

4-1-2024

Social Investment in the Children's Toy Industry: Foresight Vision

Sherif Mohammed Awad
Faculty of Art, Cairo University

Follow this and additional works at: <https://jfa.cu.edu.eg/journal>



Part of the [Sociology Commons](#)

Recommended Citation

Awad, Sherif Mohammed (2024) "Social Investment in the Children's Toy Industry: Foresight Vision," *Journal of the Faculty of Arts (JFA)*: Vol. 84: Iss. 2, Article 22.
DOI: 10.21608/jarts.2024.295276.1476
Available at: <https://jfa.cu.edu.eg/journal/vol84/iss2/22>

This Original Study is brought to you for free and open access by Journal of the Faculty of Arts (JFA). It has been accepted for inclusion in Journal of the Faculty of Arts (JFA) by an authorized editor of Journal of the Faculty of Arts (JFA).

الاستثمار الاجتماعي في صناعة لعب الأطفال: رؤية استثمارية (*)

د. شريف محمد عوض

أستاذ علم الاجتماع

كلية الآداب، جامعة القاهرة

الملخص:

أصبح الاستثمار الاجتماعي في صناعة لعب الأطفال ذا أهمية متزايدة في اقتصاد اليوم، لا سيما مع تزايد التحديات الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية التي تواجه تلك الصناعة في منطقتنا العربية، وتطور سوق اللعب عالمياً. فالיום، يتجه السوق بلا هوادة نحو سلعة لعب الأطفال، مستحوذاً على المساحات اليومية للأطفال. وفي ضوء هذه الخلفية تنهض الورقة على تساؤل رئيس: ما الأبعاد الأساسية للاستثمار الاجتماعي في صناعة لعب الأطفال؟ وللإجابة عن هذا التساؤل انطلقت الورقة نحو تقديم تحليل سوسيوي اقتصادي لهذه الصناعة وعوائدها الاجتماعية، كما تناقش الورقة أيضاً الدور الرئيس للإنفاق الاجتماعي في دعم القدرة الإنتاجية والنمو الاقتصادي لصناعة لعب الأطفال، والمسؤولية الاجتماعية لشركات لعب الأطفال وقدرتها على تلبية التوقعات المجتمعية انطلاقاً من الأبعاد الرئيسة للثقة التي تعزز تطوير لعب آمنة ومبتكرة. علاوة على ذلك، تسلط الورقة الضوء على الأدوار الاجتماعية لصناع لعب الأطفال في استثمار تلك الصناعة الإبداعية في بناء رأس مال بشري، فضلاً عن بناء القدرات الإبداعية في صناعة اللعب، وبما يدعم قيادة الأعمال الإبداعية. وأخيراً تحاول الورقة الوقوف عند دور تطبيقي لممارسة الاستثمار الاجتماعي المسؤول من خلال دعم صناعة اللعب العلاجية التي تستهدف الأطفال الذين يعانون من مشكلات سلوكية واضطرابات نفسية، فضلاً عن الاستثمار الاجتماعي في صناعة لعب الأطفال ذوي الهمم، من خلال تصميم لعب تتماشى معهم، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال دعم الإنتاج الوطني لهذه الصناعة.

(*) مجلة كلية الآداب جامعة القاهرة المجلد (٨٤) العدد (٣) أبريل ٢٠٢٤.

Abstract Social Investment in the Children's Toy Industry: Foresight Vision

Prof: Sherif Awad

Abstract:

Social investment in the children's toy industry has become increasingly important in today's economy, particularly as the social, economic and technological challenges facing the industry in our Arab region, and the development of the toy market globally. In light of this background, the paper rises to a main question: What are the basic dimensions of social investment in the children's toy industry? To answer this question, the paper set out to present a socio-economic analysis of the children's toys industry and its social returns. The paper also discusses the main role of social spending in supporting the productive capacity and economic growth of the children's toys industry, and the social responsibility of children's toy companies and their ability to meet societal expectations based on the main dimensions of trust that enhance Develop safe and innovative games. In addition, the paper highlights the social roles of children's toy makers in investing that creative industry in building human capital, as well as building creative capacities in the toy industry, in a way that supports creative entrepreneurship. The paper attempts to play an applied role in exercising responsible social investment by supporting the therapeutic toy industry targeting children with behavioural problems and psychological disorders, as well as social investment in the toy industry for children with concern, by designing games that are in line with them, and this can only be achieved by supporting the national production of the industry. Finally, the paper attempts to identify an applied role for the practice of responsible social investment by supporting the therapeutic games industry targeting children with behavioral problems and psychological disorders, as well as social investment in the games industry for children with determination, by designing games that are in line with them. By supporting the national production of that industry.

مقدمة:

أصبح الاستثمار الاجتماعي في صناعة لعب الأطفال ذا أهمية متزايدة في اقتصاد اليوم، لا سيما مع تزايد التحديات الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية التي تواجه صناعة اللعب في منطقتنا العربية وتطور سوق اللعب عالمياً. ومن هنا كانت هناك حاجة ماسة إلى نُهج استثمارية جديدة للتصدي لتلك التحديات المتزايدة يوماً بعد الآخر في عالم متغير، وبما يتيح توسيع نطاق الحلول المبتكرة ودعم الإبداع في صناعة لعب الأطفال، ويدعم مواجهة المخاطر التي تواجه هذه الصناعة والاتجاه نحو تبني منظور اجتماعي مستدام.

فالاستثمار الاجتماعي في صناعة لعب الأطفال يعتمد في الأساس على السياسات التي تستثمر في تنمية رأس المال البشري، والتي تساعد على الاستخدام الفعال لرأس المال البشري بما يدعم تعزيز الاندماج الاجتماعي والتفاعل الاجتماعي النشط للأطفال في بيئاتهم الاجتماعية (Kuitto,2016: 444). ومن ثم فإن الفكرة المحورية للاستثمار الاجتماعي هي الاستثمار في البشر بما يدعم بناء الإنسان ويحقق إنسانيته، والحق الأصيل في هذا الاتجاه حق الطفل في اللعب بما يعزز هويته الثقافية ويرسخ قيمه الإيجابية ويفرغ طاقاته الوجدانية، وينمي قدراته الحركية والعصبية، ويطور من شخصيته الإنسانية. إن الاستثمار الاجتماعي منظور تنموي يتجاوز الأطر الاقتصادية الضيقة، التي تستهدف تحقيق الربح الاقتصادي دون النظر إلى حقوق الإنسان في التمتع بحياة اجتماعية ذات جودة، وهو الأمر الذي يوجه صانعي ومنتجي لعب الأطفال لجوانب اجتماعية عديدة تضع في اعتبارها التكلفة الاجتماعية لإنتاج لعبة ما، وما نسويه الإنفاق الاجتماعي بدلاً من الإنفاق المالي الاستثماري؛ الإنفاق الاجتماعي في بناء بشر أسوياء، قادرين على الإبداع والابتكار، يراعي خصوصيتهم وظروفهم الفردية، ويدعم قدراتهم على الإنتاج والمنافسة في السوق العالمي بثقافتهم وهويتهم المحلية. ومن هذا المنطلق،

احتل مفهوم "الاستثمار الاجتماعي" مكاناً رئيساً في المناقشات الدائرة حول دور الإنفاق الاجتماعي ومستقبل دول الرفاهية في العالم.

ويمكن النظر إلى الاستثمار الاجتماعي باعتباره النموذج الذي يسير جنباً إلى جنب ويدعم النمو الاقتصادي في حد ذاته أو النمو الملائم لصناعة لعب الأطفال (Nolan, 2013; 460)، لا سيما وأن الاستثمار الاجتماعي "أحدث مبرراً للسياسة الاجتماعية لتوجيه تنمية الاقتصاد والمجتمع في القرن الحادي والعشرين، حيث يمكن عزو الأصول المبكرة لمنظور الاستثمار الاجتماعي إلى التأسيس لدولة الرفاهية الديمقراطية الاجتماعية (Deeming & Paul, 2015; 298).

إذن، نتناول منظور الاستثمار الاجتماعي في صناعة لعب الأطفال في الورقة الراهنة، انطلاقاً من كونه يقدم المكون الاجتماعي لنموذج اقتصادي استثماري في المقام الأول. ملامح هذا المكون تنحصر في القيمة الاجتماعية المهمة التي يضيفها منتجو لعب الأطفال ومصنعوها لمجتمعاتهم المحلية، وما يمتلكونه من رؤية للمسؤولية الاجتماعية لممارساتهم الاقتصادية والاستثمارية، وقدراتهم على تحقيق عوائد اجتماعية مرتفعة لاستثماراتهم في صناعة لعب الأطفال، لا سيما في ظل اقتصاد جديد يُعظم من قيمة المعرفة والاستثمار المسؤول اجتماعياً (Nolan, 2013; 462). فالاستثمار في صناعة لعب الأطفال استثمار في المستقبل.

أولاً: صناعة لعب الأطفال: تحليل سوسيو اقتصادي:

حققت صناعة اللعب في جميع أنحاء العالم دخلاً قدره ٩٠.٤ مليار دولار أمريكي من مبيعاتها في عام ٢٠١٨، بينما في الولايات المتحدة نما أكبر مستهلك للعب إلى ٢٠.٧ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠١٧. علاوة على ذلك، أصبحت رابطة أمم جنوب شرق آسيا ثالث أكبر مصدر لمنتجات اللعب في العالم بعد الصين وأوروبا؛ حيث بلغت ٨٦٤.٠٩ مليون يورو مع منتجات لعب مصدرة بقيمة ٢٥٥.٣٦ مليون يورو إلى الاتحاد الأوروبي (EU) في عام

٢٠١١. كما كشفت أحدث الأرقام في العديد من الدول الأعضاء في رابطة أمم جنوب شرق آسيا (AMS) عن زيادة عدد صادرات منتجات اللّعب إلى الاتحاد الأوروبي وحول العالم. على سبيل المثال، في عام ٢٠١٦، بلغ تصدير لُعب الأطفال من تايلاند أكثر من ٢٠٠ مليون دولار أمريكي. في حين سجلت فيتنام ٢٣٥.٧ مليون دولار أمريكي في الربع الأول من عام ٢٠١٧ لكل من المعدات الرياضية ومنتجات لُعب الأطفال. كما وصلت صادرات لُعب الأطفال الصينية إلى ٣٣.٥ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠٢٠، على الرغم من انتشار فيروس كورونا، الأمر الذي يعني ضمناً استحوادها على أكثر من ٧٠% من حجم تجارة لُعب الأطفال في أسواقنا المحلية. في المقابل كشفت البيانات الرسمية الصادرة عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء أن حجم استيراد مصر من لُعب الأطفال بلغ نحو ٤٢.١ مليون دولار عام ٢٠١٨. ومن المتوقع أن ينمو الطلب العالمي بمعدل نمو سنوي مركب (CAGR) يبلغ ٤.٦٪ بين عامي ٢٠١٩ و ٢٠٢٥. ومن المتوقع أن يزداد الطلب في سوق اللّعب المتصلة بشكل كبير من ٥.٧ مليار دولار أمريكي إلى ١٣.٨ مليار دولار أمريكي خلال عام ٢٠١٩ حتى عام ٢٠٢٤ (Lee & Raziff, 2021;96).

