المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية – جامعة سيدي بلعباس
ISNN : 2170-0060 EISSN : 2602-523X
المجلد 18 -- العدد 01 -- جوان 2026 ص 411 - 431

رفاهية الأسرة في ظل تطور وسائل الاعلام
Family Well-being in the Era of Evolving Media

هنان مكي (mekki.henane@univ-tlemcen.dz)	علوم الإعلام والاتصال	جامعة أبوبكر بلقايد - تلمسان (الجزائر)

DOI :

الإرسال: 2026/03/30 **القبول**: 2026/04/29 **النشر**: 2026/06/20

ملخص:

لقد ارتبط الفرد بوسائل الاتصال والإعلام خاصة منها وسائل الاتصال الجماهيري منذ بروزها في مطلع القرن العشرون، وذلك لتحقيق الكثير من الغايات والأهداف واشباع مختلف الحاجات، فصارت أكثر طلبا واستخداما لدى الفرد والأسرة، خاصة لما عرفته من تطور سريع عبر محطات اختلف تأثيرها بتداخل العديد من الظروف والعوامل عكس الطلب المتزايد عليها ومحاولة امتلاكها عند مختلف الفئات الفردية والأسرية، ولأهميتها الكبيرة فقد بلغ وجودها داخل الأسرة تحقيق درجة من الرفاه، لذا ارتأينا افي هذه الورقة وصف العلاقة بين متغير وسائل الإعلام كمتغير مستقل وتحقيق الرفاهية كمتغير تابع من خلال التطرق إلى قراءات نظرية تحليلية من المستوى الثاني لبعض الأدبيات التي تناولت الموضوع أو شقا منه، انطلاقا من شرح المفاهيم الأساسية وتوضيحها ثم ضبط الأساس النظري للتأثير الذي يمكن أن تحدثه هذه الوسائل من خلال الخلفية النظرية للاستخدامات والإشباعات ونظرية الاعتماد، وصولا إلى تحديد جملة من التأثيرات المتراكمة عبر مراحل تطور وسائل الإعلام، تبرز القفزة النوعية في مطالب الأسرة للرفاهية، وفي الكيفية التي أسهمت بها هذه الوسائل في إعادة تشكيل جودة الحياة الأسرية ضمن سياق ثقافي متغير، لتخلص الورقة في الأخير إلى شرح كيفية توظيف الأسرة وبالخصوص الأبوين لوسائل الإعلام ومجاراة التحولات الثقافية المعاصرة بهدف تحقيق الرفاهية من منظور ايجابي.

كلمات مفتاحية: وسائل الإعلام والاتصال (الإعلام التقليدي والميديا الجديدة)؛ رفاهية الأسرة؛ الأبوين والأبناء؛ التأثيرات؛ نظرية الاستخدامات؛ نظرية الاعتماد.

Abstract:

Since the early twentieth century, individuals have increasingly relied on mass media to fulfill various needs and achieve diverse goals. With rapid technological development, media has become central to both individual and family life, reflecting growing demand and widespread use across social groups. Their presence within the household is now often associated with enhanced family well-being.

This paper examines the relationship between media as an independent variable and family well-being as a dependent variable through a theoretical and analytical review of relevant literature. It defines key concepts and draws on Uses and Gratifications Theory and Media Dependency Theory to explain media effects.

المؤلف المراسل: هنان مكي البريد الإلكتروني : mekki.henane@univ-tlemcen.dz

The study highlights the cumulative impact of media evolution, emphasizing a qualitative shift in family expectations of well-being and the role of media in reshaping family life within a changing cultural context. It concludes by discussing how parents can effectively utilize media to adapt to contemporary cultural transformations and promote positive family well-being.

Keywords: Media and communication; new media; family well-being; parents and children; media effects; Uses and Gratifications Theory: Media Dependency Theory.

مقدمة:

يسعى الإنسان بطبيعته دائما إلى توفير الكثير من الحاجات لتحقيق الإشباعات كالحاجات البيولوجية والنفسية والمعرفية والطقوسية، فالبشر بتعبير بسيط يسعون إلى توفير حاجات مختلفة منها الضرورية كالوجبات الغذائية واللباس ومكان الإيواء وحاجات شبه ضرورية مثل التعلم والتسوق واستخدام وسائل النقل ...الخ، إضافة إلى توفير حاجات كمالية مثل السيارة والقيام بجولات سياحية واستجمامية وتوفير وسائل الراحة...، وعليه فإن طبيعة الإنسان تسعى دائما إلى محاولة بلوغ كل الحاجات السالف ذكرها لتحقيق جودة الحياة والرفاهية في مختلف المجالات، ومن أهم هذه الحاجات التي ارتبطت بالإنسان ولازالت تمثل بالنسبة له مطلبا أساسيا منذ ملايين السنين هو الحاجة إلى الاتصال، هذا الأخير له أهمية كبيرة في الحياة اليومية بل يمكن أن نقول هو الحياة لأن طبع الإنسان اجتماعي وهو بحاجة ماسة للاتصال بمختلف أشكاله حتى يبلغ أهدافه ومقاصده، ولأهمية وجوده في الحياة اليومية سعى الإنسان إلى تطويره عبر مختلف المحطات التاريخية التي مرّ بها ابتداء من عصر الإشارة إلى الاتصال اللفظي والغير اللفظي ثم التواصل من خلال الكتابة الرمزية إلى الكتابة الحرفية التي مهّدت إلى بروز الطباعة في القرن الخامس عشرة، تولّدت عنها ظهور أول وسيلة اتصال جماهيرية تمثلت في الصحيفة التي رأت النور وازدهرت في أوروبا ابتداء من أواخر القرن التاسع عشرة، تلتها بروز وسائل اتصال جماهيرية صنعت الحدث من خلال استقطابها لعدد كبير من الجماهير كالسينما والإذاعة والتلفزيون وصولا إلى استخدام الانترنت ومختلف وسائل الإعلام الجديدة. إن وسائل الاتصال الجماهيري بمختلف أشكالها وعبر مختلف المحطات التاريخية ابتداء من بداية القرن العشرين شكّلت محور اهتمام فئة كبيرة من الباحثين في مختلف المجالات علم الاجتماع وعلم النفس والفلسفة والعلوم السياسية ...الخ، لإعطاء قراءة حول نوع

العلاقة بين هذه الوسائل والجمهور بمختلف أشكاله (الفرد، الأسرة) الذي بات يعتبرها من أهم الحاجات اليومية تعود إلى الوسيلة الإعلامية أو محتواها (المضامين) لتحقيق الإشباعات وبعبارة أخرى أصبحت تشكل نوعا من الرفاهية في الحياة الأفراد والأسر لتقديمها الكثير من الخدمات.

