

# الترفيه الرقمي للشباب عبر وسائط التواصل الاجتماعي وتأثيره على جودة العلاقات الأسرية

## Young people's digital entertainment through social media and its impact on the quality of family relationships

مشري عبد الرؤوف\*

مركز البحث CRASC / الجزائر

فراح سمير

مركز البحث CRASC / الجزائر

تاريخ الإرسال: 2024/11/26 تاريخ القبول: 2025/01/18 تاريخ النشر: 2025/02/04

**ملخص:** تسعى هذه المداخلة إلى تسليط الضوء على أحد صور ممارسات التسلية والترفيه لدى الشباب - في ظل استخدام تكنولوجيا الاتصال - ألا وهو الترفيه الرقمي أو كما اصطلح عليه "ترفيه الشاشات"؛ الذي بات يشغل حيزا كبيرا في الحياة الاجتماعية للشباب عبر وسائط التواصل الاجتماعي، محاولين بذلك رصد تأثيراتها على طبيعة العلاقات الأسرية للشباب الممارس له استنادا لنتائج دراسة ميدانية أجريت في إطار مشروع بحث مؤسساتي.

**الكلمات المفتاحية:** الترفيه، الترفيه الرقمي، الشباب، وسائط التواصل الاجتماعي، الأسرة.

**Abstract:** This intervention seeks to shed light on one of the forms of entertainment and entertainment practices among young people - in light of the use of communication technology - which is digital entertainment, or as it was termed "screen entertainment", which has become a large

space in the social life of young people through social media, trying to monitor its effects on the nature of family relations for young people practicing it based on the results of a field study conducted within the framework of an institutional research project.

**Keywords:** entertainment, digital entertainment, youth, social media, family.

## الإشكالية:

أنتجت الثورة الرقمية جملة من التحولات جعلت البشرية تعيش عهدا جديدا اصطلاح عليه (ما بعد الصناعي)؛ عهد صاحبه أنماط جديدة من التنظيم وأشكال مستحدثة من الروابط، وبالتالي ظهور علاقات جديدة مرتبطة بالزمن والمجال؛ ويعد الاتصال الرقمي أبرز صور الرابط المستحدث لما أحدثه من ضجة كسرت عزلة المجتمع البشري متجاوزة قيود الوقت والمسافة.

حقيقة أضافت وسائل التواصل الاجتماعي الكثير لمعنيي التفاعل والمشاركة، وأتاحت للجميع دون تمييز إمكانية الوصول للمعلومة وتبادلها على أوسع نطاق ما أدى إلى تزايد مستخدميها؛ حيث يكشف موقع statista المختص في الإحصائيات أنه ابتداء من جانفي 2024 تم إحصاء 5,35 مليار مستخدم للإنترنت في جميع العالم -أي 66.2% من سكانه؛ يستخدم 5,04 مليار منهم وسائل التواصل الاجتماعي -أي 62,3% من سكان العالم وعليه فحوالي 94% من مستخدمي الإنترنت يمتلكون حسابات سوشيال ميديا <https://www.statista.com>.2024

هذا الزواج غير المسبوق لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي لم يكن محض صدفة؛ بل هو تحصيل حاصل لمزايا سابقة اشتملت عليها هذه الوسائط جعلتها موطن استقطاب لشعوب العالم. وتعد فئة الشباب من كلا الجنسين الأكثر

استخداما لوسائل التواصل الاجتماعي عبر العالم؛ حيث بلغ المتوسط العام للفئة العمرية: 15-24 سنة 75%.

إضافة لاستخدامات وسائل التواصل المشار إليها فإن غاية الترفيه منشودة لمستخدميها خاصة من فئة الشباب باعتبارهم الفئة الأكثر فراغا في الوقت مقابل واجبات أقل ، هذا ما جعل مواقع التواصل ومختلف تطبيقاتها قبلة لكل شاب يروم التنفيس عن ذاته؛ فالترفيه الرقمي اليوم يعد أحدث صور الممارسة وأكثرها رواجاً لما اشتمل عليه من خصائص قاربت ما كان يعد خيالا وجعلت محاكاته أقرب للواقع، فوجد شباب اليوم يقضي قسطا وافرا من وقته-قدر متوسطه بأكثر من 04 ساعات لدى شباب الدول العربية- يجوب العالم الافتراضي ويبهر في عوالمه رغبة في الترفيه.

كمحلة لذلك أتاح موضوع الترفيه الرقمي النقاش واسعا لرصد تأثيراته على جميع الأصعدة فتعددت بذلك الاتجاهات والخلاصات وتباينت تبعا لمتغيرات ارتبطت بالأساس بخصوصية المجتمع وطبيعة التنشئة الاجتماعية لأفراده؛ ومن بين أبرز مواضيع بحوث تأثيرات الترفيه الرقمي ما تعلق بطبيعة العلاقات الاجتماعية والتحولات التي تم رصدها في زمن الرقمنة والتي تتدرج ضمن مواضيع التغير الاجتماعي والتي طالت حتى النواة الأساسية في المجتمع ألا وهي الأسرة بعدما كان يعتقد أنها بمنأى عن ذلك.

تحاول هذه المداخلة تسليط الضوء على موضوع الترفيه الرقمي لدى فئة الشباب المتمدرس في الطور الثانوي ورصد تأثيراته على جودة العلاقات الاسرية استنادا لنتائج دراسة ميدانية أجريت في إطار مشروع بحث مؤسساتي كشفت عن مجموعة

من النتائج ارتبطت بالأساس بمجتمع المدينة الجديدة "علي منجلي" بقسنطينة مجال الدراسة وذلك كإجابة عن تساؤل مفاده:

- ماهي تأثيرات ممارسة الترفيه عبر وسائط التواصل الاجتماعي لشباب المدينة المتمدرس على جودة علاقاتهم الاسرية؟

## 1. ضبط مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

### 1.1 مفهوم الترفيه:

الترفيه في اللغة يُردّ إلى الجذر الثلاثي: ر - ف - هـ، وبالرجوع إلى مقاييس اللغة لابن فارس، فإنّ هذا الأصل يدلّ على نعمة وسعة مطّلب، ومنه الرّفاهة في العيش والرّفاهية، ويُقال: "رُفّه عنه"، إذا نُقّس عنه الكرب. وفي معاجم اللغة العربية، فإنّ الترفيه هو مصدر (رَفّه)، فيقال: "جاء للترفيه عنه" أي جاء للتنفيس عنه وتسليته.