وعلى الرغم من العدد المتزايد من الطلب، فإن هناك أيضاً عدداً مثيراً للقلق من الحوادث المرتبطة بمنتجات لُعب الأطفال في جميع أنحاء العالم؛ ففي كل عام يبلغ عن ما يقرب من ٦٠.٠٠٠ حالة في أوروبا، لدرجة أنها احتلت المرتبة الرابعة في "منتجات الأطفال" المتسببة في إصابات الأطفال (أقل من ٥ سنوات من العمر) (Ismail & Haniff, 2021;894)، الأمر الذي يتطلب وجود تشريعات محددة بشأن سلامة اللّعب لحماية الأطفال.

يسرد المربي الألماني جونتير شتاشيل Günter Stachel نتائج ممارسة اللّعب مع الأطفال، ويقول إن اللّعب تنفذهم من تعقيد العالم الذي يخضع لهيمنة التكنولوجيا، وتوفر لهم الفرصة لخلق عالمهم الخاص. ومن ثم فإن تجاهل اللّعب يعني تجاهل نمو الطفل؛ فاللّعب يعتبر بيئة إبداعية للأطفال،

يتجاوزون من خلاله حدودهم ويوسعونها، وينقلون تصوراتهم للحياة الحقيقية إلى بيئة اللعب، ويدمجونها من خلال تفسيرهم الخاص (Önder,2018;148).

وبالتالي فإن تنمية صناعة لعب الأطفال بشكل مستدام، يتطلب خلق توازن بين البعدين الاقتصادي والاجتماعي، مما يسمح بالمنافسة الحرة في السوق العالمية. كما يمكن أن ينتج هذا التوازن ربحاً للشركات العاملة في تصنيع لعب الأطفال إلى جانب الحفاظ على القيم المجتمعية، فضلاً عن الحد من التدهور البيئي. وفيما يتعلق بالبعد البيئي تُطبق أعمال التوازن؛ لتكون مبدأً نظرياً يسمى الكفاءة البيئية. الفكرة الأساسية لهذا المبدأ النظري هي إنتاج المزيد بتأثير أقل على الطبيعة، ويُقاس باعتباره انبعاثات مخفضة أو تقليل استهلاك المواد الخام، أو كليهما. وتعتبر الكفاءة البيئية مفهوماً مهماً يمكن أن يساعد الشركات المصنعة للعب الأطفال على تحقيق كفاءة اقتصادية وبيئية أفضل؛ فيجب أن يتماشى النمو الاقتصادي مع الاستخدام الفعال للموارد وتقليل انبعاثات التلوث في البيئة. تُطبّق إجراءات الكفاءة البيئية في القطاع الصناعي، والتي يمكن أن تكون مفيدة بوصفها أدوات لتحليل الإدارة ومؤشرات تؤدي إلى تغييرات على المستوى الفني ومستوى السياسات. وفي هذا الإطار يُقاس أثر صناعة اللعب باستخدام المؤشرات الرئيسة لثلاثة محاور للتنمية المستدامة، وهي (١) المؤشر الاقتصادي: صافي البيع والهامش الإجمالي. (٢) المؤشر البيئي: المواد، الطاقة، استهلاك المياه، التخلص من النفايات. (٣) المؤشر الاجتماعي: معدل تكرار الحوادث، التوظيف المحلي، المسؤولية الاجتماعية للشركات (Charmondusit, 2014; 936).

ومن هنا، يمكننا النظر إلى الكفاءة البيئية باعتبارها مفهوماً رئيساً للمؤشرات المناسبة، التي يمكن أن تساعد الشركة في الوصول إلى تنمية أكثر استدامة. ولعل واحدة من الصناعات البارزة في هذا المجال، صناعة اللعب الخشبية، التي تفيد في قياس الكفاءة البيئية لصناعة اللعب عمومًا باستخدام المؤشرات الاقتصادية والبيئية الرئيسة، وكذلك المؤشرات الاجتماعية، وبما

يضمن قدرًا أكبر من التنافسية واستدامة الأعمال.

اليوم، يتجه السوق بلا هوادة نحو سلعة لعب الأطفال، مستعمرًا المساحات اليومية للأطفال، لاسيما في ظل الحملات التسويقية والترويجية الناجحة لبيع اللعب الذكية. وهنا يثار النقاش حول الأبعاد الاجتماعية والثقافية لهذا الانتشار خصوصًا فيما يتعلق بآثاره الثقافية واللغوية على أطفالنا. فإذا كانت اللعب الذكية توفر فرصًا لنمو الأطفال ورفاههم، فقد يفوت بعضهم هذه الفرص؛ حيث لا يمكنهم الوصول إلى اللعب في أسواقهم أو في اللغة الأم من منظور حقوق الطفل بشكل خاص، الحقوق الرقمية، هناك حاجة ملحة لتوفير "تكنولوجيا التعليم، معلومات على الإنترنت ومصادر إبداعية بطريقة منصفة مع مراعاة اللغات ذات الصلة، وهو ما يظهر جدوى الاستثمار الاجتماعي الذي يضع في اعتباره الحقوق الرقمية للأطفال.

وهنا يكون الاستثمار في الاقتصاد الإبداعي بوصفه وسيلةً لخلق اقتصاد جديد، فكرة سائدة لدى الشركات التكنولوجية الناشئة، التي نجدها بين منتجي اللعب الذكية. يبدو أن جوانب التراث المحلي هي نقطة الانطلاق، وليست اللغة المحلية؛ لأن بعض الشركات الناشئة تقدم نفسها باللغة الإنجليزية فقط. بين كل من الشركات الناشئة وبين منتجي اللعب الوطنيين، يعمل الاستثمار الرمزي في الثقافة المحلية باعتباره أساسًا للاستراتيجيات الاقتصادية والتسويقية، وهو ما ينبغي أن تدعمه الحكومات الوطنية.

على الجانب الآخر، فقد حفزت عولمة الاتصالات الإلكترونية تطوير لعب الأطفال المتصلة بالإنترنت باستخدام التعرف على الصوت أو الصورة؛ "اللعب التي تدعمها التطبيقات: اللعب بالحياة، والتي تربط شخصيات الحركة بلعب الفيديو، لعب الألغاز والتركيب، والأجهزة الرقمية القابلة للارتداء مثل الساعات الذكية وأجهزة تتبع اللياقة البدنية". من ناحية أخرى، يمكن للعب الذكية أن توفر للأطفال مجموعة كبيرة من الفرص، خاصة للترفيه والاكتشاف والمحادثة ووقت اللعب الصعب والأنشطة التعليمية، كما يمكنها أيضًا

مساعدتهم على "تطوير القدرات المعرفية والاجتماعية والسلوكية" (Vilmant, 2019;327).

بالإضافة إلى التدفقات الاقتصادية والمالية والسياسية، تتطوي العولمة على حركة التكنولوجيا والصور الإعلامية والأيديولوجيات الثقافية. ونتيجة لذلك، أصبحت مجموعة متنوعة من السلع متاحة بسهولة في جميع أنحاء العالم، ويمكن الوصول بسهولة إلى المعلومات حول العناصر المطورة حديثاً من خلال الحملات الترويجية الإعلامية، فضلاً عن عمليات البحث عبر الإنترنت. يعتمد المنتجون على وسائل الإعلام لعرض المعاني على المستهلكين، وتعد اللعب واحدة من هذه الحالات التي يقترح فيها التغليف والإعلان والتسويق طرائق للاستخدام، فهي هنا مرجع في إنتاج المعنى الثقافي الخالص، المرتبط ببنية المجتمع وثقافته (Vilmant, 2019;329).

الخلاصة، إن طفل اليوم مُستهدف من أرباب ومخططي الصناعة بمنطقهم التجاري الربحي، والذين لا يعنيه سوى رواج صناعتهم وتحقيق أقصى ربح ممكن، ومن هنا تأتي خطورة وضرة وضع استراتيجية مُلزمة واعية تتولى التخطيط والتوجيه في هذا المجال بالغ الحساسية، أعني صناعة لعب الأطفال، فعندما تهمل هذه القضية لدرجة كبيرة، ولاعتبارات التجارة البحتة، يستورد التجار هذه السلعة شديدة الخطورة، وقد لا يفهم أو يدرك هؤلاء حتى مجرد الغرض منها، فهو ليس المربي أو المسؤول مباشرة عن تربية النشء الصغير.

تُقدف إلى أسواقنا اليوم لعب كان الأحق أن تسمى ألغاماً بلغة الحرب والأسلحة أو أقراصاً سامة، فمثلاً اللعب المصنوعة من الحلوى على هيئة سجاثر، تُقدم للطفل الصغير الطعم اللذيذ المُحبب في صورة السيارة؛ لتهينته لولوج باب التدخين المُهلك. وكذلك تُقدم لأطفالنا لعب تستحوذ عليهم وتستنفد طاقتهم وتملؤهم توتراً وهياجاً؛ لتصنع منهم مغامرين يجلسون ساعات طويلة في ممارسة ألعاب مُرهقة للعقل والأعصاب وليس لها مردود إيجابي، وتثير

الغرائز الحيوانية؛ فتضع البطولة في القوى الشريرة، وتغرس في الصغار الإعجاب بنموذج الإنسان الغربي ثمرة حضارة الفولاذ، وتخدم قيمًا غربية تتعارض مع عقيدتنا وقيمنا الإسلامية. كما تُقدّم لهم لعب البناء والتفكيك من خارج بيئتنا؛ فمكعبات بناء القرية تتضمن دومًا نموذج البيت الأوروبي، ونموذج البطولة هو سوبرمان وجيمس بوند. ومن هذا المنطلق، كان من الضروري تدشين مبادرة فورًا إلى الفعل الإيجابي بإنشاء صناعة راسخة واعية في مجال اللعب، ملتزمة باستراتيجية نابعة من قيمنا مستلهمة طموحاتنا وتطلعاتنا، ولا سيما أننا نمتلك سوقًا يحمل كل مقومات النجاح الاقتصادي، السوق واسعة، والخامات متوفرة، والطاقات المبدعة كامنة وتنتظر من يستثمرها (محاسنة، ٢٠٠٤: ٧٠).

