



## واقع المنصات الرقمية الناشئة لإنتاج المحتوى المرئي في اليمن

### «دراسة حالة لمنصة (ناس عدن)»

سحر محمد أحمد علي\*

#### الملخص

تهدف الدراسة إلى الكشف عن واقع المنصات الرقمية الناشئة لإنتاج المحتوى المرئي في اليمن، من خلال دراسة حالة منصة (ناس عدن)، وتعتمد المنهجية على دراسة الحالة، من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع أربعة من القائمين على المنصة، وتحليل مضمون (٤٨) مقطع فيديو، و(٢٤) منشور كاروسيل على (إنستجرام)، خلال الفترة من أكتوبر ٢٠٢٠ حتى أبريل ٢٠٢٥، وكشفت النتائج أن المنصة تطورت تدريجياً من مبادرة شبابية إلى منصة رقمية ناشئة في ظل ظروف سياسية وأمنية معقدة، معتمدة على أدوات بسيطة وشبكات اجتماعية، مع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتعويض شح الموارد، كما تواجه المنصة تحديات تتعلق بمحدودية التمويل، والاستقطاب السياسي، ومشكلات الحقوق الفكرية، وفيما يتعلق بتحليل المضمون، فقد أظهرت النتائج التزام المنصة بأهدافها، بيد أنها لم توثق مصادر بعض القصص التاريخية والثقافية والسياسية المعروضة بمقاطع الفيديو، كما أظهرت مقاطع الفيديو -لا سيما من نوع (فوكس بوب)- مستويات تفاعل أعلى مقارنة بالكاروسيل؛ ما يدل على فاعلية هذا الشكل في جذب الجمهور المستهدف.

#### مقدمة

تُعدُّ منصات التواصل الاجتماعي في المشهد الإعلامي المعاصر مكوناً جوهرياً وفاعلاً ضمن منظومة الإعلام الرقمي، وتتميز هذه المنصات بخصائص فريدة تُميزها عن وسائط الإعلام التقليدية؛ إذ تُشكل فضاءً حيويًا لتداول المعلومات، والتعبير عن الرأي العام، وتشكيل الوعي المجتمعي، وحفظ الهوية الثقافية وتوثيقها في سياق التحولات التي فرضها العالم الافتراضي.

\* أستاذ الاتصال المساعد في كلية الإعلام والاتصال الجماهيري، الجامعة الأمريكية في الإمارات.



وفي السياق اليمني الراهن، الذي يشهد صراعاً سياسياً وعسكرياً أسفر عن انقسامات واستقطابات حادة، ومحاولات للسيطرة على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية على حد سواء؛ برزت المنصات الإعلامية الرقمية الناشئة، وقد جاءت هذه المنصات متنوعة في محتواها، وساعية إلى تقديم مضمون أو خطاب مغاير للسائد في المشهد الإعلامي اليمني، الذي غالباً ما يكتظ بموضوعات الصراع والسياسة.

ومن بين هذه المنصات، تبرز منصة (ناس عدن) كنموذج ريادي للمشروعات الرقمية الإعلامية الناشئة، وتُعنى هذه المنصة بتوثيق الموروث الثقافي لمدينة (عدن) وتاريخها الاجتماعي، وتسعى إلى الربط بين الماضي والحاضر عبر قوالب مرئية تفاعلية ومتنوعة.

ويُصنف مشروع (ناس عدن) كمشروع إعلامي رقمي ناشئ؛ لاستيفائه المقومات الأساسية التي أشار إليها (Pavlik 2013)؛ إذ تأسس كمبادرة إعلامية لا تتبع الطرق التقليدية في العمل الصحفي، وإنما تنطلق من دافع التقدم التكنولوجي، وتُشرك الجمهور في حوار تفاعلي، وتوظف أساليب مبتكرة في تقديم المحتوى، بالإضافة إلى قابلية المشروع للتطور والنمو.

وبناءً على ما تقدم، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل واقع منصة (ناس عدن) بصفتها إحدى المنصات الرقمية الناشئة المتخصصة في إنتاج المحتوى المرئي في اليمن.

