

## إنفاق النقود لا يعزز التواصل الأسري



يوماً بعد يوم يتزايد ميل مجتمعنا نحو الأنماط الاستهلاكية، وبالتالي ارتفاع معدلات الإنفاق الفردية والعائلية. كما يلعب دوراً هاماً في ذلك زيادة المعروض من المنتجات في الأسواق، وتصنيعها بكميات كبيرة في أسواق تتسم بانخفاض تكلفة الإنتاج واليد العاملة، ما يتبع أموراً مرغوبة من قبل مختلف شرائح الناس بأسعار منخفضة، وهي التي لم تكن في متناول يد الكثirين في الماضي.

وتتصاحب هذه المتغيرات التي تحدث على المستوى الاقتصادي مع تغيرات تطرأ على بنية المجتمع والعائلة، وفي مقدمتها خروج الوالدين للعمل، وارتفاع أحجام المدن وبالتالي ارتفاع معدلات الازدحام وتمضية وقت أطول في التنقل جائة وذهبهاً إلى العمل.

في ظل هذه الظروف يميل الكثير من الأهل إلى الإفراط في تدليل أولادهم وشراء كلّ ما يطلبوه، حتى أن ذلك ينبع من مقومات العلاقة بين الآباء والأبناء في بعض الأحيان، فكثير من الأنشطة العائلية قائمة على إنفاق المال.

ومن الأهمية في يومنا هذا أن يوجد الآباء الوقت لتمضيته مع أبنائهم، سواءً كان ذلك للعب أو مشاهدة فيلم عائلي أو الذهاب إلى الحديقة العامة أو ما خلا ذلك من أنشطة تقوم على التواصل والمحوار. ويعد تناول وجبات الطعام معاً أحد أبرز الأنشطة العائلية التي تحفز التواصل وتتيح قضاء وقت عائلي قيم.

ولسوء الحظ، فإنّ الأهل الذين لا يدركون ذلك، وينساقون وراء تلبية رغبات أولادهم معرضون لمغبة بناء العلاقة بينهم على أساس مادي عليهم ولخطر تنمية شعور بالاستحقاق لدى أطفالهم. ومع مرور الوقت، لا يعود الآباء راغبين بقضاء الوقت مع كلا الوالدين أو أحدهما إذا لم يكن متضمناً إنفاق المال. ومع تناهي هذه الحالة، قد يميل الآباء إلى ازدراء نمط العلاقة مع أطفالهم ويشعرُون بأنّ الآباء يستغلونهم. على الرغم من كون ذلك أمراً مؤسفاً، فهذه هي الطريقة التي يجري تعليم بعض الأطفال على

التواصل بها مع والديهم.

وهنالك مؤشر هام على حسن العلاقة يتمثل في كمية الوقت الذي يقضيه الآباء مع الأبناء. وفي هذا الإطار، يتعلم الأطفال الذين يقضي آباؤهم وأعمّـها تهم وقتاً طيباً معهم أن يشعروا بقيمة أهلهم لشخصهم. لذا، فبدلاً من كون ابتياع الأشياء أساساً للعلاقة بين الوالدين والطفل، يستحسن أن تقوم على الأنشطة، ولا سيما تلك التي تمثل متعة في حد ذاتها لكل من الوالدين والطفل.

\*سا بين رزق سكاف (أخصائية في علم النفس، معهد العلاقات البشرية)