ثانيًا: ملامح الاستثمار الاجتماعي في صناعة لعب الأطفال . الإطار المفاهيمي للورقة:

ابتداءً، يعتبر أهم تعريف للمسؤولية الاجتماعية تعريف البنك الدولي عام ٢٠٠٥، الذي عرفها بأنها: التزام الشركات بالإسهام في التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال العمل مع موظفيها والمجتمع المحلي ككل؛ لتحسين مستوى معيشة الأفراد بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آن واحد. وفي العام نفسه (٢٠٠٥) عرفت الجمعية العامة للأمم المتحدة بأنها عبارة عن التزام الشركة بعنصرين: العنصر الأول: الالتزام بقوانين البلد الذي تعمل به الشركة واتباع التوجيهات الإرشادية للمجتمع الدولي بشأن مسائل كالعمالة وحقوق الإنسان والبيئة. والعنصر الثاني: تبرع الشركة بالأموال والوقت والموظفين في سبيل قضايا تطوعية، وقد تقوم الشركات أحيانًا بالقيام بهذه الأعمال دليلًا على التزامها بالمسؤولية الاجتماعية. فقد كان للبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة دور كبير في التركيز على البعد الإنساني في التنمية، ولا سيما مع صدور أول تقرير للتنمية البشرية عام ١٩٩٠، الذي عظم من الإنسان هدفًا ووسيلة.

أما الاتحاد الأوروبي، فيعرف المسؤولية الاجتماعية بأنها مفهوم تقوم

المنظمات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي. ويركز الاتحاد الأوروبي على فكرة أنها مفهوم تطوعي لا يستلزم سن القوانين أو وضع قواعد محددة تلتزم بها الشركات للقيام بمسؤوليتها تجاه المجتمع. ومن ثم، فإن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يعبر عن الالتزام تجاه المجتمع، وهو التزام أخلاقي غير مكتوب، وتعهّد ارتباطي بالعمل لحل مشكلات المجتمع، وتحديد مجالات العمل فيه، وهو وإن كان مسؤولية أخلاقية فإنه في الوقت ذاته مسؤولية تضامنية شاملة ومتكاملة، نابعة من الذات ومتحدة معها وواصلة إليها في أكثر من مجال من المجالات الخاصة بها، يدفع تطورها وزيادة ارتباطها بالمجتمع نحو إيجاد السبل المترابطة معها والمحققة لها، خاصة أن المسؤولية الاجتماعية في مفهومها العام خاضعة لعلميات التطوير والارتقاء، بالإضافة إلى أن ثوابتها العامة مؤكدة، الأمر الذي يدعم الجهود للوصول بهذا المفهوم إلى أبعاد وجوانب جديدة، من بينها الحفاظ على هيكل القيم ونسق العادات والتقاليد، وإقامة سياج خاص للمجتمع من الأفكار الغربية عنه التي تهدد استمراره، ومن ثمّ الحفاظ على وحدته، وعلى قدرته. وبالتالي يتسع مفهوم المسؤولية الاجتماعية ليشمل أولويات التنمية الاقتصادية، بالإضافة إلى الحفاظ على القيم والسلوك العادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع (عبد الوهاب، ٢٠١٥: ٦٣-٦٤).

ومن ثمّ، تعتبر المسؤولية الاجتماعية بوصفها نظرية أخلاقية إحدى القنوات التي تدعم المصلحة العامة، بما يجب على كل فرد أو منظمة القيام به للحفاظ على التوازن ما بين الاقتصاد والنظام البيئي. ويمثل الاستثمار الاجتماعي المسؤول مطلباً حيويًا ومهمًا في بناء الجانب الأخلاقي للمؤسسة وتكوينه من أجل المشاركة والمبادرة في بناء المجتمع. فالمسؤولية من الصفات الإنسانية الحميدة (ناصر، ٢٠٢٠: ٧١).

وفي هذا السياق يطرح "بيل جيتس" نقاشًا موسعًا حول ما أسماه "الرأسمالية الخلاقة"، حيث يقول: يعود للرأسمالية فضل مجموعة الابتكارات

العظيمة العملاقة التي أسهمت في تحسين مستوى حياة مليارات البشر، ومن الواجب تحسين طاقة الرأسمالية هذه، بما يساعد على تحقيق الفائدة العامة للبشرية جمعاء، من خلال إجراء تعديلات أفضل على النظام الرأسمالي. ومعنى ذلك أن الرأسمالية التقليدية (غير الخلاقة) تعد بنية لم يكتمل نموها بعد، لكونها تتجاهل إنسانيتنا جميعاً. فعلى الرغم من أن تكوين الثروات جزء أصيل لا يتجزأ من طبيعة النفس البشرية، فإنه ليس البعد الوحيد فيها. وعليه من الواجب الأخذ بمجموعة العوامل والعناصر الإنسانية الأخرى مثل الاهتمام بالآخر وحبه والتعاطف معه؛ أي النظر إلى الإنسان في كليته عند بناء الأطر أو النظم الاجتماعية والاقتصادية. ومن زاوية النظر هذه؛ لا ريب إذن في أن العنصر المفقود في لغز التنمية هو الاستثمار الاجتماعي (يونس، ٢٠٠٥).

ويعد "أنتوني جيدنز Anthony Giddens" من أبرز الباحثين في مجال العلم الاجتماعي، الذين كانت لهم اهتمامات بدراسة الاستثمار الاجتماعي وتحليله من خلال استخدام مصطلح "دولة الاستثمار الاجتماعي Social Investment State" في كتابه الشهير الطريق الثالث The Third way، الذي نُشر في عام (١٩٩٨)، ويؤيد جيدنز تحول دولة الرعاية الأوروبية من دولة رعاية سلبية وتصحيحية لتكون أكثر استباقية مع الاهتمام بشكل أكبر بالوقاية والتحفيز وتقديم الخدمات الاجتماعية. ويرى جيدنز أيضاً أن أفضل سبيل لإصلاح دولة الرعاية الاجتماعية في المستقبل استثمار رأس المال البشري Human Capital بدلاً من القيام بالإصلاح الاقتصادي بشكل مباشر؛ ولذلك يجب أن تحل دولة الاستثمار الاجتماعي محل دولة الرعاية الاجتماعية، كما يشير إلى أن دولة الاستثمار الاجتماعي تجمع بين البعدين الاقتصادي والاجتماعي للسياسة العامة (عبد، ٢٠١٢: ٣٧). وهنا يكون الاستثمار الاجتماعي تكتيلاً لجهود الدولة والقطاع الخاص والمجتمع المدني والأفراد، بقصد تحقيق فكرة الاندماج الاجتماعي وتنمية قدرات البشر ونشر الثقة والمسؤولية الاجتماعية في كل مجالات الحياة (زايد، ٢٠١١: ٣٣).

إنّ، يعد مفهوم "الاستثمار الاجتماعي" أحد المفاهيم الحديثة في الدراسات والبحوث الاجتماعية، ولم يكن معروفاً حتى النصف الثاني من القرن العشرين؛ بسبب تركيز المؤسسات الصناعية على تعظيم أرباحها بشتى الوسائل، واستخدم علماء الاقتصاد مفهوم الاستثمار الاجتماعي للإشارة إلى عملية استخدام الموارد المالية المتاحة لتحقيق عوائد اجتماعية واقتصادية معاً. فالاستثمار الاجتماعي بهذا المعنى يهدف إلى الحد من شراهة رأس المال والأسواق، وتوجيهه لتحقيق مزيد من العوائد الاجتماعية في مجال الخدمات الاجتماعية والمرافق والتعليم والبنية التحتية والقضاء على الفقر (جودة، ٢٠١٨: ٣٨٨).

تقترح الورقة الراهنة أن الاستثمار الاجتماعي في صناعة لعب الأطفال بات مدخلاً تنموياً مهماً لضمان تحقيق التنمية المنشودة، بوصفه أساس كل تقدم يمكن أن يتحقق في أي مجتمع من المجتمعات البشرية، ومحور تقدمه وتطوره، ليس فقط على اعتبار أن الأبعاد الاجتماعية ركن أساسي لتحقيق التنمية وضمان تحققها، بل لامتلاكها منهجية في بناء الإنسان وثقافته وعاداته وقيمه وهويته الاجتماعية. ومن هنا أضحت هذا النمط من الاستثمار ضرورة لا غنى عنها، لا سيما في ظل التوسع في التطبيق الرأسمالي وحرية السوق والاقتصاد المعولم، الذي يعظم من الربح والتجارة الحرة من جانب، والشريحة التي تعمل معها هذه الصناعة وذلك الاستثمار المسؤول اجتماعياً، تحتاج إلى احتياجات خاصة، وفهم خاص من منظور متعدد الجوانب، ليس الاقتصادي فحسب وإنما أيضاً الاجتماعي والثقافي والترابي. ومن ثم تتطرق الورقة من تعريف الاستثمار الاجتماعي بأنه: الجهود والأنشطة التي يبذلها مصنعو لعب الأطفال، ويحركهم في ذلك شعورهم بالمسؤولية الاجتماعية، التي تتجه نحو تحقيق عوائد اجتماعية ملموسة في مجال لعب الأطفال، بقصد تحسين نوعية حياة هؤلاء الأطفال والمشاركة المجتمعية في رفع قدراتهم وبناء ذواتهم، وفتح مزيد من الفرص والخيارات أمامهم، والإسهام

في حل مشكلاتهم المختلفة وتقليل الفروقات. فتعد تنمية الاستثمار المسؤول اجتماعيًا تنميةً للجانب الخُلقي الاجتماعي، كونه جزءًا من التربية العامة للشخصية. فيعتبر الاستثمار بشكل عام أصلاً يتميز بخاصية القدرة على توليد المنفعة الاقتصادية في شكل توزيعات أو زيادة في القيمة، ويمكن فهم الاستثمار المسؤول اجتماعيًا في حد ذاته على أنه يشمل مسائل أوسع للتمويل المُستدام من قبل الائتمان لتشجيع الكفاءة الإنتاجية أو الاستثمارات الخضراء لتعزيز الاقتصاد الوطني (ناصر، ٢٠٢٠: ٧١).