فبناء على ما سلف ذكره يقودنا الفضول العلمي لمحاولة الكشف عن نوع العلاقة الموجودة بين وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري وتحقيق الرفاهية لدى الأفراد والأسرة عبر مختلف المحطات التاريخية وبالضبط ابتداء من بداية القرن العشرين مستعينين بالقراءة المتعمقة والمتمعنة وبالتحليل من المستوى الثاني لبعض الدراسات في هذا المجال مستخدمين المنهج الوصفي الذي يليق بهذا النوع من الدراسات والتي تركز على كشف العلاقة بين متغيري الدراسة يمكن اجمالها في التساؤل الرئيسي التالي:

-ما طبيعة علاقة وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري وتطورها بتحقيق الرفاهية لدى الفرد والأسرة؟

وللإجابة على هذا التساؤل الرئيسي ارتأينا تقسيم هذه الورقة البحثية إلى ثلاثة محاور مهمة (تساؤلات فرعية) تعتبر بمثابة بوصلة توجيهية تسندنا في بلوغ النتائج المرجوة وهي كالتالي:

-تحديد مفاهيم الدراسة.

-تحديد الخلفية أو الأساس النظري لهذه الورقة (قراءة في نظرية الاستخدامات والإشباعات، وقراءة في نظرية الاعتماد).

-تأثيرات تطور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري في تحقيق الرفاهية لدى الأفراد والأسرة عبر محطات مختلفة (قراءة كرونولوجية لسياق ثقافي متغير من مطلع القرن 20 إلى اليوم).

وتهدف هذه الورقة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة الموجودة بين وسائل الإعلام والأفراد من خلال التركيز على الأسرة وأفرادها، بحكم أن لهم نوع من الارتباط التاريخي مع وسائل الأعلام وتطورها، كما سنسعى في هذه الورقة إلى الكشف عن تأثيرات وسائل الإعلام

بمختلف أشكالها على الأسرة ومدى استغلال هذه الأخيرة لمضامينها أو محتواها لتحقيق الرفاهية وذلك بشكل تاريخي تسلسلي (محطات) يبدأ من بداية مطلع القرن العشرين إلى غاية الساعة، مستعينين ببعض الدراسات الميدانية ومخرجاتها في كل حقبة.

وأما أهمية الورقة فإنها تصب في تحديد المدى الذي بلغته تأثيرات وسائل الإعلام عبر مختلف محطات التاريخية مع التركيز في كل محطة على التأثيرات الايجابية والسلبية واستغلالها كمخرجات للورقة تصب في خدمة الأسرة والمجتمع ككل لتوظيفها مستقبلا في كيفية التعامل مع التطورات التكنولوجية لمختلف هذه الوسائل لتحقيق الرفاهية من منظور ايجابي.

أولا: المفاهيم الأساسية للدراسة: سنحاول التركيز كمنطلق على أهم مصطلحات ومفاهيم الدراسة.

1-مفهوم الرفاهية:

1-1- لغة: محتوى عُرّفت في معجم اللغة العربية المعاصرة على أنها "رغد العيش" "يعيش حياة الرفاهية" يقال رفه فلان أنعمه وأراحه "رفه الأب ابنه" وزوده بمتعة كبيرة (عمر، 2008، صفحة 921).

1-2- المفهوم الاصطلاحي للرفاهية: وقد تم تعريفها على أنها حالة تمس حياة الفرد والجماعات، وتسعى إلى إشباع الحاجات الأساسية للإنسان من مأكل وملبس ومسكن، وهناك من يلخصها على أنها تحقيق مستوى أفضل ولائق في مختلف نواحي الحياة، بمعنى توفير جميع متطلبات الحياة والاحتياجات الضرورية والكمالية للفرد من أجل العيش براحة وكرامة (كحلة، 2018، صفحة 124).

إذن من التعريف اللغوي والتعريف الاصطلاحي يمكن أن نحدد تعريفا إجرائيا لرفاهية الأسرة فالأسرة جزء من المجتمع ومجموعة من الأفراد.

1-3- رفاهية الأسرة: وهي الراحة المادية والمعنوية والعاطفية التي تعيشها الأسرة والمتمثلة إلى وصول أفرادها إلى مستوى أفضل في تحقيقهم كل الرغبات وإشباعها كفاية من الآباء

والأبناء، ويختلف مفهوم الرفاهية حسب رغبة أي فرد أو جماعة، ونعتبر في هذه الورقة بأن وسائل الاعلام بمختلف أشكالها تشكل جزءا كبير من الحياة والرفاه للأسرة .

2-وسائل الإعلام والاتصال: وتُعرف على أنها: "مؤسسات رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات، وقد تطورت وظائفها إلى الترفيه والتسلية خصوصا بعد الثورة التلفزيونية وانتشارها الواسع" (عبد الله و آخرون، 2014، صفحة 283)، ويقصد بوسائل الإعلام والاتصال تلك الأجهزة والأدوات الاتصالية التي توفر العملية الاتصالية بين طرفين أو أكثر إلى أن تصل إلى مستوى الجمهور، كوسائل الاتصال الجماهيرية المعروفة عند أصحاب التخصص "بالإعلام التقليدي" وهناك التقنيات الحديثة والشبكات الاجتماعية التي تدعم الإعلام التفاعلي المعروف "بالميديا الجديدة".

3-الإعلام التقليدي: تتعدد التعريفات حول مصطلح "الإعلام" بصفة عامة و"الإعلام التقليدي" بصفة خاصة، حيث أن الإعلام يشير إلى تزويد الأفراد والجماهير بالمعلومات والأحداث الواقعة في أوساط المجتمعات، عبر مختلف وسائل الإعلام الجماهيرية والفرق الجوهري في مصطلح الإعلام التقليدي أنه يستخدم الوسائل التقليدية في الممارسة الإعلامية والتي تخلو تماما من عنصر التفاعلية الآنية عكس "الميديا الجديدة.

4-الميديا الجديدة: يرى بعض المهتمين بالدراسات الإعلامية أن مصطلح "الميديا الجديدة" أنها دمج لأنظمة التقنية، وترجع أصول تداول مصطلح "الميديا" أنها "بدأت في سبعينيات القرن العشرين من خلال النقاش الثقافي الذي جرى في أوروبا، وفي فرنسا على وجه الخصوص، في ذلك الحين. وقد شاع آنذاك مصطلح "الميديولوجيا" للتعبير عن الوسائل الإعلامية التي تحول الأفكار إلى أحداث والمقصود به علم الوسائط الإعلامية " (حيدر، 2018، صفحة 19).

