالنسبة ل67.2% منهم. ولا يختلف كثيرا معدل المشاهدة بين الذكور والإناث ولا بين الأصناف الاجتماعية التي ينتمي لها الطفل والمراهق..

كما تعدّ التلفزة أفضل وسيلة إخبارية لدى المختصين في التسويق للوصول إلى المستهلك عامة وللأطفال والمراهقين خاصة. وقد بينت النتائج أنّ عمليات الإشهار التلفزيوني لها تأثير كبير على نمط استهلاك الأطفال والمراهقين بما تستعمله من تقنيات مؤثرة ومغرية تهدف إلى تنمية نزعة الاقتناء وثقافة الإقبال على الاستهلاك خاصة على المشروبات الغازية (بالنسبة ل 31% من الفئة العمرية من 10 الى 18 سنة) والمرطبات والمواد السكرية (17%) وأنواع الياغورت (19%) وكذلك الهواتف الجوالة (42.1%) والملابس والأحذية الشبابية (56%). وان إلاح الأطفال وإصرارهم على اقتناء ما شاهدوه عبر الإعلانات (بنسبة تتراوح بين 70% و78% حسب الفئات العمرية)، ليؤكد مدى تأثير الإشهار في تشكيل ذوق الناشئة ورغباتهم.

الهاتف الجوّال

وما يتميز به كذلك نمط عيش الناشئة، هو انتشار استخدام الهاتف الجوّال الذي أصبح جزءا لا يتجزأ من حياتهم اليومية. وهذه ظاهرة عالمية سائدة في كل المجتمعات و لا يمكن تصوّر تخليهم عنه بحال من الأحوال. وقد أفرزت نتائج البحث أنّ 83.4% من الأطفال والمراهقين الذين تتراوح أعمارهم بين 10 و18 سنة يمتلكون هاتفا جوالا مقابل 16.3% من بين الذين هم من الفئة العمرية التي تتراوح بين 6 و9 سنوات. ويستخدم الهاتف علاوة على المكالمات وتبادل الوسائل في الألعاب الالكترونية التي يسخر لها الطفل الذي يتراوح سنّه بين 6 و9 سنوات معدّل 48 دقيقة في اليوم بينما يركز اهتمام الذين هم أكبر سنا (من 10 إلى 18 سنة) على استعمال الحاسوب وارتياذ الفضاءات الإعلامية والإبحار بالمواقع الاجتماعية خاصة.

الحاسوب والانترنت

أفرزت نتائج البحث أنّ 14.5% من بين الأطفال والمراهقين الذين تتراوح أعمارهم بين 10 و18 سنة يمتلكون حاسوبا خاصا بهم وأنّ نسبة 43% تستخدم حاسوبا تابعا لأحد أفراد الأسرة والنسبة الباقية (42.5%) لا يستخدمون الحاسوب داخل البيت.

وإن كانت نسب امتلاك الهاتف الجوّال لا تختلف كثيرا بين البنين والبنات. إلا أنّ امتلاك الحاسوب يظلّ أكثر انتشارا بين الذكور بنسبة 17.6% مقابل 10.6% من بين الإناث.

وفي نظرنا فان ذلك راجع إلى ارتفاع ثمن الحاسوب مقارنة بالهاتف الجوّال وكذلك لضرورة توفير الهاتف للأبناء لكي يمكنهم من التواصل بهم ومتابعة أحوالهم. كما بينت النتائج أنّ جلّ الحواسيب المستخدمة

مرتبطة بشبكة الانترنت (بنسبة 95.4%). ويقضي الأطفال والمراهقون معدّل 15 ساعة في الأسبوع في الإبحار خاصّة في المواقع الاجتماعيّة (بالنسبة ل 95.4% من المبحرين) وكذلك في مواقع الترفيه (37.5%) بينما لا تستهوي مواقع الثقافة والتعليم والبحث إلا 25% منهم.

الأثار الصحيّة والنفسية:

صرّح 28.8% من الأطفال والمراهقين الذين تتراوح أعمارهم بين 10 و 18 سنة أنّ نمط استهلاكهم الغذائي أثر على صحتهم . ويتمثل هذا الأثر من منظورهم الشّخصي في نقص في الوزن بالنسبة ل 15.7% منهم وبالزيادة في الوزن بالنسبة ل 10% منهم . علما وأنّ هذه النّسب تمّ احتسابها بالاعتماد على أجوبة عيّنة الأطفال والمراهقين ومن منظور ذاتي ولا تستند إلى ضوابط ومراجع علميّة ولا غرابة انها تختلف عن النّسب المتداولة لدى الجهات المختصة . وهو ما يدعو إلى تصحيح المفاهيم والمعايير لدى العامّة من النّاس بالنسبة لحالات النحافة والزيادة في الوزن و في السمنة.