### مشكلة الدراسة

وسط التحولات الرقمية المتسارعة في العالم، برزت المنصات الرقمية كمنافس جديد وقوي لوسائل الإعلام التقليدية، لا سيما في الدول المضطربة سياسياً وأمنياً؛ مثل: اليمن الذي يشهد صراعاً أثار في المشهد الثقافي والإعلامي، وفي الوقت ذاته أتاح الفرصة لظهور كيانات إعلامية رقمية جديدة لإنتاج المحتوى المرئي، ومنها المنصات الرقمية الناشئة، فعلى الرغم من محدودية مواردها، أصبحت تؤدي دوراً مهماً في توفير المعلومات، وتوثيق التراث، وتسهيل الضوء على قصص الإنسان؛ مثل: منصة (ناس عدن)، وفي محاولة لفهم طبيعة عمل المنصات الرقمية الناشئة للإنتاج المرئي في اليمن، تسعى الدراسة الحالية للإجابة عن السؤال الرئيس المتمثل في: ما واقع المنصات الرقمية الناشئة للإنتاج المرئي في اليمن من خلال دراسة حالة منصة (ناس عدن)؟

### الدراسات السابقة

بعد استعراض الأدبيات والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، يمكن تحديد محاورها الرئيسية كما يلي:



## المحور الأول: واقع وتجارب الشركات الإعلامية الناشئة في الدول العربية

حددت دراسة أبو شريفة (٢٠٢٤) هدفها بالكشف عن تجربة الشركات الإعلامية الناشئة في المملكة العربية السعودية، وأكدت نتائج هذه الدراسة أن الشركات الناشئة الثلاث المدروسة بدأت كشغف وهواية لدى الشباب السعودي لإنتاج المحتوى المرئي الرقمي، إلى أن تحوّل الأمر إلى عمل مؤسسي نتيجة تنامي الثقة في محتوى الشركات الناشئة وتوسّع القاعدة الجماهيرية، وتوسّع الأعمال الإنتاجية التي أدت بدورها إلى توجه الشركات إلى تحسين عملية ابتكار الأفكار بعوائد مادية، إضافة إلى أن الشركات المدروسة تعمد إلى استراتيجيات تمكين جمهورهم من صناعة المحتوى المرئي، من خلال التواصل المباشر، واقتراح الحلقات، وإنتاج الشركات برامج من تقديم صناع المحتوى المفضلين لدى الجمهور، وفي دراسته المتعلقة بتعرّف اتجاهات الشباب السعودي نحو التفاعل مع المحتوى الذي تقدمه الشركات الناشئة للإنتاج المرئي في المملكة العربية السعودية، أكد أبو شريفة (٢٠٢٤) ضعف متابعة عينة الدراسة للشركات الإنتاجية الناشئة، وتدني نسبة التفاعل بأشكاله كافة لأقل من (٥٠%)، وسعت الدراسات التي أعدتها مؤسسة مهارات وأكاديمية دوتشه فيله (٢٠١٩) إلى الكشف عن واقع الشركات الإعلامية الناشئة في ثلاث دول عربية، متمثلة في تسع شركات إعلامية ناشئة في لبنان، وست شركات ناشئة في المملكة المغربية، وأحد عشر مشروعًا إعلاميًا رقميًا ناشئًا في المملكة الأردنية الهاشمية، وتوصلت نتائج هذه الدراسات إلى أن هناك توجهًا قائمًا على قيام هذا النوع من المؤسسات الرقمية في الدول المدروسة، ومحاولات اكتساب الشركات الإعلامية الناشئة موقعها في مجال الابتكار وريادة الأعمال، وفيما يتعلق بالمعوقات التي تواجه عمل هذه الشركات، فتمثلت في غياب القوانين المنظمة والداعمة، والقيود التي تحد من حرية هذه الشركات ونشاطها، إضافة إلى صعوبة الوصول إلى المعلومات، وغياب الشبكات المعلوماتية المتطورة، فضلًا عن التعامل الحذر من قبل الأنظمة السياسية مع الشركات الإعلامية الناشئة، وغياب التمويل الأساس للبنى التحتية التكنولوجية وشح الموارد الإعلانية.