ثانيا: الخلفية أو الأساس النظري للدراسة (نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية الاعتماد):

1- منطلقات وفروض نظرية الاستخدامات والاشباعات:

يرجع تاريخ بداية البحث في الاستخدامات إلى ثلاثينيات القرن الماضي، حيث مرّ البحث في هذا المقترب عبر مراحل توجت بنتائج مهمة، إلا أن الفضل الكبير في هذا

النموذج يرجع إلى الباحث "إليهو كاتز وزملاؤه"(Elihu Katz et al) سنة 1974 والذي بدأ التأصيل لهذا المنظور عندما اكتشف بأن الأفراد يختارون بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة" (ليلى و حسن، 1998، صفحة 240)، ليتم طرح المقترب والتوسع فيه وفقا للمفاهيم الأساسية التالية (جمال الدين، 2019، الصفحات 74-76):

1-1- افتراض جمهور نشط: يعتبر مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذا المدخل، حيث يتميز بالنشاط وفق ثلاث مؤشرات مهمة تتمثل في الانتقاء (معناه أن الجمهور ينتق الوسائل الإعلامية ومضامينها وفق اهتماماته وحاجاته)، من خلال الاستغراق (معناه اندماج الفرد مع المضامين الإعلامية)، والايجابية (الدخول في المناقشات والتعليق).

2-1- الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام: في هذا الخصوص يشير "روبن و كونواي" (Robin and Conway) انطلاقا من الدراسة التي أجراها سنة 1991 أن العوامل النفسية تثير دوافعا لدى الأفراد وتحفزهم على استخدام وسائل الإعلام، وهذا الأمر يساعد الباحثين على فهم أسباب ودواعي الاستخدام.

3-1- دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام: في هذا الصدد قام "كاتز وزملاؤه" سنة 1973بتجميع 35 حاجة من أجل تحديد الوظائف الاجتماعية والإنسانية لوسائل الاتصال الجماهيري، تم تجميعها في خمس فئات:

-الحاجات المعرفية (المعلومات والأخبار)، الحاجات العاطفية (الاستمتاع والحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح)، الحاجة للتكامل الشخصي (تتعلق بالمصداقية والثقة والاستقرار)، الحاجة لتخفيف التوتر والحاجات الهروبية (التسلية)، الدوافع الوظيفية النفعية، الدوافع الطقوسية (تمضية الوقت والتنفيس والاسترخاء).

4-1- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام: وهنا تلعب الكثير من المتغيرات دور مهما في عملية التوقع، تعود إلى السن ومستوى التعلم ودرجة الذكاء ويمكن أن نختصر ذلك في مقولة "ويلبور شرام" (Wilbur Schramm) بأن: "الإنسان يختار وسائل الاعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق الاشباع والمطلوب".

1-5- اشباعات وسائل الإعلام: تنقسم إلى قسمين فهناك:

أ- إشباعات المحتوى: تنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم أيضا بدورها إلى إشباعات توجيهية (مراقبة البيئة والحصول على المعلومات)، وإشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب- إشباعات العملية: تنتج عن الارتباط بوسيلة معينة، وهي نوعين إشباعات شبه توجيهية وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في البرامج التسلية والترفيه والإثارة، إضافة إلى ذلك يوجد إشباعات اجتماعية وهي إشباعات مكملة تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام حيث تزداد مع ضعف العلاقات الاجتماعية وانعزال الفرد.

2- منطلقات وفروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعتبر هذه النظرية نظام وسائل الإعلام جزءا هاما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وتصف وسائل الاتصال الجماهيري بمختلف أنواعها عل أنها أنظمة مثلها مثل الأنظمة الاجتماعية والاقتصادية وحتى السياسية تتفاعل معها لتتولد علاقة فُسرت بالاعتماد المتبادل ، كما أضاف هذا التفسير لطبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال والأفراد والمجتمع بعدا جديدا ومهما، وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون والصراع وقد تكون دينامكية متغيرة أو ساكنة ثابتة، وقد تكون مباشرة وغير مباشرة أو قوية وضعيفة، وبناء على ما سلف يمكن القول بأن اسم النظرية (الاعتماد) يوحي ويوضح العلاقة الموجودة بين وسائل الاتصال والأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، حيث قد تكون هذه العلاقة مع جميع الوسائل(نظم اتصالية) أو إحدى وسائل الاتصال الجماهيري (صحيفة، راديو، تلفزيون) (ليلى و حسن، 1998، صفحة 314).

ويتفق مؤسسا النظرية "ملفين ديفلر" و"ساندرا بول روكيتش"(Sandra Ball-Melvin DeFleur, Rokeach) أن كل ما تقدمه وسائل الاتصال من إنتاج وتوزيع ومختلف الرسائل تسمى "معلومات" مهما كان نوعها (أخبار، تسلية ...الخ)،

وعموما فقد لاحظت "ساندرا بول" أن شمولية نظرية الاعتماد على الإعلام ودقتها جعلتها إحدى النظريات الإعلامية القلائل التي يمكن أن تساعد في فهم تأثيرات الإعلام

واستخدامها عكس نموذج الاستخدامات الذي ركّز على المتلقي وأهمل تأثير وسائل الإعلام (علي، 2013، صفحة 239).

2-1- الاعتماد المتبادل بين نظم وسائل الإعلام والأفراد:

يعتبر الأفراد والأسرة مثلهم مثل النظم الاجتماعية الأخرى فهم أيضا يعتمدون على وسائل الإعلام وغايتهم في ذلك تحقيق الأهداف التالية (ليلى و حسن، 1998، صفحة 320):

2-1-1- الفهم: ويعني اعتماد الفرد على وسائل الإعلام لمعرفة الذات من خلال التعلم ومعرفة الأشياء عن العالم وما يحيط بالفرد محليا من خلال المعرفة المجتمعية لاكتساب الخبرات.

2-1-2- المعلومات: يستهلك الفرد المعلومات مثل استهلاكه للأغذية، فهي حاجة لا يمكن الاستغناء عنها من خلال اعتماده بشكل كبير على وسائل الإعلام بمختلف أنواعها.

2-1-3- التوجيه والإرشاد: وذلك يتضح من خلال دور وسائل الإعلام ومدى اعتماد الأفراد عليها في مجال اقتناء المشتريات مثلا: كل ما يتعلق بالملبس والأدوية والحفاظ على الصحة، إلى جانب إرشاد وسائل الإعلام في كيفية التعامل مع الأزمات والكوارث والأمراض المعدية ...الخ.

2-1-4- التسلية: وتتمثل في اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال الاسترخاء والاستثارة والترويح على النفس، تترجم في متابعته ومشاهدته لبعض الأفلام والمسرحيات أو الاستماع للموسيقى ...الخ.