ومن هذا المنطلق، تتجلى ملامح الاستثمار الاجتماعي في صناعة لعب الأطفال في أربعة ملامح. يتحدد الملمح الأول في إسهام شركات لعب الأطفال في حل بعض المشكلات الاجتماعية وتحقيق الاندماج الاجتماعي والاستقرار، ويتحقق هذا الملمح في دعم هذه الصناعة للعب الأطفال من ذوي الهمم، الذين يحتاجون إلى تصاميم مبتكرة للعب تمكنهم من تحقيق ذواتهم الاجتماعية وترتقي بقدراتهم البشرية وتساعدهم على التنمية العقلية والوجدانية والمعرفية وغيرها من الإسهامات الاجتماعية. أما الملمح الثاني، فيتحدد في الإسهام في عمليات التطوير والتنمية المعرفية في المجتمع المعاصر، وهذا الملمح يؤكد أن صناعة اللعب ليست فقط استثمارًا اقتصاديًا ربحيًا، وإنما عملية تشاركية لإحداث التنمية الثقافية والمعرفية لشريحة مهمة من شرائح المجتمع، والتي ترتبط بمستقبل المجتمع الذي نعيش فيه. أما الملمح الثالث، فيتحدد في الدعم المادي المباشر لرجال الأعمال وأصحاب شركات صناعة لعب الأطفال الفقراء المحرومين وغير القادرين على شراء اللعب مرتفعة التكلفة وباهظة السعر، مما يتطلب من صناع اللعب دعم هذه الشريحة من خلال استهدافهم عبر برامج اجتماعية محددة. وأخيرًا الملمح الرابع الذي يتعلق بالدور الابتكاري والإبداعي لرجال الأعمال وأصحاب شركات صناعة اللعب في إدخال لعب جديدة مبتكرة، تدعم بناء رأس المال البشري وتستهدف تغيير السلوكيات وتطوير العقلية القادرة على التفاعل مع المستجدات المعاصرة.

من عوائد الاستثمار الاجتماعي على شركات صناعة لعب الأطفال، في ظل تزايد الاهتمام بمفهوم الاستثمار الاجتماعي، وما يترتب عليه من إنفاق اقتصادي ضخم تنطوي عليه أعباء مالية ومادية مرتفعة، فإن من عوائد الاستثمار المسؤول اجتماعياً تحسين سمعة الشركات العاملة في مجال صناعة لعب الأطفال، والتي تتبنى المفهوم الاجتماعي والبيئي في إدارة أعمالها، هذا فضلاً عن حصولها على ترتيب متقدم بين الشركات العالمية وفق درجة مراعاتها للأبعاد الاجتماعية والاعتبارات البيئية خلال ممارستها لنشاطها الاقتصادي، مما يؤثر على القرارات الائتمانية للبنوك وتسهيل الحصول على الائتمان وخصم المخصصات المالية للاستثمار الاجتماعي من الوعاء الضريبي.

ثالثاً: صناعة لعب الأطفال والإنفاق الاجتماعي من منظور المسؤولية الاجتماعية:

هناك منظور اقتصادي لنموذج المسؤولية الاجتماعية يتعلق بالحاجة إلى تنشئة الأطفال اجتماعياً فيما يتعلق بالاستهلاك؛ من أجل الحفاظ على دورة الإنفاق الاستهلاكي التي تعتمد عليها اقتصاديات الدول. يمكن القول إن النشاط الذي يحافظ على الإنفاق الاستهلاكي للأطفال ينبغي أن يكون مسؤولاً اجتماعياً، فإضافة الطابع الاجتماعي على الأطفال وتحويلهم إلى مستهلكين أمر ضروري؛ نظراً لحاجة النظام الرأسمالي إلى الإنفاق في المستقبل؛ حيث يشير نهج الإنفاق في حساب الناتج المحلي الإجمالي إلى أهمية الإنفاق الاستهلاكي للاقتصاد، والذي يمثل حوالي ثلثي الثروة (Preston, 2015; 61)، غير أن هناك محددات اجتماعية عند الحديث عن الأطفال باعتبارهم مستهلكين جُددًا في النظام الرأسمالي.

يتمثل أحد الشواغل الأساسية الكامنة وراء تطوير منظور الاستثمار الاجتماعي في أن الإنفاق الاجتماعي معرض للخطر، خصوصاً في ظل الأزمة الاقتصادية الحالية، وأن هذا التهديد يتفاقم بسبب الفكرة السائدة بأنه

"غير منتج". فيمكن النظر إلى منظور الاستثمار الاجتماعي على أنه يوفر منصة قوية يمكن من خلالها الدفاع عن الدور الحاسم للإنفاق الاجتماعي في دعم القدرة الإنتاجية والنمو الاقتصادي لصناعة لعب الأطفال، في مواجهة المنظورات التي تتجاهل المنظور الاجتماعي للاستثمار وتُعلي من البعد الاقتصادي الاستثماري البحث. ويتجسد جوهر منظور الاستثمار الاجتماعي في ثلاثة أبعاد أساسية تتعلق بما يلي: بناء رأس المال البشري وزيادته والحفاظ عليه طوال العمر؛ تسهيل "تدفق" الرموز الوطنية وملامح الهوية الثقافية، والحفاظ على النسق القيمي" (Hemerijck, 2018; 810).

تشير المسؤولية الاجتماعية لشركات لعب الأطفال إلى الطرائق التي يجب أن تتحمل بها هذه الشركات مسؤولية تلبية التوقعات المجتمعية، وتحقيق المسؤولية المجتمعية والأخلاقية، استجابةً للقضايا المجتمعية المتزايدة؛ فالمسؤولية الاجتماعية للشركات المصنعة للعب الأطفال، لا بد أن تنطلق من كونها ممارسة تجارية تسهم في الرفاهية الاجتماعية، وبالتالي وجب على هذه الشركات مراقبة الأنشطة التجارية باستمرار للوصول إلى التوقعات الديناميكية للمجتمع (Gössling and Vocht 2007).

إذن، تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات العاملة في صناعة لعب الأطفال مكوناً رئيساً في دعم التنمية الثقافية والمعرفية والاجتماعية، بما يساعد الأطفال ويشجعهم على استكشاف وجهات نظر متنوعة حول العالم، ومساعدتهم في تطوير أساليب للتعامل مع المشكلات في بيئة آمنة. لقد تأثرت الطريقة التي نلعب بها، وما نلعب به بشدة بالتكنولوجيا سريعة التطور التي أصبحت تشكل حياتنا اليومية. يوجد الذكاء الاصطناعي (A.I) الآن في العديد من المنتجات، بما في ذلك السيارات والهواتف، كما يمتد أيضاً إلى أغراض الأطفال، مع إنشاء "إنترنت اللعب" "Internet of Toys"، الذي يتضمن العديد من لعب التعلم والتحكم عن بُعد، وتُعد اللعب المُدمجة في التطبيقات لعباً مُبتكرة تعمل من خلال الأوامر الصوتية، والتعلم الآلي للتواصل

مع المستخدمين (Lee & Raziff, 2021;96).

على الجانب الآخر، يفترض منظور المسؤولية الاجتماعية الذي يتبناه مصنعو لعب الأطفال العمل انطلاقاً من الثقة، التي ترتبط بأربعة أبعاد رئيسة مترابطة، تسمى "النزاهة"، "الإحسان"، "الالتزام"، "الرضا". أول عنصرين يرتبطان في الغالب بالتركيبات الأخلاقية. أما العنصران الآخران، فيرتبطان بالتركيبات التسويقية (Hogan, 2007;164). فمن المهم أن تكون هناك استراتيجيات محددة لتعزيز الثقة، من خلال الالتزام المستمر بتطوير لعب آمنة ومبتكرة توفر لعباً مرتفعة القيمة الاقتصادية والاجتماعية.

رابعاً: صناعة لعب الأطفال وبناء رأس المال البشري:

تتأثر حياة الأطفال في العالم اليوم بالتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تحدث في مجتمعنا المعولم، والتي تنعكس على حياة الأطفال اليومية، وكذلك الطرائق التي تُشكّل بها ويُعاد تشكيل "الثقافة التقليدية" لهؤلاء الأطفال. وهذا الأمر يُضاعف من صعوبة الأدوار والمسؤوليات الاجتماعية لرجال الأعمال العاملين في قطاع صناعة اللعب بشأن بناء رأس مال قادر على التعامل مع التغيرات العالمية المتسارعة.

يعني الانطلاق من منظور تنمية رأس المال البشري في التعامل مع هذه الصناعة، غرس مجموعة من القيم لدى الطفل عند اللعب، بمعنى أدق استثمار حالة اللعب كي يتعلم الطفل من خلالها الرؤية والفعل وتنمية الحواس والإدراك؛ باعتباره "وظيفة" مهمة للأطفال، والوظيفة الأساسية له هي تسهيل تكيف الأطفال مع العالم، فيمكنهم فهم العالم الحقيقي من خلال اللعب؛ حيث يتعاملون مع المواقف غير المرغوب فيها من خلال ممارسة اللعب. علاوة على ذلك، فإنهم يبنون اللبنة الأساسية لتطوير اللغة والمفهوم من خلاله، ويحاولون القيام بأدوار اجتماعية مختلفة من خلال ممارسته. مرة أخرى، من خلال اللعب، إنهم يجدون المنشطات التي لا تتوفر بسهولة في الحياة الواقعية. يتعلم الأطفال التنظيم الذاتي ووضع القواعد والالتزام بهذه القواعد من خلاله، فهم

يلعبون لتجربة وفهم وتعلم الأشياء التي لا يمكنهم القيام بها في الحياة الحقيقية، فالمواقف الخيالية في البداية تساعد الأطفال على تعلّم بعض القواعد، واتخاذ خطوة أبعد من نموهم. كل الأطفال لديهم صديق وهمي في صغرهم، خلال هذه العملية التي تعد نمطاً طبيعياً للتطور، يكون زميل اللعب عادة لعبة. ومن ثم فإن اللعب باللعب يدعم الصحة العقلية للأطفال، ويساعدهم على إقامة علاقات عاطفية وتتميتها. كذلك الحال فإن اللعب تعد وسيلة للتشخيص المبكر لبعض الاضطرابات مثل صعوبة التعلم والتوحد (Önder,2018;146). وهنا يُثار تساؤل: هل صناع اللعب في عالمنا العربي على دراية كاملة بكل التفاصيل التي تعكس قيمة اللعب وأهميته ووظيفته في حياة أطفالنا؟

يحقّق الأطفال رغباتهم أثناء ممارسة اللعب، كما أنهم يكتسبون بعض القيم في إطار معرفتهم وخبرتهم دون أن يكونوا تحت تأثير الآخرين، ويطورون ضمائرهم وعواطفهم، ويطورون شخصية محبة يمكنها التنظيم الذاتي وأداء الرقابة الداخلية. فقد وُجد أن الأطفال الذين يلعبون باللعب أكثر اجتماعية وأكثر سهولة وأكثر إبداعاً وانفتاحاً على المشاركة من أولئك الذين لا يلعبون؛ فاللعب تعزز السلوكيات الإيجابية، وتساعد على تغيير السلوكيات السلبية (Önder,2018;147).