هو التسلية أو تجديد النشاط وتبديل الجو والروتين اليومي واستعادة حيوية الذهن والفكر والوظائف الفسيولوجية في الأجهزة الحيوية، ويمكن للإنسان من خلال الاستجمام والترفيه أن يكون داخل الأبنية أو خارجها في الطبيعة، وعند آخرين الترفيه فعالية وممارسة تتضمن نطاقا واسع المدى من الفعاليات الرياضية الترفيهية. (الكتاني، 1990، ص121)

وهناك العديد من التعاريف التي تحاول تفسير معنى ومفهوم الترفيه تفسيراً علمياً دقيقاً، حيث يرى "الكسندر صولوي": الترفيه هو نشاط اختياري يحدث أثناء وقت الفراغ وأن دوافعه الأولية هي الرضا والسرور والبهجة الناتجة عن هذا النشاط". (احسان م، 2009، ص 64)

هذا التعريف يكاد يتفق مع تعريف كل من "فوكاس" و"بترشيف" إذ يرون أن الترويح يتعلق بألوان الأنشطة التي يمارسها الفرد خارج ساعات عمله، وهو بهذا يدل على أن الفرد قد اختار بضعة أوجه من الأنشطة لممارستها طوعا نتيجة لرغبة داخلية دافعة وان المشاركة في هذه الألوان من الأنشطة تمده براحة ورضى نفسي.

ويرى "كارلسون" أن الترفيه هو الخبرة في قضاء وقت فراغ ممتع وقضاء وقت الفراغ يكون من محظ الارادة الحرة للفرد ومن خلاله يحصل على اشباع فوري مباشر.

ومن هذه التعاريف نستنتج بأن الترفيه نشاط اختياري يحدث أو يمارس في وقت الفراغ وينتج عنه شعورا أو احساسا ذاتيا بالغبطة والسرور والراحة والرضى النفسي، وبمعنى اخر فهذه التعاريف تحدد مفهوم الترفيه على أنه نشاط اختياري ممتع لوقت الفراغ دون التعرض لنوع وطبيعة هذا النشاط ودون تحديد هدفه.

وقد اتفق في المؤتمر الأول للتربية الاجتماعية الذي عقد بالقاهرة عام 1960 على تعريف الترفيه بأنه "نشاط تلقائي مقصود لذاته وليس للكسب المادي يزاول في أوقات الفراغ لتنمية ملكات الفرد ومواهبه، رياضيا واجتماعيا وذهنيا"، ويرى "جيفري ديميزديه" بأن " الترويح يطلق على النشاط البنائي الذي يقوم به الفرد في وقت فراغه لذاته وليس لكسب مادي أو معنوي ومهما يكن ذلك النشاط جسمانيا أم عقليا ام اجتماعيا أم فنيا". (احسان.م، 2009، ص 65)

## 2.1 الترفيه الرقمي:

يشير الترفيه الرقمي إلى أشكال الترفيه المختلفة التي تستخدم التقنية الرقمية يشمل هذا مجموعة واسعة من الأنشطة، من مشاهدة الأفلام والبرامج التلفزيونية على منصات البث، إلى ألعاب الفيديو باستخدام وحدات التحكم أو الأجهزة المحمولة، إلى التفاعل مع بيانات الواقع الافتراضي أو المعزز. (تقرير عن الترفيه الرقمي. 2023، ص8).

وقد يشمل الترفيه الرقمي العديد من المجالات حيث لعبت فيها التقنية دورا كبيرا في نظرنا كمستخدمين ومستهلكين لمختلف الوسائط، ومن بين المجالات التي مستها الثورة الرقمية التكنولوجيا التلفزيون الرقمي مثلما ذكرناه سابقا، السينما الرقمية الترفيهية والكاميرا الرقمية، الموسيقى الرقمية، الألعاب الرقمية الترفيهية أو ألعاب الفيديو ومنصات البث (نتفليكس، أمازون، برايم، يوتيوب) والتطبيقات الرقمية الترفيهية والهواتف الذكية.

وعليه فالترفيه الرقمي يستخدم وسائط وتقنيات للإمتاع ودون بذل جهد في الغالب. **الشباب:** كما جاء في لسان العرب فإن الشباب هو الفتاء والحداثة، وشباب الشيء أوله، ويجمع على شباب وشبان وشواب. (ابن منظور. ص257)

اصطلاحا قدمت العديد من التعاريف اختلفت باختلاف مشاربها فقد عرفه فرد ميلسون بأنه: مرحلة من مراحل العمر تقع بين الطفولة والشيخوخة، تتميز من الناحية البيولوجية بالاكتمال العضوي ونضوج القوة، كما تتميز من الناحية الاجتماعية بأنها المرحلة التي يتحدد فيها مستقبل الانسان سواء المهني أو العائلي. (ميلسون. 2007، ص5)

قدمه محمد سيد فهمي على أنه: فترة العمر التي تقع بين سن الخامسة عشر وسن الثلاثين؛ تتسم هذه الفترة بالكثير من الخصائص كالقابلية للنمو والتعلم والقدرة على الإنتاج والابتكار والرغبة في احداث التغيير والتطوير في المجتمع. (فهمي.2012، ص130).

فمفهوم الشباب يمكن تلخيصه في كونه معطى اجتماعي تترجمه تلك المكانة والاهمية التي يحتلها ويحظى بها داخل البناء الاجتماعي في مختلف المجتمعات، وهي المكانة التي تترجمها جملة من الخصائص. (ولي.2016، ص55)

### 3.1 وسائل التواصل الاجتماعي:

تُعرّف وسائل التواصل الاجتماعي Social Media :بأنّها التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تُستخدم للتواصل مع الآخرين، ونشر المعلومات عبر شبكة الإنترنت العالمية من خلال أجهزة الحاسوب أو الهواتف المحمولة. (قاموس كومبريدج.2024. [www.dictionary.cambridge.org](http://www.dictionary.cambridge.org))

كما تُشير وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً إلى أيّة أداة اتصال عبر الإنترنت تسمح للمستخدمين بمشاركة المحتوى ونشره عبر نطاق واسع. ( hudson.2024. [www.thebalancesmb.com](http://www.thebalancesmb.com))

### 4.1 الأسرة:

الأسرة لغة هي أهل الرجل وعشيرته، وهي الوحدة الأساسية في التنظيم الاجتماعي، ومؤسسة من المؤسسات الاجتماعية ذات الأهمية الكبرى ففيها نبدأ حياتنا الأولى ونتعود عليها، وهي تصنع أولى خبراتنا، وفيها تتشكل شخصيتنا وهي مصدر الأخلاق، والدعامة الأولى لضبط السلوك، ويلقى فيها الكبار والصغار مصدر الرخاء. (الجوهري. 1997. ص27)

وهي نتاج الاتحاد القائم بين الرجل والمرأة بصورة يقرها المجتمع، فالزواج مرحلة وشرط ضروري لقيام الأسرة، وهي نتاج التفاعل الزوجي. (غيث. 1967، ص196)

## 2. الترفيه الرقمي؛ صناعة جديدة:

يعد نموذج أعمال الترفيه الرقمي أحد تداعيات طفرة التكنولوجيا التي يشهدها العالم مؤخراً، سواءً كانت على مستوى شيوع شبكات الهاتف المتحرك المتطورة التي تقدم سرعات هائلة خاصة في جيلها الرابع المتطور “إل تي إي” أو السرعات الفائقة التي تقدمها شبكات الجيل الخامس. وينضم إليها بالتوازي طفرة الهائلة التي حققها مزودي الأجهزة التي جاءت متسقة لتتوافق مع القدرات الهائلة لهذه الشبكات بدأ نموذج أعمال الترفيه الرقمي و الألعاب الإلكترونية في تصدر المشهد العالمي كنموذج أعمال جديد نسبياً من حيث مستويات الإيرادات القياسية أو من حيث عمليات الإدراجات لمزودي هذا النموذج الجديد في أسواق المال العالمية لتضيف بدورها قيمة جديدة لعملياتها الاستثمارية(جريدة الوطن. 2021.