## المحور الثاني: الابتكار والتكنولوجيا في الإعلام الرقمي

حول هذا المحور، أكدت دراسة Sachan et al. (2024) الدور الذي تؤديه الشركات الناشئة في مجال الإعلام الرقمي بالهند في إعادة تشكيل المشهد الإعلامي، وقوة تأثيرها في الرأي العام الهندي، خاصة في توجيه النقاشات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نجاح الشركات الإعلامية الناشئة يعود لاعتمادها على تقديم القصص بشكل مبتكر وجذاب، إلى جانب استفادتها من منصات التواصل الاجتماعي، وتوظيف الخوارزميات والذكاء الاصطناعي، كما أشارت دراسة Pérez and Alb (2024) التي اعتمدت على إجابات مجموعة مركزة من الصحفيين



والأكاديميين في إسبانيا، إلى أن الابتكار في مجال الإعلام الرقمي يمكن أن يتحقق من خلال التركيز على مثلث: (الجمهور، والمحتوى، والتكنولوجيا)، وليست التكنولوجيا وحدها، وعن التحديات فحددت بضعف التدريب المتعلق بثقافة الابتكار داخل المؤسسة، إضافة إلى عدم التعاون مع الفاعلين الخارجيين من الباحثين والشركات الناشئة وغيرها.

وفي السياق نفسه، توصلت دراسة (Preston et al. (2009 التي طبقت على شركات إعلامية رقمية صغيرة ومتوسطة في أيرلندا، إلى أن المعرفة التراكمية غير الإلكترونية والأفكار الإبداعية في إنتاج المحتوى المبتكر، يوازي بأهميته المعرفة التكنولوجية، وعلى خلاف النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة، توصلت دراسة (Usher (2017 إلى أن الشركات الإخبارية الناشئة الممولة في كلٍ من الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وأيرلندا، تعتمد على التكنولوجيا بدرجة أكبر؛ إذ يُعتمد على الخوارزميات في اختيار المعلومات، وتخصيص الأخبار، وتطوير البرمجيات، كما أن الشركات المدروسة تسوّي في عملها بين الخبرة الصحفية والتكنولوجية، بعكس المؤسسات الإعلامية التقليدية.

### المحور الثالث: توظيف الإعلام الرقمي في السرد القصصي والتدوين

في هذا المحور، أشارت دراسة (Al-Shami (2025 إلى أن منصة (AJ+) نشرت قصصًا مجتمعية متنوعة يأتي الصراع الفلسطيني الإسرائيلي في أولوياتها، كما أن المنصة تولي اهتمامًا بإنتاج القصص باستخدام الفيديو بدرجة أكبر.

وحول توظيف الإعلام الرقمي في التعريف والترويج للتراث، سعت دراسة رشدي (٢٠٢٤) إلى الكشف عن مدى توظيف هيئات التراث الرسمية للإعلام الرقمي في حفظ ونشر التراث الثقافي العربي في ثلاث دول: (المملكة العربية السعودية، وجمهورية مصر العربية، والجمهورية الجزائرية)، وتوصلت الدراسة إلى أن الهيئات المدروسة لم تستفد من إمكانات الرقمنة في عرض التراث المادي وغير المادي؛ إذ وظف النص بدرجة أكبر من الصورة الثابتة والفيديو، وفي هذا الإطار، أثبتت دراسة بن شراد ورحموني (٢٠٢١) نجاح عينة هواة من الشباب الجزائري في تقديم الموروث الثقافي المادي وغير المادي لبلدهم على منصة يوتيوب، على الرغم من بساطة الإمكانات المتاحة، وأكدت نتائج دراسة محمد (٢٠٢١) أن المهتمين بالترويج للتراث المغربي (المادي وغير المادي) يستخدمون منصتي: (يوتيوب، وفيسبوك)؛ نظرًا لخصائصهما المرئية (مثل: الصور، ومقاطع الفيديو)، إضافة إلى التفاعل المستمر للمتابعين مع المحتوى.



## أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من نواحٍ عدة؛ أبرزها:

- ١- تزايد أهمية المنصات الرقمية للإنتاج المرئي، والتوجه العالمي إلى الاهتمام بها، ودعم القائمين عليها، خاصةً في ظل الاهتمام المتزايد بالاتجاه نحو الإعلام الرقمي.
- ٢- تعاني المكتبة الأكاديمية العربية واليمنية ندرة الدراسات التي تطرقت إلى موضوع المنصات الرقمية الناشئة للإنتاج المرئي، على الرغم من أهميتها المتزايدة وتأثيرها؛ لذا تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها محاولة لإثراء المعرفة الأكاديمية في هذا المجال البحثي.
- ٣- تقدم هذه الدراسة صورة واضحة لتجربة المنصات الرقمية الناشئة للإنتاج الرقمي في اليمن، في ظل الصراع القائم وتداعياته.

## أهداف الدراسة وتساؤلاتها

تهدف الدراسة الحالية إلى الكشف عن واقع المنصات الرقمية الناشئة للإنتاج المرئي في اليمن، وذلك من خلال دراسة حالة منصة (ناس عدن)، ولتحقيق هذا الهدف، تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

المحور الأول: التساؤلات المتعلقة بالقائمين على منصة (ناس عدن)، وهي كالاتي:

- ١- ما العوامل والظروف أدت إلى نشأة منصة (ناس عدن)؟
- ٢- ما الأهداف الاستراتيجية التي تسعى منصة (ناس عدن) لتحقيقها؟
- ٣- ما المعايير التي تتبعها منصة (ناس عدن) في اختيار محتواها؟
- ٤- ما المقومات المالية المتاحة لمنصة (ناس عدن)؟ وهل تسهم في استدامتها التشغيلية؟
- ٥- ما التحديات التي تواجه منصة (ناس عدن)؟

المحور الثاني: التساؤلات المتعلقة بتحليل محتوى منصة (ناس عدن)، وهي كالاتي:

- ١- ما الموضوعات المجتمعية التي تتناولها منصة (ناس عدن)؟
- ٢- ما اللغة/ اللهجة المستخدمة في القصص المقدمة على منصة (ناس عدن)؟
- ٣- ما متوسط مدة مقاطع الفيديو المتعلقة بالمحتوى المقدم على منصة (ناس عدن)؟



٤- ما متوسط شرائح الكاروسيل Carousel المستخدمة في المحتوى المقدم على منصة (ناس عدن)؟

٥- هل تلتزم منصة (ناس عدن) بتقديم مصادر المعلومات المذكورة في محتواها؟

٦- ما مستويات التفاعل التي تحظى بها القصص المنشورة على منصة (ناس عدن)؟

### نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي تهدف إلى وصف واقع منصة (ناس عدن)، كونها إحدى المنصات الرقمية الناشئة للإنتاج المرئي في اليمن، من خلال جمع المعلومات المتعلقة بالمنصة وتحليلها وتفسيرها.

واستندت الباحثة إلى (دراسة الحالة)، الذي تُعد من البحوث الكيفية، التي تستخدم عند الرغبة في دراسة ظاهرة محددة وفهمها؛ إذ يلجأ الباحثون إلى مصادر معلومات متعددة بهدف الدراسة لفرد أو جماعة أو منظمة (طابع ٢٠١٣، ٢٢٨-٢٢٩).

ولتطبيق دراسة الحالة، استخدمت الباحثة أداة المقابلة شبه المقننة، التي وظفتها لجمع المعلومات والبيانات من القائمين على المنصة، وقد تم التواصل معهم عبر تطبيقَي: (زووم، وواتساب)، وقد أخذت الموافقة الأخلاقية من المبحوثين، التي تضمن الالتزام بالشفافية، ووافقوا على ذكر أسمائهم في البحث، وأن مشاركتهم تطوعية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي، كما أعدت الباحثة بروتوكولاً للمقابلة يشتمل على المحاور الرئيسة، وعرضته على المحكمين، وقامت بتفريغ إجابات المبحوثين، وتصنيفها وعرضها بما يخدم أهداف الدراسة.

كما استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون؛ إذ تم إعداد الاستمارة الخاصة بتحليل محتوى المنصة من القصص المنشورة بمقاطع الفيديو والكاروسيل، وقد فصلت الباحثة فئات التحليل ضمن الإجراءات المنهجية.