وفيما يخصّ تأثير تعامل هذه الفئة العمرية مع وسائل المعلومات الحديثة صرّح 58.9% منهم أنّ لهذه الوسائل أثر ببعديه الإيجابي والسّلبّي. فالجانب الإيجابي يتمثل في الاطّلاع على كل المستجدات من معلومات وتكنولوجيات جديدة (حسب ما صرّح به 41.9% من المستجوبين) وكذلك في تحسين الزّاد المعرفي والنتائج المدرسيّة (15.9%). وأمّا الجانب السّلبّي فيتمثل خاصّة في قلة الحركة والانطواء على النفس والابتعاد عن مجالسة الأسرة نظرا للجلوس المفرط أمام الحاسوب (16%).

كما تطرّق البحث إلى تقييم نوعية الحياة التي يعيشها الطفل والمراهق . فقد صرّحت نسبة 7.1% من المستجوبين أنّها تعيش في رفاه تام ونسبة 72.2% أنّها في ظروف رفاه عادي بينما صرّحت 20.6% أنّها تعيش ظروفًا معيشية صعبة ومنعدمة الرّفاه.

وللوقوف على أسباب وأوجه انعدام الرّفاه صرّح ثلاث أرباع من هؤلاء أنّ ذلك راجع إلى ضعف الإمكانيات الماديّة للأسرة. في حين ترى نسبة 31.8% أنّها لا تجد أي إمكانيّة للترويح عن النّفس والتفسيح كسائر الأتراب. وصرّحت نسبة 15.5% أنّ ذلك راجع إلى المعاناة من عدة مشاكل داخل الأسرة. وترى نسبة 13.6% أنّ الصعوبات التي تواجهها على المستوى الدّراسي (ضعف النتائج، انقطاع، رف ث...) قد أثر سلبا على حياتها. ونرى أنّه من الواجب الاعتناء بهذه الشريحة و الاهتمام بوضعياتها لكي لا تسقط في حالة اليأس الذي يؤدي اذا تفاقم الى تدمير نفسية الطفل والمراهق.

تأثير الإنفاق الاستهلاكي على ميزانية الأسرة.

إضافة إلى ما لهذه الوسائل الحديثة في ميدان الإعلام والاتصال من تأثير على صحّة الناشئة وسلوكهم، فإنّ هذا النّمط الاستهلاكي المستحدث له أيضا كلفة من ش أنّها أن تنقل كاهل الأسرة كما صرّح به 80.4% من الأولياء. والأمر يعظم أكثر عند ما يرى جلاً هؤلاء (78.3%) اللامبالاة وغياب الوعي لدى أبنائهم بما تتكبّده الأسرة لتلبية حاجياتهم رغم محاولات إقناعهم بترشيد استهلاكهم.

- فبالنسبة للأطفال الذين هم دون سنّ الدراسة (من 3 إلى 5 سنوات)، فإنّ معدّل الإنفاق الشهري يتراوح بين 101.4 د للأسرة الواحدة (باعتبار كل الأسر التي لها أطفال في هذا السن) و 157.4 د (باعتبار فئة الأسر التي لها أطفال مرسمون برياض الأطفال وبالأقسام التحضيرية) وذلك مقابل خدمات الروضة والأقسام التحضيرية وشراء الألعاب

- وبالنسبة للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 6 و 9 سنوات، فإنّ معدّل الإنفاق الشهري في حدود 24.5 د للأسرة الواحدة (باعتبار كل الأسر التي لها أبناء في هذا السن) و 43.1 د (باعتبار فئة الأسر التي صرّحت أنّها تقوم بنفقات خاصة لهاته الفئة العمرية بالنسبة لأوجه الاستهلاك المعتمدة في الدراسة: مصروف الجيب، اقتناء وشحن الهاتف الجوّال، الاشتراكات في الانترنت وارتياذ الفضاءات الإعلامية).