وإضافة على ما تم الإشارة إليه سابقا فإن "ميلفين ديفلر" يؤكد على أنه لا ينكر ما تقدمه النظم الأخرى من أسرة وأصدقاء وجمعيات واتحادات ...الخ، من خلال اعتماد الفرد عليها إلا أنه يعتبر أن اعتماد هذا الأخير على المؤسسات الاتصالية في المجتمع المعاصر يفوق أي اعتماد آخر، وبالتالي يصف العلاقة بين الفرد ووسائل إعلام بالعلاقة الاعتماد القوية، الأمر الذي يجعل الفرد لا يستطيع أن يستغني على وسائل الإعلام في كافة مسارات حياته اليومية فهي بالنسبة إليه حاجة وهدف وغاية، ولكنها تختلف من فرد لآخر وذلك نظرا لتباين الأفراد في أهدافهم وحاجاتهم ومصالحهم.

ويضيف "مليفين ديفلر" أنه لفهم طبيعة تأثير وسائل الإعلام في المجتمع باعتباره نظاما متداخل ومرتبط بالأنظمة الأخرى في المجتمع يجب فهم العناصر المتداخلة التالية:

-طبيعة البناء الاجتماعي للمجتمع الذي تعمل فيه وسائل الإعلام.

- طبيعة الأفراد من حيث مدى اعتمادهم على وسائل الإعلام.

-طبيعة المعلومات نفسها التي تقدمها وسائل الإعلام للأفراد.

فمن خلال هذه المعايير فقط السالفة الذكر يمكننا تحديد نوع التأثير الذي ستحدثه وسائل الإعلام سواء كان معرفيا، وجدانيا أو سلوكيا، ونستطيع أيضا تحديد مستوى قوته أو ضعفه ومدى قوة هذا التأثير على المدى البعيد أو القصير، وعلى هذا الأساس صنفت نظرية الاعتماد ضمن نظريات التأثير المعتدل لأن وسائل الإعلام وتأثيرها يتراوح ما بين القوة تارة والضعف تارة أخرى.

2-2- الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام:

يشير "ملفين ديفلر وساندرا بول روكيتش " أن هناك مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية (المشاقبة، 2010، صفحة 98):

2-2-1- الآثار المعرفية: والمتمثلة بكشف الغموض الناجم عن نقص المعلومة من خلال عدم القدرة على تفسير الحدث، إضافة إلى تشكيل الاتجاهات وترتيب الأولويات القضايا بإظهار قضايا وتسليط الضوء عليها وإخفاء قضايا أخرى، إلى جانب المساهمة في اتساع المعتقدات والقيم مثل حرية التعبير والمساواة والأمانة والتسامح والمواطنة ...الخ.

2-2-2- الآثار الوجدانية: إن هذه النظرية قد أعطت أهمية كبيرة للوجدانيات كعواطف الحب والخوف والقلق والفتور العاطفي والدعم المعنوي والاغتراب.

2-2-3- الآثار السلوكية: وهنا يترجم الترابط بين الآثار المعرفية والوجدانية في شكل منتج سلوكي نشيط مثل: اتخاذ مواقف ايجابية أو عزوف الأفراد وعدم القيام بأي فعل وهو سلوك خامل.

فمن خلال ما سلف ذكره يتضح بأن التعرض لهذين المقتربين من الناحية التنظيرية، يكشف تلك العلاقة المتينة بين الجمهور بمختلف أشكاله (أفراد والأسرة ...) ووسائل الإعلام منذ ظهورها إلى وقتنا هذا، حيث لاحظنا مدى استخدام واعتماد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الكثير من الدوافع والحاجات بمختلف أشكالها النفعية (بهدف معرفة الأخبار والمعلومات) والطقوسية (التنفيس والاسترخاء والقضاء التوتر) في شكل إشباعات متجددة ومستمرة فرضتها طبيعة البشر أو الإنسان، فقد تكون غاية الفرد هو الوسيلة الإعلامية بحد ذاتها أو محتواها ومضامينها مهما كانت نوعية التأثير قويا أو معتدلا أو العلاقة تأثير وتأثر، فالنتيجة هو استمرار ذلك الرابط المتين لعشرات السنوات بين الفرد ووسائل الإعلام بشكل تصاعدي، نستنتج منه استحالة استغناء الفرد و الأسرة على وسائل الإعلام التي أصبحت تحقق الكثير من مقاصد الحياة وأهدافها، وممكن أن نقول جلها فهي بطبيعة الحال شكل من أشكال تحقيق الرفاهية في الحياة فلا تصور للحياة بدون وسائل الإعلام.

ثالثا: تأثيرات تطور وسائل الإعلام والاتصال على تحقيق الرفاهية لدى الأسرة:

سنحاول فيها شرح علاقة تطور وسائل الاعلام وانعكاساتها على تحقيق الرفاهية لدى الأسرة عبر ثلاثة محطات تمتد من بداية مطلع القرن العشرون إلى غاية اليوم.

1- انعكاسات بداية ظهور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري على الجمهور (الأسرة):

لقد ارتبطت هذه الفترة ببروز الطباعة في القرن الخامس عشر، وتطورت نوعا ما في القرن السابع عشر في أوروبا ثم برزت في نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، أين أصبحت الصحيفة وسيلة إعلام جماهيرية جذبت الكثير من المعجبين والجماهير نظرا لما كانت تقدمه من معلومات وأفكار من خلال تنوير الجمهور بما يدور حوله، وهذا الاستقطاب الذي صنع جمهورا متابعا جلب للمؤسسة الصحفية أنظار الكثير من المعلنين في المجال الاقتصادي (المجتمع الصناعي) لترويج سلعهم من خلال الإعلانات والإشهار،

حيث صنع التأثير القوي لوسائل في هذه الفترة اسم الإعلام الذي بات مطلوبا في المجال السياسي أيضا من خلال استغلاله لربط الحاكم والمحكوم فأصبح همزة وصل لتبليغ العديد من الرسائل، أما من الناحية الاجتماعية فقد صنع الإعلام الحدث وأصبح مؤسسة من المؤسسات التنشئة الاجتماعية المعول عليها إلى جانب الأسرة و المدرسة...الخ، فإلى الجانب التنويري للإعلام من أخبار ومعلومات، هناك الجانب التثقيفي والجانب الترفيهي، لتتطور الأمور بعد ذلك ويتوج الإعلام بظهور السينما التي كانت مقصد الكثير من الأسر من خلال المشاهدة الجماعية لمختلف البرامج وخاصة الأفلام التي كان الطلب مرتفع عليها من طرف الأسرة ، لتبرز بعد ذلك الإذاعة التي لعبت دورا هاما جدا في هذه المرحلة والتي أصبحت متابعة كثيرا من طرف مختلف مكونات الأسرة خاصة النساء الماكثات بالبيت وذلك من خلال متابعة الأخبار والأحداث وبشكل أكبر متابعة الأفلام والقصص والمسلسلات والبرامج التثقيفية والموسيقية بهدف الترويح والتنفيس ونسيان مشاغل الحياة، والقضاء على التوتر والاغتراب، ولعل أبرز تلك البحوث هي دراسة "هيرتا هيرزوج وهربر سوشمان" (Herta Herzog, Herbert Suchman) سنة 1942 بعنوان ماذا نعرف عن حقيقة مستمعي المسلسلات الإذاعية اليومية بهدف معرفة طرق استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الجماهيرية وما تحققه لهم، حيث أظهرت النتائج أن مفردات العينة البالغ عددها 2500 أفصحوا عن رغبتهم في التنفيس العاطفي وذلك للتخلص من التوترات والقلق الذي تسببه ظروف المعيشة اليومية وتبني السلوكيات المقدمة في البرامج التي تتوافق مع المجتمع وقيمه (ليلى و حسن، 1998، صفحة 273)، إلى جانب ذلك دراسة "بيرنارد برلسون"(Bernard Berelson) 1945، حول إضراب عمال التوزيع بنيويورك التي استهدفت الكشف عن موقع الصحف وأهميتها بالنسبة للقراء وما تحققه من إشباعات محققة، حيث توصل الباحث بأن القراء افتقدوا للصحيفة في فترة الإضراب وأنها كانت تقدم لهم العديد من الخدمات التي تحقق الرفاهية بالنسبة للقارئ مثل الحصول عل المعلومات، وكشف الغموض ومعلومات حول الطقس والمالية، والحصول على المكانة الاجتماعية، والهروب من المشاكل اليومية، فضلا عن كون القراءة هي أداة للتفاعل الاجتماعي (السامي و حسن، 2000، صفحة 273)، تلتها بعد ذلك دراسة "ولتر وولف ومارجوري فيسك" (Walter Wolff and Marjorie Fiske) عام 1949 حول دوافع استخدام