### إجراءات الصدق والثبات

فيما يتعلق بإجراءات الصدق، تم عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين\*، وتم تعديلها وفقاً للملاحظات التي وردت منهم لضمان صلاحيتها لأهداف الدراسة.

\* المحكمون لأداة الدراسة:

د. حسن عبد الله دجزة، أستاذ الإذاعة والتلفزيون، جامعة الحديدة، اليمن.

د. علي حسين العمار، أستاذ الصحافة، جامعة صنعاء، اليمن.

د. محمد علي ناصر، أستاذ الاتصال المشارك، جامعة عدن، اليمن.

أمّا بشأن إجراءات الثبات، فقد استخدمت الباحثة معادلة (هولستي) بالتعاون مع باحث آخر\* لقياس درجة الاتفاق بين المرمرين، وقد قام الباحثان بترميز وتحليل جزء من العينة باستخدام المعادلة التالية: معامل الثبات =  $(2 \times ت) \div (ن + 1 + 2)$ ؛ إذ (ت) تمثل عدد الحالات التي اتفق فيها المرمران، و(ن + 1 + 2) تمثل العدد الإجمالي للحالات التي رمزها كل منهما، وقد بلغ حجم العينة الكلي للدراسة (٤٨) مقطع فيديو، و(٢٤) منشور كاروسيل، ومن أجل حساب الثبات، تمت إعادة تحليل (٢٥) مقطع فيديو، و(١٥) كاروسيل؛ أي: ما يعادل (٤٠) منشورًا، وهو ما يمثل ٥٥,٦% من إجمالي العينة، وقد تم تسجيل اتفاق بين المرمرين في (٢٢) حالة من مقاطع الفيديو، و(١٢) حالة من الكاروسيل.

وبناءً على ذلك، بلغ معامل الثبات باستخدام معادلة هولستي (٠,٨٥)، وهي نسبة تُعد عالية في دراسات تحليل المضمون؛ ما يشير إلى مستوى قوي من الاتساق بين المرمرين، وتؤكد هذه النتيجة موثوقية الأداة التحليلية المستخدمة في الدراسة، كما تعكس اتساق الفهم بين الباحثين في تحديد الفئات والمضامين ضمن عينة المنشورات.

### مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في منصة (ناس عدن) الرقمية الناشئة للإنتاج المرئي، وقد جاء اختيارها لعدة أسباب؛ أهمها:

- ١- تحظى منصة (ناس عدن) بمعدلات مشاهدة عالية؛ إذ بلغ عدد متابعيها (٤٥٣ ألف) متابع على (إنستجرام) حتى يونيو ٢٠٢٥ م.
- ٢- تُعد المنصة من المنصات الشبابية التطوعية.
- ٣- في أبريل ٢٠٢٥، حصلت المنصة جائزة شورت (Shorty Award) ضمن فئة الجمهور؛ مما يشير إلى أن المنصة تمتلك قاعدة جماهيرية فاعلة.
- ٤- تُصنّف المنصة ضمن المنصات المتخصصة التي تُعنى بإبراز الموروث المادي وغير المادي لمدينة (عدن).

وفيما يتعلق بعينة الدراسة، فتمثلت فيما يلي:

- أولاً- **عينة القائمين بالاتصال:** تشمل أربعة مبحوثين من طاقم منصة (ناس عدن)؛ هم: عزت وجدي، مدير المنصة، وعلي بن عامر، منتج ومعد محتوى، وحمزة مصطفى، مدير التصوير في المنصة، وأحمد الحمزي، مسئول التواصل والتفاعل في المنصة.

\* ساعد في الترميز: د. بشار عبد الرحمن مطهر، أستاذ الاتصال والإعلام المشارك، الجامعة الأمريكية في الإمارات.



ثانيًا - **عينة التحليل:** اختيرت عينة قصدية من منشورات المنصة على حسابها في (إنستجرام)، وبلغت العينة (٤٨) مقطع فيديو، و(٢٤) كاروسيل، نُشرت في الفترة ما بين أكتوبر ٢٠٢٠م (تاريخ إطلاق المنصة بهويتها الجديدة وشعارها الخاص)، وأبريل ٢٠٢٥م.