(<https://alwatan.ae>)

أظهرت دراسة حديثة كما أشرنا أن أكثر من 5 مليارات شخص، أي ما يزيد على 60% من سكان العالم، يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي؛ ويمثل ذلك زيادة بنسبة 3.7% مقارنة بالعام 2022، وفقا لحسابات شركة الاستشارات الرقمية "كيببوس" في تقريرها الربع سنوي الأخير، وبات عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية يناهز عدد مستخدمي الإنترنت البالغ 5.19 مليارات شخص والذي يشكل 64.5% من سكان العالم.

وثمة تفاوت كبير بين مناطق العالم، إذ يستخدم شخص واحد فقط من كل 11 شخصا في شرق أفريقيا ووسطها وسائل التواصل الاجتماعي. أما في الهند، التي أصبحت رسميا أكبر بلد في العالم من ناحية عدد السكان، فالنسبة تلامس واحدًا من كل 3 أشخاص.

كذلك أظهرت الدراسة زيادة في مقدار الوقت الذي يمضيه المستخدمون على وسائل التواصل الاجتماعي، ليصبح ساعتين و26 دقيقة يوميا (الجزيرة نت، 21/7/2023 ، <https://www.aljazeera.net>).

وتجدر الإشارة أن الغرض الأول من استخدامات وسائط التواصل الاجتماعي هو الترفيه خاصة لدى فئة الشباب؛ وهو ما جعل كبرى الشركات الرائدة في هذا المجال تعمل ليلا نهار وبشتى الوسائل المتاحة على تطوير منصاتها وتزويدها بمختلف المزايا الرائدة وذلك في سباق محموم مع باقي الشركات العالمية المختصة في المجال. فنجد أربعة من التطبيقات المفضلة لدى المستخدمين عالميا مملوكة لشبكة ميتا، وهي واتساب، وإنستغرام، وفيسبوك ومسنجر. أما الصين فتشكل منشأ

3 من التطبيقات الأكثر انتشارًا في العالم، وهي "وي تشات" و"تيك توك" و"دوبين" (نسخة تيك توك الخاصة بالمستخدمين في الصين).

لقد باتت دول كبرى تعول في بناء اقتصادها على الترفيه الرقمي بشتى صورته وترصد له أموالاً طائلة وموارد متنوعة إيماناً منها بجدوى الاستثمار في هذا المجال والعائدات التي يدرها، ويعتبر قطاع الترفيه الرقمي من أسرع القطاعات نمواً على الصعيد العالمي فقد ارتفعت إيرادات قطاع وسائط الترفيه بما يقارب الضعف خلال أربع سنوات فقط إذ سجلت 546.7 مليار دولار عام 2022 مقارنة بنحو 295.8 مليار دولار عام 2018 ووصلت نهاية 2023 إلى 627.6 مليار دولار.

وفيما يخص الدول الأعلى من حيث قيمة السوق، تصدر الولايات المتحدة والصين واليابان السوق العالمية لصناعة الوسائط الترفيهية؛ حيث تستحوذ أمريكا على المركز الأول بأعلى إيرادات لسوق الوسائط الرقمية على مدار الأعوام الماضية إذ بلغ حجم إيراداتها 175.6 مليار دولار عام 2022 بما يمثل 31.4% من إجمالي الإيرادات العالمية للسوق، وفي المركز الثاني تأتي الصين التي سجل سوق الوسائط الرقمية بها نحو 124.4 مليار دولار في عام 2022 وتليها في المركز الثالث اليابان بحجم إيرادات وصل نحو 76.1 مليار دولار من نفس العام. (وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، 2023، ص18-19).

### 3. منهجية الدراسة:

#### 1.3 المنهج المستخدم في الدراسة:

في هذه الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي باعتباره من المناهج الأكثر ملائمة مع موضوع دراستنا، وقد اعتمدنا في الدراسة على المزج بين المنهج الكمي والكيفي في تحليل البيانات والمعطيات.

#### 2.3 الأدوات:

تم الاعتماد على استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات ودعمها بمقابلات نصف موجهة مع ممثلي بعض جمعيات المجتمع المدني وممثلين بمديرية الشباب والرياضة ومسؤولين بدور الشباب ومنتخبي المجالس الشعبية البلدية لمجال الدراسة المدينة الجديدة "علي منجلي"، كما اعتمدنا على أداة الملاحظة العلمية.

#### 3.3 عينة الدراسة:

قدر حجم العينة بـ 329 مفردة من الشباب المتمدرس في الطور الثانوي بالمدينة الجديدة "علي منجلي قسنطينة" وقد تم اختيارها مجالياً؛ فمن مجموع 15 ثانوية بالمدينة الجديدة علي منجلي، حيث تم اختيار 5 ثانويات موزعين عبر وحدات جوارية مختلفة من المدينة الجديدة علي منجلي (شمال-جنوب-شرق-غرب-وسط المدينة)، وباختيار نسبة 10 بالمئة من مجموع التلاميذ وفقاً للمستوى الدراسي وعدد التلاميذ في الفوج التربوية قدر حجم العينة من كل الثانويات المراد دراستها 347 مفردة كالتالي:

1. ثانوية "بوهالي السعيد": حجم العينة 87 مفردة.

2. ثانوية "كاتب ياسين": حجم العينة 89 مفردة.

3. ثانوية "بولشفار حسين": حجم العينة 61 مفردة.

4. ثانوية "لخضر ميرود": حجم العينة 71 مفردة.

5. ثانوية "المجاهد سلطاني العيد": حجم العينة 39 مفردة.

### 4.3 مجالات الدراسة:

#### 1.4.3: المجال الزمني للدراسة:

الدراسة الميدانية تم الشروع فيها انطلاقا من تاريخ 08 ماي الى غاية 15 ماي 2022، وتواصلت عملية جمع الاستمارات الى غاية نهاية شهر ماي 2022.

#### 2.4.3: المجال المكاني:

1.المجال العام: قمنا بإجراء هذه الدراسة بالمدينة الجديدة "علي منجلي" بقسنطينة باعتبارها le territoire للدراسة.

2.المجال الخاص: تمثل كما أشرنا في 05 ثانويات من ثانويات المدينة الجديدة "علي منجلي" بقسنطينة.