الأطفال المراهقين للرسوم الهزلية المطبوعة بالجرائد وآثارها، حيث استنتج الباحث من خلال اعتماده وتوظيفه لأداة المقابلة لجمع البيانات، مجموعة من الوظائف تقف وراء اهتمام الأطفال بهذا النوع من البرامج وهي التعمق في العوالم الخيالية، وتصور البطل الذي لا يقهر، وتمثل العالم الحقيقي من خلال متابعة الكوميديا (srentes, 2014, p. 9). لتتطور بعد ذلك وسائل الإعلام من خلال اختراع التلفزيون الذي أصبح مطلبا من المطالب الأساسية للجمهور بصفة عامة وللأسرة بصفة خاصة وذلك لما يتمتع به من ميزات أو خصائص (الصورة والصوت)، حيث شكل هذا الأخير تجربة اجتماعية للكثير من الباحثين الذين استخدموا فيها المنهج الاثنوغرافي من خلال معايشة الأسرة، وتسجيل الملاحظات الخاصة بالتلقي واستعمال التلفزيون، واكتشاف مدى تأثير التلفزيون على الأسرة بالتركيز على عملية المشاهدة لمختلف البرامج الإخبارية والتثقيفية والترفيهية.

فمن خلال هذا الطرح المختصر يمكننا أن نقول بأن هذه الفترة (أواخر القرن التاسع عشرة حتى منتصف القرن العشرين)، تشكلت خلالها نوعا من العلاقة بين الفرد أو الأسرة ووسائل الإعلام، تميزت بنوع من التعلق بوسائل الإعلام (الصحيفة، الإذاعة، السينما والتلفزيون) لتحقيق مجموعة من الدوافع والحاجات لدى الجمهور، منها محاولة الفهم والكشف الغموض حول ما يدور بمحيط الفرد و الأسرة من أحداث، والاعتماد على وسائل الإعلام في اقتناء المنتجات التي توفر الرفاهية بالنسبة للفرد والأسرة (عن طريق الإشهار) من ملبس ومشرب ووسائل خاصة مثل وسائل الزينة والتجميل ...الخ، إلى جانب ذلك لا يمكن أن ننكر ما قدمته وسائل الإعلام في هذه الفترة من حاجات تمثلت في التنفيس والترويح عن النفس من خلال متابعة برامج معينة كالأفلام ولمسلسلات ومتابعة المقابلات الرياضية ...، فحق علينا القول بأن وسائل الإعلام قد قدمت الكثير من الوظائف والخدمات لدى الفرد والأسرة، وأصبحت هذه الوسائل تشكل جزء كبير من رفاهية الأسرة، فرب الأسرة أصبح يجد ضالته في الصحيفة، والأم أصبحت بحاجة إلى الإذاعة لتحقيق التنفيس ونسيان متاعب الحياة والقضاء على التوتر، وأصبح أيضا الابن بحاجة إلى متابعة أو مشاهدة مباراة كرة القدم، وأصبح الطفل الصغير بحاجة إلى التلفزيون للتعلم (برامج هادفة) والاستمتاع بمختلف البرامج الترفيهية، فباختصار شديد أصبحت وسائل الإعلام تحقق الكثير من الإشباعات حسب رغبة كل عنصر من مكونات الأسرة،

لذلك يمكننا أن نقول في هذه الفترة بأن وسائل الإعلام أو الاتصال الجماهيري قد شكّلت محور اهتمام كبير بالنسبة للفرد والأسرة بناء على تطور العلاقة بفضل التأثير القوي لوسائل الإعلام التي أصبحت تشكل جزء كبير من حياة الفرد والأسرة لتحقيق الرفاهية والاستقرار يرقى إلى درجة الاعتماد عليها في أبسط تفاصيل الحياة .

فمن منطلق ما سلف ذكره اتضح أن بوادر تحول المجتمع الأوروبي في بداية القرن العشرين من مجتمع تقليدي إلى مجتمع متطور صناعي، أصبح حتمية فرضتها التحولات التي مسّت جميع الميادين في تلك الفترة، وخاصة المجال الصناعي والمجال الإعلامي (بروز وسائل الاتصال الجماهيري)، حيث غلب على المعاملات العقد الرسمي وتميز فيها المجتمع المتطور بحركة الائتمان الضخمة والأسواق العالمية والاتحادات الرسمية والتقسيم الواسع للعمل والتخصص، عكس المجتمع التقليدي الذي كان يتميز بالترابط وتماسك المجتمع من خلال القرابة والصداقة والتواصل الغير الرسمي في الكثير من العلاقات. وبالتالي فإن هذا التحول كان له انعكاسات على بروز مجتمع جديد سمي بالمجتمع الجماهيري الذي اتسم بمجموعة من الصفات: (ليلى و حسن، 1998، صفحة 217)

-يتسم فيه الأفراد بالعزلة النفسية.

-يسودوه انعدام المشاعر.

-تحرر الأفراد من الالتزامات الاجتماعية العامة.