وقد استند اختيار محتوى العينة إلى معايير منهجية تضمن تمثيلاً متنوعاً ودقيقاً لمخرجات المنصة؛ أهمها: شمول العينة مجموعة متنوعة من المضامين التي تتناولها المنصة، واختيار المحتوى المرئي الذي حقق أعلى نسب مشاهدة وتفاعل من المحتوى المتنوع، كذلك انتقاء المحتوى الذي يعكس بشكل مباشر الأهداف المعلنة للمنصة.

### فئات التحليل

**المجموعة الأولى:** مجموعة ماذا قيل؟ (فئات مضمون الاتصال)، وتشمل الموضوعات المجتمعية المتعلقة بالقضايا التالية:

- الموضوعات الاجتماعية: هي الموضوعات التي تسلط الضوء على السلوكيات الاجتماعية والتقاليد والعلاقات داخل المجتمع، وتشمل: قضايا النوع الاجتماعي، وتمكين المرأة، والعلاقات الأسرية والمجتمعية، وظواهر الحياة اليومية التي تُبرز الطابع الاجتماعي للمجتمع المحلي.
- الموضوعات السياسية: أي الموضوعات التي تتناول قضايا الصراع السياسي، أو مظاهر الحكم والإدارة، أو المواقف من الأحزاب والفصائل، أو قضايا الهوية والانتماء الوطني، أو تحليل الأحداث ذات البعد السياسي.
- الموضوعات الإنسانية: هي الموضوعات التي تبرز الجوانب العاطفية أو الإنسانية، وتُركّز على معاناة الأفراد أو تحدياتهم أو قصصهم الملهمة، خاصة ما يتعلق بذوي الإعاقة، واللاجئين، والفئات المهمشة.
- موضوعات الموروث الثقافي والفني: هي الموضوعات التي تُعنى بتوثيق أو إبراز الجوانب الثقافية والفنية المرتبطة بالتراث المادي أو غير المادي؛ مثل: الديانات، والعادات، والفنون، والأغاني، والصناعات التقليدية، والأدب الشعبي، والرموز البصرية، والأزياء، وتُظهر الهوية الثقافية للمجتمع المحلي.
- الموضوعات الرياضية: هي الموضوعات التي تتناول الفعاليات أو الشخصيات أو الأحداث المرتبطة بالرياضة بمختلف أنواعها، سواء من منظور توثيقي أو تحليلي أو مجتمعي.



- الموضوعات الصحية: هي الموضوعات التي تتناول قضايا الصحة العامة والوقاية والتوعية الصحية، وتشمل: التغذية، والأمراض، والرعاية الصحية، والصحة النفسية، أو التحديات البيئية والصحية التي تؤثر في المجتمع.
  - تعريف بالمدينة: هي الموضوعات التي تركز على تقديم معلومات حول معالم مدينة (عدن): جغرافيتها، وأحيائها ومديرياتها، وشوارعها، وخدماتها، أو مواقعها السياحية والثقافية.
  - الموضوعات الترفيهية: هي الموضوعات التي تهدف إلى التسلية والترفيه عن المتابع، وتُقدّم بأسلوب خفيف أو فكاهي أو مبتكر، وقد تشمل: الألعاب، والمواقف الطريفة، والحوارات الخفيفة، والمحتوى القائم على التفاعل أو الاستطلاع الذي لا يحمل طابعًا جادًا أو توثيقًا؛ مثل: المقابلات الشفوية، أو سرد الذكريات، أو قصص الـ(فوكس بوب)، التي تُقدّم بوصفها شهادات حية لا تحتاج إلى مصادر مكتوبة.
  - الموضوعات التاريخية: هي الموضوعات التي تتناول وقائع أو شخصيات أو أحداث من الماضي، وتُسهّم في توثيق أو تفسير جوانب من التاريخ المحلي أو الوطني.
  - أخرى: هي الموضوعات التي لا تندرج ضمن التصنيفات المحددة أعلاه.
- المجموعة الثانية: مجموعة كيف قيل؟ (فئات شكل الاتصال)، وتشمل:**
- ١- فئة اللغة المستخدمة: يقصد بهذه الفئة تحديد اللغة أو اللهجة التي يُقدّم بها المحتوى المرئي مكتوبًا أو منطوقًا ضمن المنصة المدروسة، وذلك وفقًا لما يلي:
    - اللهجة المحلية: يقصد بها استخدام اللهجات اليمنية المحلية في تقديم المحتوى.
    - اللغة العربية: استخدام اللغة العربية الفصحى المبسطة في تقديم المحتوى.
    - اللغة الإنجليزية: تقديم المحتوى باللغة الإنجليزية.
  - ٢- فئة مدة عرض الفيديو: تشير هذه الفئة إلى الطول الزمني للفيديو المنشور ضمن عينة الدراسة، وصُنّفت المدة وفقًا للتقسيم التالي:
    - أقل من دقيقة.
    - دقيقة واحدة إلى دقيقتين.
    - ثلاث دقائق.
    - أكثر من ثلاث دقائق.