#### 4. عرض وتحليل البيانات المتعلقة بتساؤل المداخلة:

نستعرض فيما يلي بعض مخرجات الدراسة الميدانية المنجزة في إطار مشروع البحث المؤسسي المعنون ب: فضاءات التسلية وشغل أوقات الفراغ لدى الشباب في المدينة الجديدة "علي منجلي". ذات الصلة بتساؤل المداخلة المثار: ماهي تأثيرات ممارسة الترفيه عبر وسائط التواصل الاجتماعي لشباب المدينة المتمدرس على جودة علاقاتهم الاسرية؟

تقدم المخرجات ذات الصلة في شكل جداول توزيع مرفقة بتحليل لتلك المعطيات الإحصائية المستنبطة كنتائج لأداة الاستبيان والمتعلقة بعينة الدراسة

جدول رقم 01: توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس:

| Cumulative Percent | Valid Percent | Percent | Frequency |         |       |
|--------------------|---------------|---------|-----------|---------|-------|
| 47,4               | 47,4          | 47,4    | 156       | ذكر     | Valid |
| 100,0              | 52,6          | 52,6    | 173       | انثى    |       |
|                    | 100,0         | 100,0   | 329       | المجموع |       |

من خلال الجدول 01 يتضح ان نسبة تلاميذ الطور الثانوي الاناث الذين شملتهم أداة الدراسة والبالغ عددهن 173 مفردة كانت أكبر من جنس الذكور البالغ عددهم 156 مفردة، وتكونت العينة من 329 مفردة شكل جنس الاناث منها (52.6%) بينما شكل جنس الذكور (47.4%) من المجموع.

يمثل متغير الجنس هنا عنصرا مهما في التحليل يسمح باستنتاج الفروقات بين الجنسين في الممارسات والتصورات المرتبطة بموضوع التسلية والترفيه وشغل أوقات الفراغ، كما يسمح بصياغة نتائج تميز بين الجنسين.

جدول رقم 02: يبين توزيع افراد العينة وفقا للمستوى التعليمي في مقابل الجنس

| المجموع | الجنس  |        |                |                 |                     |
|---------|--------|--------|----------------|-----------------|---------------------|
|         | انثى   | ذكر    |                |                 |                     |
| 120     | 75     | 45     | التكرار        | سنة اولى ثانوي  | المستوى<br>التعليمي |
| 36,5%   | 43,4%  | 28,8%  | الجنس % within |                 |                     |
| 36,5%   | 22,8%  | 13,7%  | المجموع % of   |                 |                     |
| 91      | 52     | 39     | التكرار        | سنة ثانية ثانوي |                     |
| 27,7%   | 30,1%  | 25,0%  | الجنس % within |                 |                     |
| 27,7%   | 15,8%  | 11,9%  | المجموع % of   |                 |                     |
| 118     | 46     | 72     | التكرار        | سنة ثالثة ثانوي |                     |
| 35,9%   | 26,6%  | 46,2%  | الجنس % within |                 |                     |
| 35,9%   | 14,0%  | 21,9%  | المجموع % of   |                 |                     |
| 329     | 173    | 156    | التكرار        | المجموع         |                     |
| 100,0%  | 100,0% | 100,0% | الجنس % within |                 |                     |
| 100,0%  | 52,6%  | 47,4%  | المجموع % of   |                 |                     |

أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي لأفراد العينة فقد تبين أن نسبة الذين هم في السنة الاولى ثانوي 36,5% (13,7% ذكور و 22.8 % اناث)، و السنة الثانية 27.7% (11.9% ذكور و 15.8% اناث) و بلغ نسبة من هم في السنة الثالثة ثانوي 35.9% (21.9% ذكور و 14% اناث)



جدول رقم 03: يبين توزيع افراد العينة حسب نشاطاتهم خلال اوقات الفراغ

من خلال نتائج الجدول رقم 03 والذي يبين كيفية قضاء الشباب المبحوث لأوقات

| عدد ساعات ممارسة النشاط |    |             |    |              |    |              |    |                    |    |             |    |   | البند |                       |
|-------------------------|----|-------------|----|--------------|----|--------------|----|--------------------|----|-------------|----|---|-------|-----------------------|
| لا أفعل شيئا            |    | أكثر من ذلك |    | من 4 الى 5 س |    | من 3 الى 4 س |    | من ساعة الى ساعتين |    | أقل من ساعة |    |   |       |                       |
| 12.77                   | 42 | 0.30        | 1  | 0.00         | 0  | 0.91         | 3  | 6.38               | 21 | 26.75       | 88 | % | ذكور  | مشاهدة التلفاز        |
| 13.07                   | 43 | 2.74        | 9  | 1.52         | 5  | 2.74         | 9  | 9.73               | 32 | 22.80       | 75 | % | إناث  |                       |
| 9.73                    | 32 | 5.17        | 17 | 1.82         | 6  | 5.17         | 17 | 12.16              | 40 | 13.37       | 44 | % | ذكور  | الجلوس مع العائلة     |
| 10.33                   | 34 | 11.85       | 39 | 3.04         | 10 | 6.38         | 21 | 11.25              | 37 | 9.73        | 32 | % | إناث  |                       |
| 7.29                    | 24 | 16.41       | 54 | 5.47         | 18 | 7.90         | 26 | 6.99               | 23 | 3.34        | 11 | % | ذكور  | استخدام الهاتف النقال |
| 9.73                    | 32 | 16.11       | 53 | 7.90         | 26 | 8.81         | 29 | 6.38               | 21 | 3.65        | 12 | % | إناث  |                       |
| 8.81                    | 29 | 16.11       | 53 | 6.08         | 20 | 5.78         | 19 | 6.99               | 23 | 3.65        | 12 | % | ذكور  | تصفح الانترنت         |
| 12.16                   | 40 | 13.37       | 44 | 5.78         | 19 | 6.99         | 23 | 8.51               | 28 | 5.78        | 19 | % | إناث  |                       |
| 10.94                   | 36 | 8.21        | 27 | 3.95         | 13 | 5.17         | 17 | 8.51               | 28 | 10.64       | 35 | % | ذكور  | ممارسة ألعاب الفيديو  |
| 20.36                   | 67 | 3.04        | 10 | 0.00         | 0  | 0.91         | 3  | 5.17               | 17 | 22.19       | 73 | % | إناث  |                       |
| 15.50                   | 51 | 0.61        | 2  | 1.22         | 4  | 1.82         | 6  | 7.90               | 26 | 20.06       | 66 | % | ذكور  | المطالعة              |
| 13.98                   | 46 | 1.22        | 4  | 1.82         | 6  | 4.26         | 14 | 12.16              | 40 | 19.15       | 63 | % | إناث  |                       |
| 11.25                   | 37 | 6.08        | 20 | 3.65         | 12 | 3.95         | 13 | 5.47               | 18 | 17.02       | 56 | % | ذكور  | موسيقى                |
| 14.29                   | 47 | 7.29        | 24 | 3.95         | 13 | 3.65         | 12 | 8.81               | 29 | 14.29       | 47 | % | إناث  |                       |
| 8.51                    | 28 | 1.82        | 6  | 4.86         | 16 | 9.12         | 30 | 15.81              | 52 | 7.29        | 24 | % | ذكور  | مراجعة الدروس         |
| 10.33                   | 34 | 8.21        | 27 | 10.94        | 36 | 7.29         | 24 | 12.77              | 42 | 3.04        | 10 | % | إناث  |                       |

الفراغ داخل المنزل والحجم الساعي لكل نشاط نجد ان 49.55 % من أفراد العينة يشاهدون التلفاز لأقل من ساعة في اليوم (26.75 % ذكور - 22.80 % إناث)،

بينما وينسب ضئيلة جدا افاد البعض أنهم يقضون أوقات من ساعتين الى أربع وأكثر من ذلك في مشاهدة التلفاز، وبالتالي نستنتج ان مشاهدة التلفاز لا تأخذ حيزا كبيرا من اوقات الفراغ لدى الفئة المبحوثة.