اضطر من خلالها الأفراد اللجوء إلى وسائل الاتصال الجماهيرية كبديل للجماعات والعشيرة، وكأدوات تساعده وتعاونه على التخلص من التوتر والقلق والاغتراب، وبهذا توطّدت العلاقة بين وسائل الإعلام الجماهيرية ومحتواها أو مضامينها وأفراد الأسرة بمختلف مكوناتها، حتى جعل البعض يقول بأن وسائل الإعلام في العصر الحديث تحولت إلى مخدر ومسكن للجماهير، حيث شبهت فيها العلاقة بالإدمان، وهذا ما يوضح إقبال أفراد المجتمع عليها بشكل كبير لأنها أصبحت من ضروريات الحياة التي توفر الرفاهية والاستمتاع بالحياة.

إن سمات المجتمع الجماهيري جعلت المجتمع ومكوناته الأساسية من الفرد والأسرة يُقبل على وسائل الإعلام ويعتمد عليها بشكل مطلق في هذه الفترة، وفي نفس الوقت جعلت وسائل الإعلام من الفرد متلقي سلبي يتأثر بوسائل الإعلام، فأصبحت الرسائل الإعلامية كالطلقات السحرية تؤثر بشكل مطلق في المستقبل أو المتلقي الذي لا يحرك أي ساكن، حيث أصبحت الجماهير مهيأة لاستقبال الرسائل والاستجابة لها مباشرة، وفق دراسات أثبتت هذا التأثير وهذه العلاقة على رأسها دراسة "هارولد لازويل" (Harold Lasswell) حول آثار الدعاية (نظرية الطلقة السحرية) و"كانتريل والبورت"(Gordon Hadley Cantril,Allport) حول التأثير السيكولوجي للراديو و"كانتريل وجوديت وهيرزوج" (Cantril, Judith,erzog) حول تأثيرات الراديو المحتملة على المستمعين.

إن ما يميز هذه المحطة من خلال ربطها بتساؤلات الورقة البحثية هو كشف تلك العلاقة التي بنتها الظروف والتحولات بين وسائل الإعلام والمجتمع ومكوناته من أفراد وأسرة...، حيث أصبحت فيه وسائل الإعلام والاتصال أكثر من ضرورة لتحقيق مقاصد وأهداف المتلقي (فرد أو أسرة) والمتمثلة في بلوغ الحاجات وإشباعها، تعود للوسيلة الإعلامية بحد ذاتها وما تتوفر فيها من ميزات أو محتوى ومضامين الرسائل، لفهم ما يدور حول الإنسان وبيئته أو الترويح والتنفيس والتمتع بمختلف برامج وسائل الإعلام بمختلف أشكالها، وهذا ما يبرر بداية تبلور فكرة لدى الكثير من الأفراد والأسر اعتبار وسائل الإعلام جزء كبير من حياتهم، توفر عناصر الرفاهية للتمتع بالحياة، ومن ثما أصبحت وسائل الإعلام بمختلف أشكالها تشكل اهتمام لدى الأفراد والأسرة بمختلف مكوناتها وهذا ما ترجم عنه وجود هذه الوسائل في كل بيت لا يستطيع الفرد الاستغناء عنها إلى درجة كبيرة جدا.

2- تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية على الأسرة في ظل بروز دراسات التلقي (بداية من منتصف القرن الماضي):

تنبع نظرية التلقي من الدراسات الأدبية التي تقول بأن الفهم الحقيقي للنص ينبثق من القارئ، حيث أن أي نص بما فيه النصوص الإعلامية على اختلاف أنواعها لا تكتمل أركانها إلا من خلال القراءة المتمثلة في المشاركة الفعالة بين النص والقارئ، فأول من أعلن عن موت المؤلف وإعطاء القيمة للمتلقي أو القارئ كمفسر باعتباره هو المهم في

المعادلة هو "رولان بارث" (Roland Barthes)، ليأتي بعده الكثير من الباحثين الذين تعمقوا في مجال دراسات التلقي (الدراسات الأدبية والإعلامية) على رأسهم " دانيال دايان، ريتشارد هوغارت، ستيوارت هول" (Daniel Dayan,Richard Hoggart,Stuart Hall)، وصولا للباحث البريطاني "دافيد مورلي" (David Morley) الذي ركّز على ضرورة الاهتمام بالسياق وبالضبط على المشاهدة العائلية (السياق العائلي)، إذ يشير إلى ضرورة الاهتمام بالتماثل والاختلاف بين العائلات وليس الفرد، أما منهجيا فقد اتبع "مورلي" المناهج الاثنوغرافية التي تسمح بملاحظة التفاعلات فيما بين أفراد العائلة أمام شاشة التلفزيون عن طريق الملاحظة بالمشاركة .

فمن هنا أصبحت بحوث التلقي في واقعنا المعاصر مطلبا رئيسيا في دراسات الإعلام، نظرا لتركيزها على الفكرة الجديدة التي تتعلق بالتفاعل الديناميكي الذي يربط المتلقي مع الوسيلة الإعلامية، وفي هذا الشأن يقول الباحث دانيال دايان: "يجب على دراسات التلقي أن لا تتحدث عن الجمهور أو عن اسم و معنى الجمهور بل يجب أن تعطي الكلمة للجمهور" (فطيمة، 2013، صفحة 317).

فعندما نربط دراستنا هذه مع هذا المحور يتبين لنا أن علاقة وسائل الإعلام بالفرد والأسرة هي علاقة متينة ولكن مدى تأثير وسائل الإعلام على الأسرة حقيقة بدأ يتلاشى نوعا ما لصالح الأسرة أو الفرد، الذي أصبح له أهمية كبيرة في هذه المعادلة من خلال دخول بعض المتغيرات كالسياق وفك الترميز والتأويل التي بدأ يتمتع بها الفرد والأسرة، هذه الأخيرة التي اهتم بها العديد من الباحثين في علاقتها مع وسائل الإعلام كانت محور بحث للعديد من السنوات وبالضبط في بدايات النصف الثاني من القرن الماضي، حيث أجريت العديد من البحوث على رأسها أبحاث "دافيد مورلي" التي أجراها على بعض الأسر من خلال المنهج الاثنوغرافي أين استخدم أداة الملاحظة بالمشاركة في ظل المشاهدة الجماعية والفردية للتلفزيون، أفرزت نتائج مهمة من أبرزها تحول المتلقي (الفرد أو الأسرة) من متلقي سلبي إلى متلقي ايجابي يلعب دور كبير باعتباره عنصر فاعل في العملية الاتصالية لما يتمتع به من تأويلات ترجع إلى خبرته وعلاقاته ومكتسباته (الفروق الفردية والاجتماعية)، ولعل هذه الأبحاث كانت أكبر دليل على تفسير ارتباط الأسرة وأفرادها بوسائل الإعلام التي كانت تأخذ وقت كبير للمتلقي، وتشكل بالنسبة إليه أهمية كبيرة لقضاء أوقات ممتعة لكشف

الغموض، ومعرفة الأخبار المتعلقة ببيئة المتلقي، والتعلم والتنفيس، واعتبارها وسيلة للترفيه والقضاء على التوتر والقلق، فهذه الظاهرة (المشاهدة التلفزيونية) حقيقة كانت محل اهتمام طرحه تمتع التلفزيون بالعديد من السمات والخصائص استقطبت الكثير من الجماهير على رأسه الأسرة التي اقتنعت بأن هذه الوسيلة ضرورية لتحقيق الرفاهية، ودليل ذلك هو معدل وجود التلفزيون في كل بيت إلى غاية الساعة فبالرغم من تطور وسائل الإعلام إلا أن استخدام هذه الوسيلة لايزال يفرض نفسه في عدة مناسبات مثل مشاهدة بعض البرامج مع العائلة خلال شهر رمضان أو مشاهدة مباراة كرة القدم أو العودة إليه في استقاء المعلومة في فترة الأزمات (مثل أزمة كورونا الصحية) وصولا إلى سلوك المشاهدة العرضية.