٣- فئة مصدر المعلومات: تشير هذه الفئة إلى مدى التزام المحتوى المنشور على المنصة بذكر أو توثيق مصادر المعلومات الواردة فيه، وذلك ضمن التصنيفات التالية:

- تمت الإشارة إلى مصادر المعلومات: يُقصد بها أن المحتوى المنشور تضمّن بشكل صريح أسماء الكتب، أو الوثائق، أو الأشخاص، أو الجهات التي تم الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات المعروضة.
- لم تُذكر مصادر المعلومات: يُقصد بها أن المحتوى قدّم معلومات دون الإشارة إلى أي مصدر، سواء كان ذلك في النص أو الفيديو أو الشرح المصاحب.
- القصة لا تستدعي ذكر مصادر للمعلومات: يقصد بها القصص التي تعتمد على روايات شخصية، أو تجارب واقعية، أو مشاهد اجتماعية لا تتطلب توثيقاً مرجعياً؛ مثل: المقابلات الشفوية، أو سرد الذكريات، أو قصص الـ(فوكس بوب)، التي تُقدّم بوصفها شهادات حية لا تحتاج إلى مصادر مكتوبة.
- ٤- فئة التفاعلات مع المحتوى: يقصد به أية استجابة صادرة من المستخدمين تجاه المحتوى المنشور على المنصة المدروسة، ممّا يلي:
  - الإعجاب: وجود نقرات على أيقونة الإعجاب، وتسجل إذا ظهر أن المنشور حصل على إعجاب واحد على الأقل.
  - التعليق: كل رد نصي أو تعبيرى من المستخدمين على المنشور عبر خانة التعليقات، سواء كان تعليقاً كاملاً، أو رمزاً تعبيرياً، أو تفاعلاً لفظياً قصيراً.
  - مشاركة المحتوى: يقصد بها كل عملية لإعادة نشر المنشور عبر خاصية الإرسال، أو مشاركته في القصص، أو إعادة نشره في رسائل خاصة.
  - انعدام التفاعل: يقصد به المنشور الذي لم يسجل عليه أي نوع من أنواع التفاعل المذكورة أعلاه.

## نتائج الدراسة

المحور الأول: نتائج الدراسة المتعلقة بالقائمين بالاتصال في منصة (ناس عدن):

منصة (ناس عدن): ظروف النشأة والعوامل المؤثرة:

تأسست منصة (ناس عدن) بهدف رئيس؛ هو: الحفاظ على الهوية الثقافية والتاريخية لمدينة (عدن) وتوثيقها، وقد انطلقت المنصة في عام ٢٠١٤، تحت إشراف: علي متاش، وعزت



وجدي، بالتزامن مع حالة الاضطراب السياسي في اليمن، وفي مراحلها الأولى، اتسمت المنصة بكونها مبادرة عفوية ركزت على نشر صور أرشيفية للمدينة وأهلها، إلى جانب إعادة نشر صور حديثة للمصورين مع الإشارة إليهم.

ومع بدء المعارك في مارس ٢٠١٥م، استغلَّ مشرفا المنصة الفرصة في نقل وتوثيق الأخبار المتعلقة بالجانب الإنساني للحرب عبر منصتهم، مستخدمين عدساتهم الخاصة، كما دعوا شباب المدينة إلى مشاركة صورهم مع المنصة؛ لرصد وتوثيق مناطق المعارك.