بينما أفاد ما نسبته 23.1% انهم يقضون أقل من ساعة في الجلوس مع العائلة (9.73% اناث -13.37% ذكور) و مانسبته 23.41% أفادوا انهم يقضون من ساعة الى ساعتين في الجلوس مع العائلة (12.16% ذكور 11.25% اناث). وبالرغم من أهمية هذا البعد في العلاقات الاسرية ، وهو جلوس الابناء مع أفراد العائلة الا أن عدد ساعات الجلوس مع العائلة تتجه نحو التقلص مع وجود اختلاف بين الذكور والاناث (5.17% ذكور-11.85% اناث) اذ تبين ان الاناث أكثر جلوسا مع العائلة من 4 ساعات فأكثر، بحكم انهن أقل خروجا ربما من الذكور الذين يقضون أوقاتا كبيرة في الشارع وفي اللعب والجلوس مع الاصدقاء.

ومن نتائج الجدول أعلاه تبين أن الاغلبية من المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال في قضاء وقت الفراغ داخل البيت، ولكن ما نلاحظه ان ما نسبته 27.52% أفادوا انهم يستخدمون الهاتف النقال لأكثر من خمس ساعات (16.41% ذكور-16.11 اناث) وهي اجابة تكشف حقيقة ان الهاتف النقال يأخذ أوقات كبيرة مقارنة بالممارسات والانشطة الاجتماعية، وهي نفس الملاحظة بالنسبة لتصفح الانترنت اذ نجد أن ما نسبته 29.48% تصفح الانترنت من لأكثر من خمس ساعات (16.11% ذكور-13.37% اناث).

ايضا ممارسة العاب الفيديو كانت لها نصيب من الانشطة الممارسة داخل المنزل لدى افراد عينة اذا يمارسها ما نسبته 32.83 % لأقل من ساعة (10.64 ذكور- 22.19 اناث) مع ملاحظة فرق في عدد ساعات اللعب عند الذكور لأكثر من خمس ساعات مقارنة مع الاناث.

أما بالنسبة للمطالعة فلم تأخذ حيزا من اوقات افراد العينة اذ نجد ان 39.21 % يمارسها لأقل من ساعة (20.06 % ذكور- 19.15 %)، وما نسبته 31.31 % أفادوا انهم يفضلون سماع الموسيقى لأقل من ساعة (17.02 ذكور - 14.29 اناث).

جدول رقم 04: يوضح عدد الممارسين لألعاب الفيديو من اجمالي افراد العينة:

| Cases   |     |         |   |         |     |                      |
|---------|-----|---------|---|---------|-----|----------------------|
| المجموع |     | Missing |   | Valid   |     |                      |
| Percent | N   | Percent | N | Percent | N   |                      |
| 100,0%  | 329 | 2,1%    | 7 | 97,9%   | 322 | ممارسة العاب الفيديو |

يتضح من خلال الجدول 04 أن اغلبية افراد العينة (97.9%) من العينة ومن كلا الجنسين يقرون بممارسة الألعاب الالكترونية عبر أدوات ووسائط سيتم تحديدها في تحليل الجدول المقبل.

جدول رقم 05: يبين توزيع جنس افراد العينة حسب متغير أدوات ممارسة ألعاب الفيديو

| المجموع | الجنس |       |                |                                 |                                         |
|---------|-------|-------|----------------|---------------------------------|-----------------------------------------|
|         | انثى  | ذكر   |                |                                 |                                         |
| 186     | 104   | 82    | التكرار        | الهاتف النقال                   | أدوات ممارسة ألعاب الفيديو <sup>a</sup> |
|         | 62,3% | 52,9% | within % الجنس |                                 |                                         |
| 57,8%   | 32,3% | 25,5% | of % المجموع   |                                 |                                         |
| 66      | 22    | 44    | التكرار        | بلاي ستيشن او اكس بوكس في البيت |                                         |
|         | 13,2% | 28,4% | within % الجنس |                                 |                                         |
| 20,5%   | 6,8%  | 13,7% | of % المجموع   |                                 |                                         |
| 28      | 1     | 27    | التكرار        | التوجه الى قاعة ألعاب           |                                         |
|         | ,6%   | 17,4% | within % الجنس |                                 |                                         |
| 8,7%    | ,3%   | 8,4%  | of % المجموع   |                                 |                                         |
| 36      | 13    | 23    | التكرار        | فضاء انترنت                     |                                         |
|         | 7,8%  | 14,8% | within % الجنس |                                 |                                         |
| 11,2%   | 4,0%  | 7,1%  | of % المجموع   |                                 |                                         |
| 46      | 34    | 12    | التكرار        | دون اجابة                       |                                         |
|         | 20,4% | 7,7%  | within % الجنس |                                 |                                         |
| 14,3%   | 10,6% | 3,7%  | of % المجموع   |                                 |                                         |
| 322     | 167   | 155   | التكرار        | المجموع                         |                                         |
| 100,0%  | 51,9% | 48,1% | of % المجموع   |                                 |                                         |

يمثل الجدول أعلاه توزيع جنس افراد العينة حسب متغير أدوات ممارسة ألعاب الفيديو؛ ويتضح من خلال الجدول ان الاغلبية يستخدمون جهاز الهاتف النقال في المرتبة الاولى بنسبة 57.8% (25,5% ذكور - 32,3% اناث) ويأتي في المرتبة الثانية استخدام جهازا الاكس بوكس والبلاي ستايشن في المنزل بنسبة 20.5% (13,7% ذكور - 6,8% اناث)، ثم فضاء الانترنت بنسبة 11.2% من العينة (7,1% ذكور - 4,0% اناث)، بينما يفضل البعض التوجه لقاعة ألعاب بنسبة 8.7% من مجموع الممارسين.

ويمكن تفسير كون الهاتف النقال الذكي خاصة هو الأكثر استخداما كوسيلة لممارسة الألعاب الالكترونية لدى الجنسين بتلك المزايا الذكية التي تتوفر عليها جهاز الهاتف اين يمكن حمله حيثما أراد المستخدم، ويمكن كذلك تحميله بالكثير من الألعاب الالكترونية بصفة مجانية، كما يضمن إمكانية اللعب عبر الخط إذا ما كان متصلا بالانترنت ومن أي مكان يتوفر على تغطية شبكة الانترنت. فالكثير من الخصائص جعلت من الهاتف النقال الذكي الجهاز الأكثر استخداما لدى الشباب عامة وتلاميذ عينة الدراسة خاصة.