ويساعد اللعب الطفل على بناء شخصيته، وعلى النمو السوي والنضج والتكامل الجسمي والعضلي، كما يساعده على التنفيس وتفريغ الطاقة الزائدة. ويعتبر اللعب طريقاً لإشباع الحاجات لدى الطفل، حيث يستطيع من خلاله إيجاد العلاقات الاجتماعية والتعرف على الحقوق والواجبات (شحادة، ٢٠٢٢: ٢٧٨). وكل هذا يدعم عملية بناء رأس المال البشري، التي ينبغي أن تكون في أولويات صناع لعب الأطفال في عالمنا العربي.

خامساً: بناء القدرات الإبداعية في صناعة المُعَب: ريادة الأعمال الإبداعية:

أضحت الصناعة الإبداعية واحدة من أهم القطاعات الاقتصادية التي تضم الإبداع والثقافة والفنون لخلق قيمة تجارية تسهم في نهاية المطاف في النمو الاقتصادي العالمي، وتحمل منتجات وخدمات الصناعة الإبداعية قيمة رمزية، تمثل صورة وقيمة الإبداع، وكذلك القيمة الاقتصادية التي تعكس قبول السوق للسلع الإبداعية؛ وبالتالي، تتعكس قيمة السلع الإبداعية على القيمة السوقية وعلى الإيرادات. ومن هذا المنطلق، فإن قياس أداء الصناعة الإبداعية مسألة صعبة؛ لأنها تتطلب تقييم الإبداع وتثمينه من منظور الكفاءة (En Hou & Min Lu, 2019; 255). وتعرف الصناعة الإبداعية على أنها "الصناعات التي ينشأ أصلها من الإبداع الفردي والمهارة والموهبة، والتي لديها إمكانية لجمع الثروة وخلق فرص العمل من خلال توليد الملكية الفكرية واستغلالها". هذا، وقد حاول باحثون آخرون شرح طبيعة الصناعة الإبداعية من وجهات نظر مختلفة، من خلال النظر إليها على أنها صناعة تربط بين التكنولوجيا وبين العلوم وبين الثقافة وبين الأعمال، وتوفر مخرجات مع العناصر الفنية والفكرية التي ترتبط بالتنمية الاجتماعية والبشرية. ومن ثم تختلف الصناعة الإبداعية عن الصناعات الأخرى؛ لأنها تعتمد على الإبداع والمواهب والمهارات البشرية لتوليد المخرجات الفكرية، وتجعل الإبداع البشري جوهر خلق القيمة. ويعرف "دليل أوسلو" الابتكار بأنه "تنفيذ منتج (أصول أو خدمات) جديد أو محسّن بشكل كبير، أو عملية، أو طريقة تسويق جديدة، أو طريقة تنظيمية جديدة في الممارسات التجارية في التنظيم المحلي للعمل أو في العلاقات الخارجية (OECD, 2006; 55).

تشمل دراسات قياس أداء الصناعة الإبداعية في المقام الأول توجيه رواد الأعمال وقدراتهم وأداء الكفاءة الاقتصادية، حيث يتشارك العمال المبدعون في خصائص مماثلة مع رواد الأعمال، مما يمكنهم من أن يصبحوا

قادة مبدعين يميلون إلى بناء قدرات العمل والحفاظ عليها لتعزيز الأداء الاقتصادي. وتشمل هذه الخصائص استقلالية العمل، والقدرة على إنتاج عمل ذي قيمة، والإنجازات الشخصية لإنشاء المخرجات، والميول عالية المخاطرة. إن رواد الأعمال في هذا المجال هم فنانون ورجال أعمال اقتصاديون، مما يعكس السمة المشتركة بين رائد الأعمال وبين العاملين المبدعين. يحتاج قادة الأعمال الإبداعية إلى خصائص ريادية وقدرة على بناء القدرات الإبداعية للأعمال والحفاظ عليها، وترتبط قدرة رائد الأعمال المُبدع على الإبداع والابتكار ارتباطاً مباشراً بالميزة التنافسية للأعمال.

درس العديد من الباحثين العلاقة بين القدرة وبين الأداء للصناعة الإبداعية من خلال منظور ريادة الأعمال، بالتحقيق في العلاقات بين الإدراك الريادي وبين التوجيه الريادي وبين القدرة التجارية وبين ظروف السوق وبين أداء الأعمال الإبداعية الصغيرة، فوجدوا أن القدرات الداخلية المطورة للشركات الصغيرة مرتبطة بالتوجه الريادي والسمات الفرعية، ومن المُحتمل أن تُظهر نمواً أعلى في ظل ظروف المنافسة الشديدة. ومن خلال الإنتاج المستمر للمحتوى الإبداعي وتطوير صناعة لعب الأطفال، تصبح شركات لعب الأطفال هذه محركات قوية في السوق الإبداعية، وعلى الرغم من أن أداء كفاءتها قد لا يكون الأفضل بين الصناعات الإبداعية، فإنها تتمتع بإمكانيات نمو قوية وقدرة على تحقيق ربح على المدى الطويل. وبالتالي، يجب تقدير أعمال شركات تصنيع لعب الأطفال والعمل على دعم هذه الصناعة الإبداعية، بما يدعم إدخال أفكار مستحدثة جديدة تحافظ على وجود أطفالنا الاجتماعي.

سادساً: دعم صناعة اللعب العلاجية:

يُقصد باللعب العلاجية تلك التي ترمي إلى العلاج النفسي الذي يتفق مع خصوصية الأطفال، خاصة الذين يعانون من مشكلات سلوكية أو مصابين باضطرابات نفسية، تُصمم بأسلوب يحترم خصوصية المرحلة العمرية وطبيعة المشكلة والهدف المنشود (ابن يوسف، ٢٠١٧: ١٦٢). ومن هنا يحتاج رجل

الأعمال الذي يعمل في هذا المجال، العمل على دعم صناعة اللّعب التي تُصمم خصوصاً لتحقيق الأهداف التالية (ابن يوسف، ٢٠١٧: ١٦٥ - ١٦٦):

- تنمية روح المشاركة واللعب الجماعي.
- التعرف على العبر، والتعلم بطريقة غير مباشرة من خلال مشاهدة رسوم متحركة تحمل مغزى قيمة الجماعة ومصير السلوك المشاغب.
- التعرف على قصص الحيوانات.
- ممارسة اللعب التي تركز على الحركة وكثرة النشاط؛ لاستغلال القدرات الحركية الزائدة للطفل.
- خلق روح التنافس بينهم؛ لإخراج القدرات والإمكانات الزائدة في الطفل، باللعب في المساحات الخضراء والوسط المفتوح.

ومن أنواع اللعب المفيدة في هذا الجانب، لعب التكرار: هذا النوع من اللعب الذي يستكشف فيه الطفل وضعية اللعب أو اللعبة ويتفقدده ويفحصها. واللعب التكراري يمكّن الطفل من التعامل مع الأشياء دون أن يمنحها الكثير من الانتباه، والخاصية الجوهرية في هذا الصنف هي الجانب التكراري للحركة وإعادة إحياء اللّعب بأسلوبه الخاص، وبهذا يقيس درجة تركيز الطفل واستخضار الصور وإعادة تمثيلها. لعب التقليد: يقاد الطفل نشاطات ووضعيات بإعطاء معنى لحركاته وأفعاله. وخاصية هذا النوع الأساسية هي أنّ الطفل يستخدم اللعب لتقليد الأشخاص أو إعادة إنتاج الحوادث، ويقوم بإصدار السلوك المطلوب حسب ما شاهده، والتعرف على الوضعيات الصحيحة. لعب البناء والإبداع: يقوم الطفل ببناء شيء ذي دلالة بواسطة أشياء عديمة الدلالة مثل العجينة أو المكعبات؛ وهذا النوع من اللعب يبلغ ذروته في سن الخامسة من العمر، ويعتمد على خيال الطفل وموهبته التي تبدأ بالبروز، ويعتمد على إعادة تجسيد البيئة المحيطة واستغلالها بمعنى إعطائها قيمة، فالطفل لا يستطيع تحقيق الاستقلالية عن الآخرين وإظهار المواهب إلا إذا أُتيحت له

فرصة اللعب الحر مع الآخرين، وإبراز ما له وما عليه. لعب التجميع: ويسمى أيضاً لعب تمثيل المحيط، وفيه يجمع الطفل لعباً تطابق أشياء في البيئة، فينظمها حسب الواقع أو ما يخالف ذلك، وخاصيته الجوهرية هي انتقاء التركيب وتنظيم لعب جاهزة، فهو أثناء اللعب يعبر ويجرب، ويبني معارفه ويهيكل أفكاره، ويشكل رؤيته للعالم، ويحقق ذاته، ويتفاعل مع الآخرين ويحلّ المشكلات، ويطور وينمي خياله وإبداعه باللعب والنشاط التلقائي اللذين يعدان الوسيلتين المفضلتين لديه لفهم الواقع وامتلاكه، وهذا يبرز المكانة الخاصة لهما. لعب الحوار: في هذا النوع من اللعب نجد الطفل يقوم بالحوار مع نفسه ومع دميته أو ممتلكاته، تقليداً ومحاكاة لمواقف الكبار المقربين منه، فمثلاً تقوم الفتاة بتوبيخ دميته أو نصحتها بعد اللعب، وفي حديثها مع لعبتها تتخيل وكأنها مع أمها التي قامت بتلقينها المبادئ.

سابعاً: الاستثمار الاجتماعي في صناعة لعب الأطفال ذوي الهمم:

قد يواجه الطفل ضعيف البصر، إذا لم يتلق تحفيزاً، تأخرًا في النمو الحركي والمعرفي والاجتماعي. وعلى الرغم من أن الباحثين المتخصصين في سلوك الأطفال يعترفون بأهمية اللعبة، فإنهم لاحظوا نقصاً في اللعب الشاملة المتوفرة في السوق، والتي تتناسب مع طبيعة الأطفال ضعاف البصر. وهنا تتضح قيمة الاستثمار الاجتماعي في صناعة اللعب من خلال ابتكار لعب تتماشى مع هذه الشريحة وغيرها من ذوي الهمم، وتعمل على التحفيز البصري للأطفال المعاقين بصرياً وتستهدف حل مشكلاتهم (Santos, 2019; 338).

يعتبر اللعب مورداً مهماً للتعلم والتواصل بين الأطفال؛ فاللعب ممارسة عالمية ومتعددة الثقافات في كل الحضارات الإنسانية. إن لعب الأطفال كانت موجودة بالفعل في العصور القديمة؛ لما لها من قيمة في تطوير المهارات الحركية والاجتماعية والمعرفية للأطفال، فمن خلال اللعب يختبرون البيئة المحيطة بهم ويكتشفونها ويتعلمونها.