3- التأثيرات الحديثة مع التنامي المستمر للميديا الجديدة في ظل تحقيق الرفاهية:

جاء في أحد الكتب عن سلطة الإعلام التقليدي اليوم وفي ظل العولمة: "إذا كان الإعلام يشكل اليوم مادة أساسية في تطوير الحياة وتنمية المجتمعات بالاتجاه الذي يؤدي إلى زيادة المعارف وتوسيعها ونقلها وحل المشاكل الجوهرية لسكان العالم، فإنه أصبح في عصر العولمة وفي ظل التقدم العلمي والتقني سلطة قوية للتأثير في الرأي العام" (عاطف، 2015، صفحة 29) وبالتالي فإن وسائل الإعلام تملك اليوم القوة الكافية في التوجيه معتمدة على وظائفها الأساسية (الوظيفة الإخبارية، التعليمية، التثقيفية، التربوية، والترفيهية).

فمع بزوغ فجر الإنترنت وتفشي الهواتف الذكية في أواخر القرن العشرين وبدايات القرن الحادي والعشرين، شهدت رفاهية الأسرة تحولا جذريا، حيث أتاحت هذه التقنيات إمكانيات غير مسبوقة للتواصل المستمر وتجاوز الحواجز الجغرافية، مما دعم الروابط الأسرية المتباعدة من خلال خلق جسر تواصل دائم ومستمر ما بين الأفراد والأسر وبالخصوص مشاركة الآباء في حياة أبنائهم (Hanif, Caroline, & Budiawan, 2025, p. 150)، وهو ما عزّز من وظائف وسائل الاعلام الجديد، حيث أصبحت تساهم حقيقة في تقريب المسافات ومصدرا أساسيا للمعلومات واستغلالها كأدوات تعليمية وتثقيفية وتربوية، وصولا إلى استخدامها كوسيلة وأداة لإزالة الضغط والتنفيس والقلق، مما

انعكس على الفرد والأسرة بخلق نوع من الشعور بالسكينة والاستقرار ووصول إلى مستوى لائق في العيش الجيد وإشباع رغباتهم باستخدامها.

فالميزات الحديثة للميديا الجديدة التي دمجت قوة التقنية، وسهولة الاستخدام، دقة البرمجة، تعدد التطبيقات والوسائط جعلها محل اهتمام لمستخدميها تمثل بالنسبة لهم بلوغ نوعا من الرفاهية التي وجب توفيرها داخل الأسرة، لتحقيق العديد من الإشباعات، إلا أن هذا الاستخدام في الواقع أدى من جانب آخر إلى ظهور تحديات معقدة، مثل تشتت الانتباه وتراجع جودة التفاعلات الأسرية بشكل مباشر(وجها لوجه)، مما يستدعي فهما دقيقا لتأثيرها المزدوج على تماسك الأسرة ورفاهيتها (Kyalo, 2024, p. 1)، وعليه يبرز تحليل أثر وسائل الإعلام الجديد على الأسرة بوضوح من خلال تباين في تأثيراتها بين ما هو ايجابي وسلبي ، بحكم أن هناك اختلاف في الأهداف التي تستخدم لأجلها داخل الحياة الأسرية (Villegas, 2013, p. 10) وبذلك فإن علاقة وسائل الإعلام الجديد والرفاهية الأسرية لا يمكن اختزالها في حكم نهائي أو قاطع، بل يتطلب الأمر تقييما دقيقا يرتكز إلى كيفية استخدام الأفراد لهذه الوسائل في سياقهم الأسري والثقافي (Sas & Estrada, 2019, p. 111). لتؤكد هذه الازدواجية في التأثير ضرورة دراسة متأنية للعوامل الوسيطة التي تحدد طبيعة العلاقة بين استخدام الإعلام ورفاهية الأسرة، مثل أنماط الاتصال الأسرية ونضج أفرادها، فاستغلال هذه الوسائل بشكل سليم لتحقيق الرفاهية داخل الأسرة يتطلب مسؤولية مشتركة لمختلف المكونات المجتمعية على رأسها الأبوين داخل الاسرة من خلال الرقابة، المرافقة والمتابعة ثم التوجيه بالاعتماد على المقترحات والتوصيات التالية:

- التكيف مع التغيرات التكنولوجية المتسارعة وفقا لما تتطلبه الفترة الحالية (حتمية تكنولوجية)، من خلال القدرة على وضع حدود واضحة لاستخدام هذه الوسائل مع استغلال هذا التكيف أيضا لتعزيز الجوانب الإيجابية للتكنولوجيا في دعم الروابط الأسرية، والتقليل من المخاطر السلبية المحتملة التي قد تؤثر سلبا على الانسجام العائلي (Tammisalo & Rotkirch, 2022, p. 2724).

- عدم الإفراط في استخدام وسائل الإعلام الجديد أو سوء استخدامها الذي قد يؤدي ويؤثر في تراجع جودة التفاعلات الشخصية داخل الأسرة.

- مسؤولية الأبوين نحو الأبناء في تعزيز مهاراتهم الرقمية من خلال توجيه أبنائهم نحو الاستخدام الآمن والمسؤول للتقنيات الحديثة، بهدف خلق بيئة رقمية صحية داخل الأسرة مثل استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لإنشاء مجموعات خاصة لتبادل المعلومات وتفعيل النقاش والحوار الأسري ذات الصلة بالقضايا الأسرية ومشاركة مختلف الأنشطة العائلية المنظمة ليعزز الشعور بالانتماء والدعم المتبادل (Benedetto & Ingrassia, 2018, p. 156).

- تبني مفهوم التربية الرقمية (digital parenting) التي تتجسد من خلال الانتقال بالمرافقة الأبوية للأبناء من محطة الرقابة نحو محطة التوجيه والتفاعل الإيجابي مع المحتوى الرقمي، والعمل على تنشئتهم وتوجيه سلوكهم بما يتماشى مع متطلبات قيم المواطنة الرقمية وبالتالي بناء جدار مناعة لمواجهة تحديات العالم الرقمي (الرفاعي، 2023، صفحة 1312).