- أمّا بالنسبة للأطفال والمراهقين الذين تتراوح أعمارهم بين 10 و 18 سنة، فإنّ جّل الأسر تتحمّل أوجه الإنفاق السابقة الذكر (المصاريف الجارية) بمعدّل شهري في حدود 107 د للأسرة الواحدة (ويصل الإنفاق إلى 494 دينار لدى البعض). كما تتكبّد الأسرة مصاريف إضافية لاقتناء الهاتف الجوّال بمعدّل إنفاق أسريّ ب 139 دينار (ويصل الإنفاق إلى 1400 دينار لدى البعض) وكذلك لاقتناء الحاسوب الشخصي بمعدّل إنفاق اسري في حدود 199 دينار (و يصل الإنفاق إلى 2500 دينار لدى البعض).

- وإذا أخذنا في الاعتبار تركيبة الأسر من حيث عدد الأطفال وسنّهم وتنوع حاجيتهم بالنسبة لأوجه الاستهلاك التي تم اعتمادها، فإنّ معدّل الإنفاق الشهري الإجمالي على الأبناء (باعتبار كلّ الأعمار) يكون في حدود 97.8 د للأسرة الواحدة.

وفي الختام، فإنّه على ضوء ما أفضى إليه التقرير الحالي من نتائج واستنتاجات، سيّتم في المرحلة الرابعة من الدراسة، وضع معالم خطاب اتصالي يرمي إلى ترشيد استهلاك الطفل والمراهق لترسيخ سلوك استهلاكي سليم يقلص تأثيرات الاستهلاك السلبية سواء على السلامة الجسدية أو النفسية ويحد من حجم الإنفاق الأسري والتعامل بوعي ورشد مع وسائل الاتصال الحديثة و مؤثرات الإشهار ومختلف آليات التسويق المعتمدة لتكوين مستهلك مسؤول وواع منذ الصغر خاصّة أنّ نسبة مرتفعة من الأطفال والمراهقين (78.3%) غير مبالين ولا واعين بما تتكبّده الأسرة من إنفاق لتلبية حاجيتهم حسب ما صرّح به الأولياء.

الفهرس

الجزء الأول: حوصلة نتائج البحث الميداني

أهم خصائص نمط استهلاك الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 3 و5 سنوات

.....	الاستهلاك الغذائي
.....	مشاهدة البرامج التلفزيونية
.....	الإشهار والعروض التجارية
.....	التأثير الصحي والنفسي
.....	التأثير الاقتصادي

خصائص نمط استهلاك الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 6 و9 سنوات

.....	الاستهلاك الغذائي
.....	مشاهدة التلفزة
.....	الإشهار والعروض التجارية
.....	الإعلامية والانترنات
.....	مصروف الجيب
.....	الهاتف الجوال
.....	التأثير الصحي والنفسي
.....	التأثير على ميزانية
.....	الأسرة

خصائص نمط الاستهلاك لدى الأطفال والمراهقين الذين تتراوح أعمارهم بين 10 و18 سنة

- الاستهلاك الغذائي
- مصروف الجيب
- التلفزة والإشهار
- الحاسوب والانترنت
- الهاتف الجوال
- التواصل الأسري
- النشاط الرياضي
- التأثير الصحي والنفسي
- نوعية الحياة
- التأثير على ميزانية الأسرة
- تطور النمط الاستهلاكي حسب مختلف الفئات العمرية

الجزء الثاني: تحليل نتائج البحث الميداني

الاستهلاك الغذائي

- التسوق وظاهرة الإلحاح
- أسباب الإلحاح
- موقف الآباء من الإلحاح
- دور الأبناء في الاستهلاك
- متابعة الأولياء للسلوك الاستهلاكي الغذائي للأبناء
- دور الإشهار في السلوك الاستهلاكي للطفل
- تأثير نوعية الاستهلاك الغذائي على الأطفال
- النشاط البدني
- تأثير الاستهلاك على الجانب الصحي والنفسي

استخدام الأطفال والمراهقين لوسائل الإعلام والاتصال

- التلفزة
- مشاهدة البرامج التلفزية حسب الفئات العمرية
- أثر الإشهار التلفزي على قرار شراء الأطفال والمراهقين
- الهاتف الجوال
- استعمال الحاسوب والوسائط الإعلامية
- تأثير استخدام وسائل الإعلام والاتصال

تأثير الإنفاق الاستهلاكي على ميزانية الأسرة

- بالنسبة للفئة العمرية المتراوحة بين 3 و5 سنوات
- بالنسبة للفئة العمرية المتراوحة بين 6 و9 سنوات
- بالنسبة للفئة العمرية التي تتراوح بين 10 و18 سنة

بالنسبة لمختلف أعمار الأبناء.....
الإنفاق في مجالات التعليم الخاص والدروس الخصوصية.....

ملخص التقرير.....