تمكن اللعب الطفل من النمو من خلال البحث عن تجاوز الحدود،

باستخدام التحديات كمواقف تعليمية في سيناريو يكون الهدف الأكبر منه الاستمتاع، كما أنها تثير فضوله، وبسبب تنوعها وثنائها في الأشكال والألوان والأصوات والمواد، تصبح أدوات مثالية للتعلم وتطوير الفكر والتركيز والانتباه. وبسبب المتعة التي تتطوي عليها تصبح أداة مهمة لتطوير الأطفال ذوي الإعاقة والتغلب على مشكلاتهم. على الرغم من أن أهمية اللعب لتنمية مهارات الأطفال وحواسهم مُعترف بها من قبل الباحثين في عالم الأطفال، فإن يمكن للمرء أن يلاحظ انخفاض الاستثمار في هذه الصناعة في الكثير من دول العالم (Santos,2019;339). بالإضافة إلى ذلك، يمكن ملاحظة هيمنة انتشار اللعب التقليدية المُباعة في السوق بين هؤلاء الأطفال من ذوي القدرات الخاصة والهمم، مما يؤكد نقص الاستثمار في ابتكارها أو تطويرها. ومن ثم فمن الضروري أن يكون الاستثمار الحقيقي في هذه الصناعة، وأن تقدم المنتجات واللعب التي تغير الطريقة التي يعيش بها هؤلاء الأطفال حياتهم، مما يعني ضرورة الابتكار والإبداع في هذا المجال.

وتقدر منظمة الصحة العالمية (WHO) أن حوالي ١٩ مليون طفل في العالم يعانون من مشكلات بصرية. وعلى الرغم من أن الأطفال المعاقين بصرياً يمرون بمراحل التطور نفسها مثل الأطفال الآخرين، فإن الدراسات حول نمو الطفل العصبي النفسي تشير إلى أن غياب الرؤية يُضعف القدرة على الحركة والتوجيه، وفي بعض الحالات، قد يتسبب في تأخير التطور المعرفي والاجتماعي واللغوي. إن المهارات الحركية المتعلقة بالحركة (مثل الزحف والمشي) تتأخر بشكل كبير في الأطفال المكفوفين؛ بسبب قيود مثل عدم وجود ردود فعل بصرية ونقص فرص التقليد، إلى جانب التأخر في الحركة، فإنهم يواجهون أيضاً صعوبات في أداء المهام التي تتطلب استخدام المهارات الحركية الدقيقة مثل اللمس والسحب، والتي ترتبط بتذكر الحواس لأداء الأنشطة. لقد وجدت الدراسات أن الإحساس باللمس بالنسبة للأشخاص المعاقين بصرياً يأخذ دور الحس الرئيس، ويُقدّم الحس السمعي باعتباره إحساساً

تكميليًا، يعمل بطريقة متبادلة أثناء الفعل الإدراكي. وبعبارة أخرى، فإن الاختبار واللمس يتدربان معًا على دور الإدراك والتفاعل بين المستخدم والبيئة التي تشاركه. فالتعايش الاجتماعي والعاطفي والتفاعل مع البيئة مهمان للغاية أثناء تطوير اللغة؛ لذا من الضروري أن يتفاعل الطفل المعاق بصريًا اجتماعيًا مع الأطفال الآخرين في العمر نفسه؛ لأنه يتلقى تحفيزًا مستمرًا ومتخصصًا أثناء الطفولة المبكرة، ويمكن أن يكون لديه أداء مشابه لطفل يخالطه في بيئته (Santos, 2019; 342).

وهنا يلعب المصمم في صناعة اللعب دورًا مهمًا؛ لأن وظيفته عند عرض لعبة هي تطوير شيء ينقل إلى الطفل أقصى قدر ممكن من المعلومات، وفي الوقت نفسه يكون بمثابة أداة مفيدة في تكوين عقلية أكثر ديناميكية وإبداعًا. يؤكد ميفانو (٢٠٠٥) ضرورة أن يكون المصمم متحدثًا باسم احتياجات الطفل وفضوله واهتماماته عند تصميم لعبة للأطفال ذوي الإعاقة، بالإضافة إلى معرفة اهتماماتهم واحتياجاتهم، لفهم حدودهم أيضًا، وبالتالي يمكنه عرضه بطريقة شاملة تتيح التفاعل بين الأطفال وبين اللعبة، وكذلك مع الأطفال الآخرين ومع البيئة؛ لذا يمكن للمصمم استخدام مبادئ التصميم الشاملة أدوات في عملية الإنشاء.

يُلخّص الإدماج الاجتماعي في العادة في ملائمة المنتجات أو البيئات لاحتياجات الأشخاص ذوي الإعاقة وخصائصهم، وذلك في الوقت الحاضر، ومع ذلك من الضروري أيضًا توفير الفرص والظروف الجذابة حتى يتمكن هؤلاء الأشخاص من أن يكونوا ناشطين في المجتمع. ويصبح تحدي الصناعة هنا تطوير لعبة تسمح بإدماج الأطفال المعاقين بصريًا، وتحفيز حواس السمع واللمس والبصر لديهم، في الوقت نفسه الذي تكون فيه ممتعة على قدم المساواة لجميع الأطفال.

ثامنًا: صناعة اللعب الآمنة والمخاطر الخفية:

مع زيادة طلبات المستهلكين، ومع الإنتاج المتزايد للعب الأطفال في ظل

الثورة التكنولوجية، تتزايد المخاطر الخفية التي لا مفر منها. وعلى الرغم من أن عددًا لا يحصى من البلدان لديها شكل من أشكال التشريعات المعمول بها، فإن الإصابات التي قد تشكلها اللعب لا تزال موجودة خاصة بالنسبة للعب المستوردة من البلدان التي لديها لوائح سلامة متساهلة أو معدومة على الإطلاق. في الولايات المتحدة، سُجل حوالي ٢٥٦,٧٠٠ إصابة مرتبطة باللعب في عام ٢٠١٣، حيث حدث ما يقرب من ثلثي هذه الحوادث للأطفال دون سن ١٥ عامًا، و ٦٩٪ للأطفال دون سن ١٢ عامًا، وثلثي الأطفال دون سن ٥ سنوات. بالإضافة إلى ذلك، أبلغ الاتحاد الأوروبي وحده عن ٥٧٠٠٠ حالة من الإصابات المرتبطة باللعب. تشير هذه الأرقام إلى الحاجة إلى وجود تدابير لضمان سلامتها، وهذا ما يحدث اليوم عندما يبذل مطورو المعايير جهدًا لمواءمة المعايير المتاحة بشأن المتطلبات الأساسية من أجل ضمان السماح فقط بوصول لعب الأطفال التي يتحقق فيها معايير السلامة المقبولة إلى رفوف المتاجر. وقد أدت هذه المحاولات إلى زيادة دفع تطوير المعايير إلى مستويات أعلى.

وانطلاقًا من رؤية التنمية المستدامة ٢٠٣٠، التي تهدف إلى تعزيز جودة عالية للحياة ومنصفة في الوصول إلى الفرص للجميع، وكذلك دعم حقوق الأطفال وحمايتهم، ودعم الصحة والرفاه للجميع، في كل مرحلة من مراحل الحياة (United Nations, 2020). وبهذا المعنى، فإن أحد مجالات الاستثمار الاجتماعي ذات الأولوية، التي ينبغي أن تركز عليها خطة العمل الاستراتيجية لشركات تصنيع لعب الأطفال، وأن توليها اهتمامًا وثيقًا، إمكانية الوصول إلى اللعب الآمن للأطفال. وبغض النظر عن حجم التجارة، أصبحت الحاجة إلى حماية جيلنا القادم وخاصة الأطفال أمرًا حاسمًا.

لا شيء أخطر من استخدام أطفالنا للعب المنتشرة في الأسواق ومحال لعب الأطفال؛ لأنها مصنعة من خامات رديئة تتمثل في البلاستيك والمعادن الثقيلة، مما أسهم في زيادة الإصابة بالأمراض المزمنة وأمراض الجهاز

العصبي بما فيها المخ والتخلف العقلي والجهاز الدوري، في ظل غياب الوعي والأجهزة المعنية، الذي ساعد على انتشار بعض اللعب البلاستيكية؛ نظراً لأن أسعارها رخيصة ولما بها من ألوان براقة تبهر الطفل وهي شديدة الخطورة؛ لأنها مصنوعة من مواد خطيرة على رأسها المعادن الثقيلة المسببة للأمراض المزمنة، وكذلك الكبريتات والبتروكيماويات الخطيرة التي صُنعت منها هذه اللعب البلاستيكية، فهي بطبيعتها مواد مسرطنة، فضلاً عن إصابة الأطفال بالتخلف العقلي والشيخوخة المبكرة (الرشيدي، ٢٠٢١: ١٢٤٩-١٢٥٠).

وفي هذا الإطار، وانطلاقاً من الرؤية الاستراتيجية التي تنتهجها الورقة، يمكننا اقتراح سياسة تتعلق بسلامة لعب الأطفال، والتي تُعد بمثابة دليل عملي للمصنعين في إنتاج لعب أطفال آمنة، والتي تهدف إلى مواءمة المتطلبات التنظيمية لتسويق اللعب في منطقتنا العربية وسلامتها وصلاحياتها للاستخدام في اللعب من قبل الأطفال، الذين تبلغ أعمارهم ١٤ عاماً أو أقل. وتتمثل أهداف هذه السياسة فيما يلي (Ismail& Haniff, 2021;897-898):

- تحديد إطار لسلامة اللعب في منطقتنا العربية.
- تحسين مستوى السلامة والالتزام به.
- تحفيز التصدير والاستثمار الداخلي في السوق العربية.
- تطوير معايير ومطابقة متطلبات سلامة اللعب لتلبية الاحتياجات الحالية والمستقبلية للمنطقة العربية.
- تعزيز مشاركة القطاع الخاص في وضع معايير متطلبات سلامة اللعب ومطابقتها؛ وبناء ثقة المستهلك في اللعب المطروحة في السوق العربية.