كذلك تعتبر أجهزة البلاي ستايشن والاكس بوكس وسائط ذات اقبال كبير من طرف الممارسين للألعاب الإلكترونية لتوفرها على مزايا وخصائص انفردت بها وصنعت الفارق في مقابل باقي الوسائط على غرار: كبر الشاشة، وضوح الصورة، مشاهد تحاكي الواقع، إمكانية اللعب الثنائي حضوريا خاصة كرة القدم التنس....، توفر قائمة كبيرة من الألعاب المناسبة لمختلف الفئات

خاصة الشباب، إضافة الى مزايا أخرى عديدة اهلتها لان تكون في المقدمة، وما يمكن ملاحظته من خلال الجدول ان نسبة الذكور الممارسين للألعاب الالكترونية عبر الواسطتين هي ضعف نسبة الاناث وهو ما يمكن ربطه بإقبال الذكور على ممارسة كرة القدم ثنائيا والعاب الاكشن والمغامرات التي توفرها المنصتان بخلاف الاناث اللاتي يفضلن الألعاب الاجتماعية والترفيه من خلال المسلسلات الأجنبية والرسوم المتحركة كما أفادت الجداول السابقة.

كما نلاحظ من خلال الجدول ان جنس الذكور من عينة الدراسة الممارسين للألعاب الالكترونية هم الأكثر اقبالا على فضاءات الانترنت وقاعات الألعاب بهدف اللعب الجماعي كما أشرنا سابقا ولكونهما يمنحان هامشا اكبر من الحرية للشباب مقارنة بالممارسة المنزلية.

كما قد يختار افراد العينة أكثر من وسيلة في نفس الوقت يمارسون بواسطتها العاب الفيديو لكن تبقى الاسبقية للتكرارات الأكبر.

جدول رقم 06: يوضح عدد افراد العينة المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي:

| Cases   |     |         |   |         |     | استخدام<br>شبكات<br>التواصل |
|---------|-----|---------|---|---------|-----|-----------------------------|
| المجموع |     | Missing |   | Valid   |     |                             |
| Percent | N   | Percent | N | Percent | N   |                             |
| 100,0%  | 329 | 2,1%    | 7 | 97,9%   | 322 |                             |

يوضح الجدول 06 عدد افراد العينة المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي ويتضح ان غالبية عينة الدراسة من تلاميذ الطور الثانوي يستخدمون شبكات

التواصل الاجتماعي والملاحظ ان نسبة المستخدمين تتماثل ونسبة الممارسين للألعاب الالكترونية وهو ما يمكن ربطه بتوفر جل التلاميذ عينة الدراسة على هواتف ذكية تسمح لهم باللعب تارة والتواصل الاجتماعي تارة أخرى.

جدول رقم 07: يوضح توزيع جنس افراد العينة حسب متغير شبكة التواصل الاجتماعي المستخدمة

| المجموع | الجنس |       |                |            |                                   |
|---------|-------|-------|----------------|------------|-----------------------------------|
|         | انثى  | ذكر   |                |            |                                   |
| 284     | 146   | 138   | التكرار        | الانستغرام | شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة |
|         | 84,4% | 89,0% | within % الجنس |            |                                   |
| 86,6%   | 44,5% | 42,1% | of % المجموع   |            |                                   |
| 245     | 121   | 124   | التكرار        | الفيسبوك   |                                   |
|         | 69,9% | 80,0% | within % الجنس |            |                                   |
| 74,7%   | 36,9% | 37,8% | of % المجموع   |            |                                   |
| 220     | 107   | 113   | التكرار        | التيك توك  |                                   |
|         | 61,8% | 72,9% | within % الجنس |            |                                   |
| 67,1%   | 32,6% | 34,5% | of % المجموع   |            |                                   |
| 76      | 35    | 41    | التكرار        | تويتر      |                                   |
|         | 20,2% | 26,5% | within % الجنس |            |                                   |

|        |       |       |                |           |
|--------|-------|-------|----------------|-----------|
| 23,2%  | 10,7% | 12,5% | % of المجموع   |           |
| 99     | 51    | 48    | التكرار        | واتساب    |
|        | 29,5% | 31,0% | % within الجنس |           |
| 30,2%  | 15,5% | 14,6% | % of المجموع   |           |
| 119    | 69    | 50    | التكرار        | فيسر      |
|        | 39,9% | 32,3% | % within الجنس |           |
| 36,3%  | 21,0% | 15,2% | % of المجموع   |           |
| 292    | 151   | 141   | التكرار        | اليوتيوب  |
|        | 87,3% | 91,0% | % within الجنس |           |
| 89,0%  | 46,0% | 43,0% | % of المجموع   |           |
| 6      | 4     | 2     | التكرار        | دون اجابة |
|        | 2,3%  | 1,3%  | % within الجنس |           |
| 1,8%   | 1,2%  | ,6%   | % of المجموع   |           |
| 328    | 173   | 155   | التكرار        | المجموع   |
| 100,0% | 52,7% | 47,3% | % of المجموع   |           |

يوضح الجدول 07 توزيع جنس افراد العينة حسب متغير شبكة التواصل الاجتماعي المستخدمة أن الاغلبية تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي وتبرز في المقدمة شبكة "اليوتيوب" كأول قبلة لمستخدمي شبكات التواصل من عينة الدراسة وبنسبتين مقاربتين بين الجنسين (42.86% ذكور - 45.90% اناث)، ثم تليها على التوالي

استخدام افراد العينة لشبكة "الانستغرام"، "الفايسبوك" و "التيك توك"، ثم تقل النسب في استخدام شبكات "الفيبر"، "الواتس آب" و "تويتر" وبنسب متقاربة جدا بين الجنسين.

ويمكن تفسير تصدر اليوتيوب لشبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما لدى شباب عينة الدراسة من الجنسين بكونه يعتبر المنصة العالمية الوحيدة التي توفر مجانيا مجموعة هائلة من الفيديوهات باختلاف اشكالها: أغاني، أفلام، اشرطة، تقارير...، كما سمحت التحديثات الأخيرة للمنصة بإمكانية الدردشة من خلاله وارسال الصور والفيديوهات ومشاركة الروابط المختلفة.

كما تتوفر باقي التطبيقات على مزايا مختلفة سمحت بتصدرها القائمة فبالإضافة إلى إمكانية المحادثات النصية والمكالمات المرئية تعمل شركات تطوير هذه التطبيقات بصفة دورية على ادخال تعديلات تهدف الى عصنة التواصل الاجتماعي. ويعرف سوق هذه التطبيقات تنافسا شرسا بين المطورين الذين يسعون الى الهيمنة واستقطاب أكبر عدد من المستخدمين بمن فيهم الشباب عينة الدراسة، فتطبيقات التواصل الاجتماعي في عمومها مجانية الانتساب وحتى الخدمات التي توفرها في مجملها لا تتطلب اشتراكات شهرية او سنوية، كما ان عملية الانتساب لها سهولة وسلسة.

باعتبار الجدول متعدد الإجابات قد يستخدم المبحوث أكثر من تطبيق في نفس الهاتف او باستخدام وسائط اخرى لكن تبقي الاسبقية للأكثر تكرارا.