- ضرورة تضافر الجهود بين الباحثين وصناع القرار لتطوير أطر عمل شاملة، تعزز محو الأمية الرقمية للأفراد والأسر، وتمكينها من الاستخدام العاقل لهذه الوسائل، من خلال وضع سياسة عامة لتحقيق أقصى استفادة من الفرص التي توفرها التقنيات الحديثة للحفاظ على التوازن الضروري لرفاهية الأسرة باعتبارها النواة الأساسية للمجتمع (Danmaisoro & Mozayani, 2024, p. 157).

خاتمة:

تعتبر رفاهية الأسرة قاعدة مهمة وهدف سامي يصبوا إليه المجتمع، بحكم أن بلوغها يعكس أوجه السلوك الاجتماعي داخل الأسرة وخارجها، وتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال واستخدامها يعتبر جزء مهما لتحقيق الرفاهية لأفراد العائلة وله جوانب من التأثير مرتبطة بأنماط الاتصال ونضج مستخدميه أو المتعرضين له، وهو ما يطرح ويستدعي تحليلا معمقا لكيفية تشكيل وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لسلوكيات الأفراد داخل الأسرة، وتأثيراتها على جودة الحياة الأسرية ككل، ففي سياق هذا التطور،

أصبحت دراسة كيفية استخدام الأسرة لهذه التقنيات ومدى تأثيرها على وظائفها أمرا بالغ الأهمية لفهم طبيعة التغيرات الاجتماعية، بحكم أن استخدامها يشكل نوعين من التأثيرات الإيجابية والسلبية، وهنا يأتي دور المجتمع ككل والأبوين بشكل خاص في تبني استراتيجية انطلقت من محطة الرقابة على الأبناء في استخدام هذه الوسائل خاصة منها التقليدية من خلال التركيز على المدة التي يتعرض إليها الأبناء ونوع المحتوى المتعرض لينتقل إلى محطة الموالية كسرت كل الحواجز وأتاحت استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال بشكل فردي وابحاره داخل فضاء افتراضي محفوف بكثير من المخاطر، تطلب مرافقة ومتابعة وتوجيه للأبناء من خلال التركيز على التنشئة والتربية الرقمية لتحقيق الرفاهية التي ترتكز على الاستفادة من وظائف وسائل الاعلام الجديدة في شقها الايجابي.

ولكون أن التكيف مع التطور التكنولوجي خاصة في مجال استخدام وسائل الإعلام أصبح حتمية يُنظر إليها برغبة التملك من ناحية الاستخدام بحكم أنها في الوقت الراهن تمثل جزء كبير من تحقيق الرفاهية، أصبح لزاما على مختلف الفاعلين في المجتمع (صناع القرار، الباحثين، مؤسسات التنشئة، الأبوين ...) الاستعداد وإعداد العدة من خلال تبني استراتيجية شاملة لمواجهة هذا التحول سياسيا، اقتصاديا، اجتماعيا وثقافيا.

ختاما، من خلال القراءة الكرنولوجية لرفاهية الأسرة في ظل تطور وسائل الإعلام، لا يمكن أبدا أن ننكر تلك العلاقة الوثيقة والوطيدة بين وسائل الإعلام والأسرة التي ميزت مختلف المحطات، والتي تطورت وازدادت تماسكا بتطور تقنيات وسائل الاعلام، ولكن في نفس الوقت فرضت المحطة أو الفترة الأخيرة (انتشار وسائل الاعلام) تحولات عميقة في أنماط الحياة والقيم المجتمعية، مما أثّر على خصائص ووظائف الأدوار الأسرية وهو ما يتطلب ضرورة بناء عقد عائلي رقمي يحدد قواعد استخدام هذه التكنولوجيا.

قائمة المراجع:

Benedetto, L., & Ingrassia, M. (2018). Parenting-Empirical Advances and Intervention Resources. *InTech eBooks*, p. 156.

Danmaisoro, H. B., & Mozayani, A. (2024). Effects of screen time on the social well-being of adolescents. *Forensic Reseatch & Criminology International Journal, 12*(2), p. 155.

Hanif, M. N., Caroline, C., & Budiawan. (2025). The Influence of Digitalization on Family Communication: Literature Analysis on Family Interaction In The Digital Era. *Morfai Journal, 5*(1), p. 150.

Kyalo, J. (2024). The Impact of Communication Technology on Family Dynamics. *Journal of Communication, 5*(3), p. 1.

Sas, O. R., & Estrada, L. C. (2019). Comunicación familiar en la era del vacío: nuevas patologías asociadas al uso problemático del móvil. *Revista de Psicología, 18*(2), p. 105.

srentes, L. c. (2014). Young adult reflect on the expreience of reading comic inconteporary socity.over coming the common place and recognizing complexity doctor of philosofy. canada, faculé of information and midia studies-universty of western antario, canada.

Tammisalo, K., & Rotkirch, A. (2022). Effects of information and communication technology on the quality of family relationships: A systematic review. *Journal of Social and Personal Relationships, 39*(9), p. 2724.

Villegas, A. (2013). The Influence of Technology on Family Dynamics. *2012*(1), p. 10.

الرفاعي، إ ع. (2023). التنشئة الأسرية وعلاقتها بتعزيز قيم المواطنة الرقمية لدى الأبناء. *المجلة العلمية للعلوم التربوية النوعية، 18* (18)، صفحة 1312.

أحمد مختار عمر. (2008). *معجم اللغة العربية المعاصرة*. القاهرة: عالم الكتب.

الشريف السامي، و عماد مكاوي حسن. (2000). *نظريات الإعلام*. مصر: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

بسام عبد الرحمان المشاقبة. (2010). *نظريات الإعلام*. عمان-الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

بن دنيا بعلي فطيمة. (2013). أنمذج التلقي في بحوث وسائل الإعلام. *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية، 01*(01)، 317.

حسن السيد ليلى، و عماد مكاوي حسن. (1998). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة-مصر: الدار المصرية اللبنانية.

خضر ابراهيم حيدر. (2018). *الميديا مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي*. المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية.

صلاح عبد الحميد، يمنى عاطف. (2015). *الإعلام والفضاء الإلكتروني*. الجيزة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي.

علي عبد الفتاح علي. (2013). *نظريات الاتصال والإعلام الحديثة*. الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع.

غالي كحلة. (2018). رفاهية الطفل ما قبل سن التمدرس بين الرعاية الأسرية والمؤسسات استقبال الطفولة. *دفاتر مخبر الطفل*، 124.

مدفوني جمال الدين. (2019). نظرية الإستخدامات والإشباعات من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي. *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، 03*(03)، 74-76.

مي عبد الله، و آخرون. (2014). *المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال - المشروع العربي لتوحيد المصطلحات*. بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.