على الجانب الآخر، هناك مبادئ رئيسة في السياسة المقترحة لبناء ثقة المستهلك بشأن اللعب المطروحة في السوق، وهي:

- تعزيز ثقافة سلامة اللعب:

لا بد أن يكون إنتاج لعب آمنة ضمن جدول الأعمال الرئيس لمصنعي

اللُّعْب، ويمكن تحقيق هذا الجدول إذا دُمجت سلامة لعبة الأطفال في خطة إدارة الشركة المُصنَّعة للعب الأطفال، وُغُرسَت ثقافة سلامة اللُّعْب في المؤسسة من خلال التدابير التالية:

- المسؤولية عن سلامة اللُّعْبَة:

بموجب هذا المبدأ تُفرض الالتزامات على المُصنِّعين والمُستوردين والموزعين والمستهلكين، ومن الأهمية بمكان التزام الشركات المُصنَّعة بمقتراح كتاب مواصفات السلامة التالية في تصنيع لُعب الأطفال: تصميم اللعب الآمنة فقط وتصنيعها وتسويقها، والتأكد أن جميع اللُّعْب المعروضة في السوق قد وُضعت وصُممت وصُنعت وفقاً لمعايير دولية مقبولة، وتحمل مسؤولية تنفيذ إجراءات المطابقة اللازمة، ووضع جميع الوثائق اللازمة وحفظها، والتحقق من أن يظل تصميم اللعبة متوافقاً مع المعايير الدولية المقبولة بعد أية تغييرات تطرأ عليه أو على خصائصها، وذكر أسماء المنتجين واسمهم التجاري المسجل والعنوان الذي يمكن الاتصال بهم من خلاله على اللعبة، والتأكد من أن اللعبة مصحوبة بتعليمات ومعلومات السلامة باللغة الإنجليزية ولغة محلية يسهل فهمها من قبل المستهلكين. أما عندما تمثل اللعبة خطراً، فيجب على المصنعين إجراء اختبار عينة ممن تسوق اللُّعْب إليهم، والتحقيق في الشكاوى وتوثيقها، وأن يتعاونوا مع السلطات المختصة فيما يتعلق بأي إجراء للقضاء على المخاطر التي تشكلها اللُّعْب التي طُرحت في السوق.

على الرغم من أن المستوردين لا يشاركون في تصنيع المنتجات، فإن هناك حاجة لفرض التزام سلامة اللعب عليهم؛ فينبغي عليهم قبل الموافقة على استيراد أية لُعب، التأكد من كونها آمنة، ومن تطبيق إجراءات تقييم المطابقة المناسبة ومن المستندات التي قدمها المصنعون قبل عرض اللعبة في سوق، كما يجب على المستوردين أيضاً التأكد من أنها تحمل علامة المطابقة المطلوبة، وأنها مصحوبة بتعليمات ومعلومات السلامة باللغتين الإنجليزية ولغة محلية مفهومة للمستهلكين، على النحو الذي تحدده الدولة العضو المعنية،

والإبلاغ عن الشركة المصنعة ومراقبة السوق في حالة التشكك في أن أية لعبة معروضة تمثل خطرًا على الأطفال. يجب على المستوردين ذكر أسمائهم أو اسمهم التجاري المسجل أو علامتهم التجارية المسجلة والعنوان الذي يمكن الاتصال بهم من خلاله على اللعبة، يعتبر المستوردون مصنعين إذا ما اضطلعوا بطرح لعبة في السوق تحت اسمهم أو علامتها التجارية أو في حالة إجراء تعديل لعبة موجودة بالفعل في السوق.

- إطار عمل منهجي لسلامة اللعبة:

وفقاً لهذا المبدأ، وفي إطار أمان اللعب، يمكن الحديث حول ثلاث مراحل، تتضمن كل مرحلة سلامتها الخاصة (Ismail & Haniff, 2021; 900-901):

١. ما قبل الإنتاج:

تقع على عاتق الشركة المصنعة مسؤولية ضمان السلامة في تصميم المنتج، مع إدراك ذلك يمكن تقادي عيوب التصميم بدرجة كبيرة، كما يجب عليها التأكد من تصميمه مطابقاً للمعايير الدولية المقبولة أو المعايير الوطنية.

٢. الإنتاج:

تقع على عاتق الشركة المصنعة للعبة الأدوار والمسؤوليات الأساسية لضمان سلامتها، كما تضطلع بوضع قواعد التصنيع الجيدة المناسبة وتنفيذها (GMP). يجب أن يتكون GMP من مراقبة الجودة واختبار المنتج النهائي، وأن تتخذ الشركات المصنعة التدابير التالية: توفير ثقافة سلامة اللعبة في عملية الإنتاج، وضع جميع الجوانب الضرورية لسلامة اللعب، بما في ذلك التدريب في جميع مراحل عملية الإنتاج، التأكد أن اللعبة التي ينتجونها بها تحذير وعلامات مناسبة على الملصق والتعبئة وتعليمات الاستخدام، لصق تحذيرات مناسبة على اللعب الصغيرة التي تُباع بدون تغليف قبل طرحها في السوق، إجراء تحليل الاختبارات الكيميائية والفيزيائية والميكانيكية والكهربائية والقابلية للاشتعال والنظافة والنشاط الإشعاعي المخاطر التي قد تمثلها اللعبة،

بالإضافة إلى تقييم التعرض المحتمل لمثل هذه المخاطر.

٣. ما بعد الإنتاج:

لا يتوقف المبدأ الأساسي لسلامة اللّعب عند مجرد تسويق المنتجات، فتستمر مسؤوليات مصنعي اللّعب على الرغم من تسويق المنتجات، ومن ثمّ يتعين على الشركات المصنّعة وضع نظام المراقبة - بعد الإنتاج، ونظام التحسين المستمر من أجل النظر في المنتجات المرتجعة، ونظام تتبع موثوق به من أجل التتبع للّعب غير الآمنة.

تاسعاً: الإنتاج الوطني وصناعة لّعب الأطفال:

تعد صناعة اللّعب صناعة ديناميكية وتنافسية، مع اعتماد كبير على صناعة الترفيه وعلى تسويقها. إنه مجال يرتبط ارتباطاً مباشراً بالإبداع والابتكار؛ لأنه يبحث دائماً عن إنشاء خطوط جديدة وتطويرها. ويشهد العالم توسعاً في سوق لّعب الأطفال، لكن لا تزال صناعة اللّعب على المستوى الوطني ضعيفة؛ بسبب تفضيل معظم الشركات استيراد اللّعب بدلاً من الاستثمار في الإنتاج الوطني، أو تفضيل نسخ المنتجات التي نجحت بالفعل في المبيعات بدلاً من المخاطرة بابتكار شيء جديد. وفقاً للإحصاءات في منطقتنا العربية فإن معظم اللّعب التي تُباع في بلداننا العربية تأتي من الشركات الصينية، التي لديها خبرات كبيرة في إنتاج اللّعب، والتي تقود عمليات التصدير. بالنظر إلى العلاقة بين صناعة اللّعب والإبداع والابتكار، فإن الاستثمار في التصميم والإنتاج الوطني قد يوفر مزايا لهذه الصناعة التي تبحث باستمرار عن الجديد المبتكر. وإلى جانب نقص الاستثمار في صناعة اللّعب، هناك أيضاً فجوة في إنتاج اللّعب الشاملة في المنطقة العربية، فقط عدد قليل من الشركات تنتج هذا النوع من اللّعب على نطاق صناعي، ولا يزال معظمها يستخدم العملية الحرفية في التصنيع، مما يجعل المنتج النهائي أكثر تكلفة.

لا شك أن هناك تكلفة اقتصادية يتكبدها صانعو لّعب الأطفال عند

ممارسة الاستثمار المسؤول اجتماعيًا، فقد يجد المستثمرون قيودًا على عالم الاستثمار في صناعة اللّعب من منطلق التكلفة الاجتماعية وتعزيز المثل الاجتماعي وترسيخ القيم الإنسانية الأصيلة والحفاظ على الهوية الثقافية. ففي لغة رجال الأعمال وعوالم الاستثمار تكون تكلفة الاستثمار المسؤول اجتماعيًا كبيرة حتى بالنسبة للمستثمرين ذوي رؤوس الأموال الصغيرة (Timothy & Kritzman, 2008; 52)، لكن سيظل الطلب مستمرًا للإنتاج الوطني لهذه الصناعة، التي تستهدف مستقبل أطفالنا عقليًا ونفسيًا واجتماعيًا وعاطفيًا وحركيًا وعصبيًا.... إلخ.

عاشراً: النتائج والتوصيات:

(أ) النتائج:

١. أصبحت صناعة لعب الأطفال من الصناعات الثقافية الإبداعية المهمة، التي تطورت بصورة مذهلة في السنوات العشر الأخيرة، حتى بات من المسلمات أن شركات لعب الأطفال التي تتجاهل المنظور الاجتماعي وممارسة مسؤولياتها الاجتماعية، سينعكس ذلك بالسلب اقتصاديًا على نموها في المستقبل.
٢. يعد عالم لعب الأطفال مؤشرًا للتغير الاجتماعي والثقافي، تظهر من خلاله العديد من القضايا الاجتماعية المرتبطة بالتنمية المعرفية والعاطفية والنفسية والحركية للأطفال، وبناء الهوية الثقافية للطفل.
٣. مع تزايد عولمة الاقتصادات، كان هناك تسليع متزايد للطفولة وتسويق ثقافة الأطفال"، اللذان تحققا من خلال مجموعة واسعة من وسائل الإعلام التي تخاطب الأطفال وتدمجهم في المجتمع الاستهلاكي، الأمر الذي ضاعف مهمة صانعي لعب الأطفال للاستثمار المسؤول اجتماعيًا، الذي يواجه ثقافة المجتمع الاستهلاكي.
٤. إن المستقبل الذي تحلم به أية دولة، يبدأ من رعاية النشء، وبالتالي الاهتمام باللّعب وصناعتها؛ لا سيما أنها تُصنع من خلال عقول

الناضجين، الذين يحملون بالمستقبل ولديهم رؤية استثمارية للتغيير؛ فالأفكار تنمو مع الأطفال وتتطور، وهو ما يدفع صانعي لعب الأطفال للاستثمار في الأفكار الابتكارية الإيجابية وتعزيزها في نفوس الأطفال.

٥. أوضحت الورقة أن تحدي الصناعة يكمن في تطوير لعبة تسمح بدمج الأطفال المعاقين بصرياً وتحفيز حواس السمع واللمس والبصر، بحيث تكون في الوقت نفسه ممتعة، ليكونوا على قدم المساواة مع جميع الأطفال.

٦. إن أحد مجالات الاستثمار الاجتماعي ذات الأولوية التي ينبغي أن تركز عليها خطة العمل الاستراتيجية لشركات تصنيع لعب الأطفال وأن توليها اهتماماً كبيراً؛ إمكانية الوصول إلى اللعب الآمنة للأطفال.

(ب) التوصيات:

١. هناك حاجة لوضع استراتيجيات محددة لتعزيز الثقة في مصنعي لعب الأطفال من خلال الالتزام بتطوير لعب آمنة ومبتكرة تدعم الهوية الثقافية.