من خلال ربط جدول الاستخدامات بجدول مدة استخدام هذه التطبيقات نجد ان الغالبية من افراد العينة يقرون باستخدام التطبيقات الثلاث الأولى (يوتيوب، انستغرام، الفايسبوك) بمدة تقدر من ساعة الى ساعتين في اليوم كما يلي:

- 34.05% من كلا الجنسين يقضون من ساعة الى ساعتين يوميا على تطبيق يوتيوب (16.72 % ذكور - 17.33% اناث)، بينما افاد ما نسبته 11.25 % من الذكور أنهم يقضون أكثر من أربع ساعات

- 31.31% من كلا الجنسين يقضون من ساعة الى ساعتين يوميا على تطبيق انستغرام (18.24 % ذكور - 13.07% اناث)، مع ملاحظة زيادة ساعات الاستخدام لأكثر من 4 ساعات لدى كلا الجنسين (13.68% ذكور - 15.20 % اناث).

- 32.83% من كلا الجنسين يقضون من ساعة الى ساعتين يوميا على تطبيق الفايسبوك ( 20.67 % ذكور - 12.16 % اناث). مع ملاحظة فرق في الاستخدام بين الجنسين لأكثر من أربع ساعات لصالح الذكور بنسبة 10.33% في حين نجد ان 72.04% من مستخدمي شبكات التواصل يقرون بأنهم لا يستخدمون ابدا تطبيق تويتر، وما نسبته 65.65% من المستخدمين نقر بأنها لا تستخدم ابدا تطبيق الواتس آب.

جدول رقم 08: توزيع جنس افراد العينة حسب متغير اجابتهن عن السؤال: مع من تقضي وقت فراغك؟

| المجموع | الجنس |       |                |                  |                                    |  |
|---------|-------|-------|----------------|------------------|------------------------------------|--|
|         | انثى  | ذكر   |                |                  |                                    |  |
| 44      | 19    | 25    | التكرار        | بمفردك           | مع من تقضي وقت الفراغ <sup>a</sup> |  |
|         | 11,0% | 16,0% | within % الجنس |                  |                                    |  |
| 13,4%   | 5,8%  | 7,6%  | of % المجموع   |                  |                                    |  |
| 185     | 67    | 118   | التكرار        | مع الأصدقاء      |                                    |  |
|         | 38,7% | 75,6% | within % الجنس |                  |                                    |  |
| 56,2%   | 20,4% | 35,9% | of % المجموع   |                  |                                    |  |
| 69      | 66    | 3     | التكرار        | مع أفراد العائلة |                                    |  |
|         | 38,2% | 1,9%  | within % الجنس |                  |                                    |  |
| 21,0%   | 20,1% | ,9%   | of % المجموع   |                  |                                    |  |
| 60      | 44    | 16    | التكرار        | دون اجابة        |                                    |  |
|         | 25,4% | 10,3% | within % الجنس |                  |                                    |  |
| 18,2%   | 13,4% | 4,9%  | of % المجموع   |                  |                                    |  |
| 329     | 173   | 156   | التكرار        | المجموع          |                                    |  |
| 100,0%  | 52,6% | 47,4% | of % المجموع   |                  |                                    |  |

من خلال الجدول 08 الذي يمثل توزيع جنس افراد العينة حسب متغير اجابتهن عن السؤال: مع من تقضي وقت فراغك؟: يتضح ان الغالبية من تلاميذ الطور الثانوي عينة الدراسة يقضون وقت فراغهم مع اصدقائهم وبأغلبية من جنس الذكور الذين يفضلون كما ابانت الجداول السابقة قضاء وقت الفراغ خارج المنزل، في حين تقل 69 مفردة من المجموع قضاء وقت فراغها مع العائلة وبأغلبية من جنس الاناث اللاتي يفضلن ملازمة بيوتهن والتواصل مع افراد العائلة او الاسرة. كما يفضل افراد من العينة قضاء وقت فراغهم بمفردهم وينسب متقاربة بين الجنسين.

## 5. استخلاص النتائج:

من خلال عرض بعض نتائج الدراسة والمتعلقة أساسا بسؤال المداخلة تتضح لنا المكانة التي باتت تحتلها شبكات التواصل الاجتماعي ووسائلها في حياتنا الاجتماعية وذلك الاقبال الكبير من قبل الشباب (المراهق) لهذه الشبكات الافتراضية وحلولها كبداية في عملية التفاعل الاجتماعي المباشر.

تعيش أسر اليوم هذا التغير خاصة على مستوي شبكة العلاقات الاسرية وممارسات الترفيه وشغل أوقات الفراغ لدى الأبناء؛ فسابقا كان الابناء يمارسون الترفيه بطرق تقليدية ومن خلال العاب تشاركية داخل المنزل أو خارجه، وكان للأسرة دائما القدرة على السيطرة والمراقبة، لكن اليوم ومع ظهور الهواتف الذكية والعباب الفيديو والمنصات الرقمية حل الترفيه الرقمي محل الترفيه التقليدي واصبح الخطر الذي تواجهه الاسرة هو عدم القدرة على السيطرة على الأبناء ومراقبة مضامين ممارساتهم فتراجعت بذلك الرقابة الابوية وقل التفاعل الاسري، فطفت بذلك إلى السطح مناقشات علمية حول اشكالية غياب الحوار الاسري بين الاباء

والابناء و مشكلات الانحراف المنتشرة في اوساط الشباب، وهذه الحقيقة تتجه نحو التوسع في غياب معالجة علمية للتغير الحاصل في الاسر وعلى مستوى العلاقات.

وبالتالي فإن قضاء الابناء أوقاتا أكبر مع أفراد الأسرة من شأنه ان يقوي الروابط ويوطد العلاقات ويفتح أبواب الحوار الاسري، ويمكن الآباء من مناقشة متطلبات ابناءهم والتحاور في المشكلات التي قد يقعون فيها خاصة في فترة المراهقة والتي يحتاج فيها كل من الابن أو البنت الدعم والمرافقة الاسرية.

في دراستنا نعتبر إشكالية كيفية قضاء أوقات الفراغ لدى أفراد العينة من اهم التساؤلات التي يمكن من خلالها معرفة نوع النشاطات الممارسة داخل الأسرة وتأثيراتها على جودة العلاقات والتفاعلات الأسرية، وبالنظر الى التغيرات المتسارعة التي شهدتها المجتمع والطفرة التكنولوجية وظهور وسائل التواصل الاجتماعي و الشبكات الافتراضية أصبحت قضية العلاقات داخل الأسرة تواجه تحد كبير في ظل هذا التحول ودخول العصر الرقمي، و قد بينت العديد من الدراسات ان نمط العلاقات الاسرية قد تأثر فعلا واتسعت الهوة ما بين الاجيال، وتراجع التفاعل ما بين الآباء والابناء في بعدها الافقي (أبن -أب ، بنت-أم)، والعلاقات العمودية (أخوة -أقارب) ولهذا التغير العديد من الأسباب والعوامل ولكن من أبرزها الانتشار الأوسع للترفيه الرقمي واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي واستحواذها على قدر كبير من أوقاتنا الاجتماعية، ولذا فالبحث عن تلك الأنشطة وممارسات الشباب داخل المنزل كما بين الجدول اعلاه من شأنه أن يبين كيف يقضي الشباب وقته وما هو تأثيرها على العلاقات الاسرية.