٢. من الضروري أن يكون الاستثمار الحقيقي في هذه الصناعة في طليعة تطوير جيل جديد، وتقديم المنتجات التي تغير الطريقة التي يعيش بها هؤلاء الأطفال حياتهم، مما يعني الابتكار والإبداع فيها.

٣. ابتكار لعب تعمل على التحفيز البصري للأطفال المعاقين بصرياً.

٤. العمل على نشر مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتنميته بين أصحاب الشركات العاملة في مجال صناعة لعب، بما يضمن أيضاً تحقيق متطلبات التنمية الاقتصادية، وبما لا يضر بقيم وهوية المجتمع الثقافية.

٥. ضرورة أن تسهم الشركات العاملة في لعب الأطفال في حل المشكلات الاجتماعية التي يتعرض لها الأطفال ومجتمعاتهم المحلية، بالشكل الذي يساعد على تحقيق عمليات التنمية المعرفية والتنمية الاجتماعية والثقافية لأطفالنا.

٦. يجب تقدير أعمال شركات تصنيع لعب الأطفال والعمل على دعم هذه

الصناعة الإبداعية، وبما يدعم إدخال أفكار مستحدثة جديدة تحافظ على وجود أطفالنا الاجتماعي.

٧. تحتاج صناعة اللّعب، انطلاقًا من المكون الاجتماعي، لبناء جسور لسد الفجوة بينها وبين البحوث الاجتماعية التي تجرى في المجالات الاجتماعية المتعددة والمتنوعة، ولا سيما في علم اجتماع الطفولة، علم الاجتماع التطبيقي، علم النفس الارتقائي، الخدمة الاجتماعية في مجالات الطفولة... وغيرها من بحوث متعددة. وتتجلى قيمة هذه البحوث فيما تتيح من نتائج متعددة تضع أمام المستثمر في مجال صناعة اللّعب الكثير من الأبعاد الاجتماعية والثقافية المهمة، بدءًا من اختيار نوع اللعبة ولمسها الخارجي ولونها... إلخ. وانطلاقًا من نتائج البحوث الاجتماعية تكون هناك عوائد اجتماعية متولدة من الاستثمارات في صناعة اللّعب.

٨. اقترح سياسة تتعلق بسلامة لعب الأطفال، والتي تعتبر بمثابة دليل عملي للمصنعين في إنتاج لعب آمنة. تهدف هذه السياسة إلى موازنة المتطلبات التنظيمية لتسويق اللّعب في منطقتنا العربية وضمان سلامة الأطفال الذين تبلغ أعمارهم ١٤ عامًا أو أقل عند استخدامها في اللعب.

المراجع:

١. ابن يوسف، أمال (٢٠١٧) دور اللّعب العلاجية في التخفيف من المشكلات السلوكية لدى الأطفال المشكلين، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، العدد ١١، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر.
٢. الرشيدى، هدى عوض حمدان (٢٠٢١) إثراء الجوانب النفسية لدى الأطفال ذوي الأمراض المزمنة باللّعب الخشبية، المجلة العمية لجمعية إمسيا التربية عن طريق الفن، العدد ٢٦، ١٢٤٥-١٢٦٧.
٣. جودة، عبد الوهاب (٢٠١٨) الاستثمار الاجتماعي وتنمية رأس المال الثقافي لدى الشباب، المؤتمر الدولي السنوي لكلية الآداب: الشباب وصناعة المستقبل، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ٣٨٥-٣٩٨.
٤. زايد، أحمد (٢٠١١) الاستثمار الاجتماعي: مقارنة سوسولوجية للمفهوم، المؤتمر السنوي الثالث عشر: الاستثمار الاجتماعي ومستقبل مصر، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، ٢٥-٤٠.
٥. شحادة، عامر صابر (٢٠٢٢) توظيف اللّعب التربوية ولّعب التفرغ النفسي في رفع مستوى الصحة النفسية لأطفال رياض الأطفال في فلسطين من وجهة نظر المعلمات: محافظة اريحا أنموذجًا، مجلة ريجان للنشر العلمي، العدد ١٩، ٢٧٦-٣٠٢.
٦. عبد الوهاب، ياسر (٢٠١٥) استثمار مفهوم المسؤولية الاجتماعية في دعم وتطوير نظام الإدارة المحلية المصري: دراسة ميدانية، المجلد ٢٣، العدد الأول، معهد التخطيط القومي، ٥٠-٨٥.
٧. عبده، هاني خميس أحمد (٢٠١٢) الاستثمار الاجتماعي سياسة تنموية بديلة: رأس المال البشري نموذجًا، الإدارة، مجلد ٤٩، العدد ٣، اتحاد جمعيات التنمية الإدارية، القاهرة، ٣٤-٤٥.
٨. محاسنة، علي محمد (٢٠٠٤) صناعة المستقبل أو لّعب الصغار، الوعي الإسلامي، السنة ٤١، العدد ٦٨٤٦٧، ٦٨-٧٠.
٩. ناصري، إيمان (٢٠٢٠) الاستثمار الاجتماعي المسؤول ودوره في تعزيز التنمية المستدامة: دراسة حالة مشروع AGIR لولاية سيدي بلعباس "الجزائر"، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، مجلد ٣، العدد الثاني، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، ٧٠-٧٩.

١٠. يونس، محمد (٢٠٠٥) الاستثمار الاجتماعي: أداة ناجعة لاستئصال الفقر، كريستيان ساينس مونيتور، ٢٠٠٥.
11. Busemeyer, Marius R. & de la Porte, Caroline (2018) The future of the social investment state: politics, policies, and outcomes, Volume 25, Issue 6: The Future of the Social Investment State: Politics, Policies, 801-809.
 12. Camilleri ,Mark Anthony (2021) The market for socially responsible investing: a review of the developments, Social Responsibility Journal, Vol. 17 No. 3, 412-428.
 13. Charmondusit, K & S. Phatarachaisakul & P. Prasertpong (2014) Clean Techn Environ Policy, 16, 935-945.
 14. Deeming, Christopher & Paul, Smyth (2015) Social Investment after Neoliberalism: Policy Paradigms and Political Platforms, Journal of Social Policy, 44, 2, 297-318.
 15. En Hou, Chen & Min Lu ,Wen (2019) Does CSR matter? Influence of corporate social responsibility on corporate performance in the creative industry, Annals of Operations Research volume 278, 255-279.
 16. Ferguson, Susan (2006) International Symposium "Transformations in the Cultural and Media Industries" September, 1-11.
 17. Giones, Ferran & Brem, Alexander (2017) From toys to tools: The co-evolution of technological and entrepreneurial developments in the drone industry, Business Horizons, Volume 60, Issue 6, 875-884.
 18. Gössling, T., & Vocht, C. (2007). Social role conception and CSR policy success. Journal of Business Ethics, 74(4), 363-372.
 19. Hemerijck, Anton (2018) Social investment as a policy paradigm, Journal of European Public Policy, Volume 25, Issue 6: The Future of the Social Investment State: Politics, Policies, 810-827.
 20. Hemerijck, Anton (ed) (2017) The Uses of Social Investment, Oxford University Press, United Kingdom.
 21. Hjavard, S. (2004). From bricks to bytes: The mediatization of a global toy industry. In P. Golding & I. Bondebjerg (Eds.),

- European culture and the media (pp. 43–63). New York: Routledge.
22. Hogan, Stephen P. (2007) Creating parental trust in the children's toy market, VOL.. 8 NO. 3, 163-171.
 23. Ismail, R.& Haniff, W. A. A. W and Others (2021) Towards a Framework for Establishing Children's Toys Safety Policy in ASEAN, . International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 11, No. 3, 892 – 904.
 24. Ismail, Rahmah & Haniff, W. A. A. W and Others (2020) The Approach to Safety of Children's Toys in United States and European Union: A Comparative Study, Academic Journal of Interdisciplinary Studies, 10(5), 216-231.
 25. Kjørholt ,Anne Trine (2013) Childhood as Social Investment, Rights and the Valuing of Education, Children & Society, Vol.27, 245–257.
 26. Kuitto, Kati (2016) From social security to social investment? Compensating and social investment welfare policies in a life-course perspective, Journal of European Social Policy, Vol. 26 (5), 442–459.
 27. Lash, S., & Lury, C. (2007). Global cultural industry: The mediation of things. London: Wiley.
 28. Lee, Hooi Kun & Raziff, Abdul Rafiez bin Abdul (2021) The Impact of Technology Adoption on the Success and Failure of Two Toys Industry: Hasbro and Toys R Us, The Journal of Management Theory and Practice (JMTP), VOL. 2, ISSUE 2 , August,.96-103.
 29. Livingstone, S., & Third, A. (2017). Children and young people's rights in the digital age: An emerging agenda. New Media & Society, 19(5), 657–670.
 30. Lukman , Rebeka Kovacic & Omahne, Vasja & Krajnc ,Damjan (2021) Sustainability Assessment with Integrated Circular Economy Principles: A Toy Case Study, Sustainability, 13, 1-22.
 31. Nastase ,Irina Albastroiu & Negrutiu, Cristian (2022) Toward a Circular Economy in the Toy Industry: The Business Model of a Romanian Company, Sustainability,14,1-25.

32. Nolan, Brian (2013) What use is 'social investment'?, Journal of European Social Policy, 23,(5), 459-468.
33. Önder, Mustafa (2018) Contribution of Plays and Toys to Children's Value Education, Asian Journal of Education and Training, vol.4 ,N.2 ,146-149.
34. Preston, Chris (2005) Advertising to children and social responsibility, World Advertising Research Center, Young Consumers Quarter 3, 61-67.
35. Santos, A. D. P., Medola, F. O. & Botura Junior, G. (2019). Innovation in the Design of Inclusive Toys: Development and Evaluation of a Prototype for Visually Impaired Children. Strategic Design Research Journal, volume 12, number 03, September -December, 338-360.
36. Timothy, Adler & Kritzman Mark (2008) The Cost of Socially Responsible Investing, The Journal of Portfolio Management, Fall, 35, (1), 52-56.
37. United Nations 2030 Agenda for Sustainable Development: A Framework for Action. Retrieved from <https://www.unescap.org/publications/complementarities-betweenasean-vision-2025-and-2030-agenda>.
38. Vilmant, Liubinien & Jorge, Ana (2019) The Industry of Smart Toys: Cultural Implications from the Political Economy, Studies in Childhood and Youth book series (SCY), The Internet of Toys, Practices, Affordances and the Political Economy of Children's Smart Play, Edited; Afua Twum-Danso Imoh and Others, Palgrave Macmillan.
39. Wilson, Karen E. (2014) Social Investment: New Investment Approaches for Addressing Social and Economic Challenges, OECD Science, Technology and Industry Policy Paper No. 15, OECD Publishing.