ومن خلال مخرجات الدراسة الميدانية تبين أن الاغلبية من المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال في قضاء وقت الفراغ داخل البيت، و ما نلاحظه ان ما نسبته 27.52 % أفادوا انهم يستخدمون الهاتف النقال لأكثر من خمس ساعات وهي اجابة تكشف حقيقة ان الهاتف النقال يأخذ أوقات كبيرة مقارنة بالممارسات والانشطة الاجتماعية، وهي نفس الملاحظة التي يمكن اسقاطها على تصفح الانترنت؛ اذ نجد أن ما نسبته 29.48 % من العينة تتصفح الانترنت لأكثر من خمس ساعات في اليوم، كذلك ممارسة العاب الفيديو كانت لها نصيب من الانشطة الممارسة داخل المنزل لدى افراد اعينة اذا يمارسها ما نسبته 32.83 % لأقل من ساعة وينسب اكثر لدى الاناث مع ملاحظة فرق في عدد ساعات اللعب عند الذكور لأكثر من خمس ساعات مقارنة مع الاناث.

أما بالنسبة للمطالعة فلم تأخذ حيزا كبيرا من اوقات افراد العينة اذ نجد ان ما نسبته 39.21 % يمارسونها لأقل من ساعة وما نسبته 31.31 % أفادوا انهم يفضلون سماع الموسيقى لأقل من ساعة.

وبالرغم من الشعور بالترفيه الذي تلبيه بعض الوسائط الاجتماعية والألعاب هناك قلق لدى بعض الآباء بشأن محتوى بعض الألعاب الالكترونية وفي حين أنها تقدم العديد من الفوائد، مثل تطوير القدرة على التواصل مع لاعبين آخرين خاصة الأجانب وتوسيع شبكة العلاقات إلا أن لها أيضًا عيوبًا بما في ذلك احتمال الإدمان ومشاكل الصحة العقلية وأخرى. ومع استمرار تطور الألعاب الرقمية وانتشارها من المهم للممارسين وأولياء الأمور وصانعي السياسات أن يكونوا على دراية بالفوائد والمخاطر المرتبطة بهذا النوع من الترفيه... كإهمال المسؤوليات مثل:

المدرسة أو العمل، الإدمان والعديد من مشاكل الصحة العقلية، والانحرافات الجنسية). (Karun. S and Chandra .R.2023)

تبين الدراسة أيضا أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على اختلافها (يوتيوب، انستغرام، فايسبوك) تزايد مقارنة بعدد الساعات -أكثر من 4 ساعات في اليوم- مع العائلة أو المطالعة أو مراجعة الدروس. كما يفضل المبحوثون خاصة من جنس الذكور قضاء وقت الفراغ مع اصدقائهم، بدلا من أفراد العائلة وهذا دليل على التغير الحاصل في مستوى العلاقة الاسرية بين الأبناء والآباء.

#### خاتمة:

إن مستخدمي تكنولوجيا المعلومات في تلبية حاجة الترفيه بالعالم يسجلون بينهم معدلات تفاعل اسري منخفضة تتجه نحو السلب مع تزايد وقت الاستخدام وهو ما تعززه نتائج دراسات ميدانية عدة على غرار دراسة "ساندرز وزملاؤه" حول افراط استخدام الانترنت وعلاقته بانتشار حالات الاكتئاب والعزلة الاجتماعية مطلع الألفية الحادي والعشرون.

وما تكشف عنه دراستنا الميدانية من توجه الشباب وخاصة فئة المراهقين نحو الترفيه الرقمي وتزايد وقتهم المنقض في ذلك يطرح لا محال حقيقة تأكل وقت التفاعل مع الأسرة وانحصاره في مناسبات معينة ومواقف حتمية وهو ما يؤثر حتما على جودة علاقتهم الاسرية خاصة مع الوالدين والتي قوامها الحوار وتبادل الانشغالات والتعبير عن المشاعر والمواقف والسلوكيات.

ومع احتلال الترفيه الرقمي حصة الأسد من وقت فراغ الشباب باستخدام مختلف وسائط التواصل الاجتماعي تلاشت شيئاً فشيئاً صور التفاعل داخل الأسرة وامتازت العلاقة بالفتور تارة والسطحية تارة أخرى فتراجع بذلك دور الأولياء خاصة في تلقين أبنائهم مبادئ التنشئة الاجتماعية السوية وانصهر الكل في قالب العولمة وما نلاحظه من سلوكيات دخيلة وممارسات لا تمت بصلة لمجتمعنا خير دليل على عملية تغير اجتماعي تجاوزت المحلي وشملت العالم بأسره.

### قائمة المراجع:

الكتاني مسعود. مصطفى. (1990). علم السياحة والمنزهات. جامعة الموصل. دار الحكمة.

إحسان محمد. حسن. (2009). علم اجتماع الفراغ. ط2. عمان. دار وائل للنشر.

وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات تقرير عن الترفيه الرقمي. (2023). السعودية. مركز استشراف التقنية.

ابن منظور. لسان العرب. دراسات العربي. بيروت، د.ت.

ميلسون. فرد. (2007). الشباب في مجتمع متغير. ترجمة مرسى عبد بدر يحي. الإسكندرية. دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر..

محمد سيد. فهمي، أمل محمد. سلامة. (2012). إدارة الازمة مع الشباب. الإسكندرية. المكتب الجامعي الحديث.

لولي. ح. (2016). الشباب قراءة في مقارباته وخصائصه. المربي، 19(1)، 52-73.  
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/111994>

عبد الهادي. الجوهري. (1997). أصول علم الاجتماع. القاهرة. مصر. مكتبة نهضة الشروق.

محمد عاطف. غيث.(1967). دراسات في علم الاجتماع القروي. بيروت. دار النهضة العربية.

Social media – Statistics & Facts

<https://www.statista.com> view le 01/06/2024

. View le 03/06/2024.[www.dictionary.cambridge.org](http://www.dictionary.cambridge.org)

،MATTHEW. H. "What Is Social Media?». (2024)

.view 03/06/2024 [www.thebalancesmb.com](http://www.thebalancesmb.com)

جريدة الوطن . 22 يونيو 2021. "منصات الترفيه الرقمي (نموذج أعمال

جديد ... وجه آخر للاقتصاد الرقمي)". شوهده في: 2024/06/04.

<https://alwatan.ae/posts/810008>

الجزيرة نت. 21/7/2023. "أكثر من 60% من سكان العالم يستخدمون

وسائل التواصل الاجتماعي". شوهده في: 2024/06/04.

[/https://www.aljazeera.net](https://www.aljazeera.net)

Karun.S. Chandra.R.(2023). The digital gaming revolution: an analysis of current trends, issues, and prospects. Russian Law Journal, 11(1):18-29. DOI:10.52783/rlj.v11i1.288