واستمرت المنصة في نشر ومشاركة الصور حتى بداية جائحة (كوفيد-١٩)، وأنداك، استثمر القائمون على المنصة فترة بقاء المواطنين في منازلهم كإجراء احترازي، وقاموا ببث مباشر مع أطباء ومؤثرين يمنيين؛ بهدف التوعوية وتقديم محتوى ترفيهي للأفراد فترة الحجر المنزلي، وقد أسهمت هذه المبادرة في زيادة وصول المنصة إلى جمهور أوسع، لا سيما في ظل ضعف التواصل الإعلامي الرسمي في هذا الجانب.

### من العفوية إلى الاحترافية:

بعد انتهاء أزمة جائحة (كوفيد -١٩)، شهدت المنصة ارتفاعاً في عدد المتابعين وصل إلى ٣٠٠ ألف متابع، هذا الارتفاع دفع القائمين على المنصة للبدء في مرحلة جديدة يمكن وصفها بالاحترافية.

انتقلت المنصة من مرحلة نشر ومشاركة الصور إلى إنتاج محتوى أوسع، مدعومة بفريق عمل متخصص، وفي الأول من أكتوبر ٢٠٢٠م، أطلقت المنصة هويتها الجديدة وشعارها الخاص، وقد سبق هذا إطلاق مقاطع فيديو إعلانية بدأت في ٢٠ سبتمبر ٢٠٢٠م، تميزت هذه المقاطع باستخدام قالب كوميدي وعناصر تعكس مدينة (عدن)؛ مثل: مشاهد من مسرحيات لفرقة (خليج عدن) المسرحية، وذكر قناة عدن التلفزيونية، كما وظفت المنصة الكوميديا السوداء في أحد إعلانات الإطلاق؛ إذ ربطت بين مشكلة خروج محطة الحسوة الكهربائية الشهيرة عن الخدمة وانطلاقتها الجديدة، مستخدمة اللهجة المحلية بقولهم: «بنضاي أكثر من جنية الحسوة»؛ أي: سنعود أقوى من محطة كهرباء الحسوة.

### الأهداف التي تسعى المنصة لتحقيقها:

تتجلى أهداف منصة (ناس عدن) بوضوح في هويتها البصرية واللفظية، فالشعار البصري (Logo) يرمز إلى جبل شمسان وشمس عدن، وبالمثل يعبر الشعار اللفظي (Slogan) على إنستجرام (نورخ بلدنا وناسنا)، ويمكن إيجاز الأهداف التي تسعى منصة (ناس عدن) إلى تحقيقها في التالي:



- الحفاظ على تراث مدينة (عدن)، وتوثيق هويتها الثقافية والتاريخية؛ من خلال جمع القصص التاريخية الشفوية والمحفوظات.
- الكشف عن التأثيرات الثقافية الخارجية، من خلال تعرّف تجارب الأجانب الذين عاشوا في مدينة (عدن).
- مشاركة قصص الأقليات الدينية والنساء في المدينة، ومناصرة قضايا الأشخاص ذوي الإعاقة؛ من خلال تسليط الضوء على قصصهم وتحدياتهم.
- الإسهام في الحفاظ على الهوية الحضارية لمدينة (عدن)؛ من خلال تسليط الضوء على المتاجر المرتبطة بتاريخ المدينة وثقافتها؛ مثل: محلات الحرف التقليدية، أو الأطباق المحلية الشهيرة.

### كادر منصة (ناس عدن) وآلية إنتاج المحتوى:

يتألف كادر المنصة حاليًا من خمسة متطوعين، يستفيدون من خبراتهم المتراكمة في مجال العمل الإعلامي الرقمي، ويسهمون بمهارتهم المتنوعة التي تشمل: التصوير، والمونتاج، وكتابة المحتوى الموجه للمنصات الإلكترونية، إضافة إلى ذلك، يعتمدون على معاداتهم الشخصية لخدمة متطلبات الإنتاج الخاصة بالمنصة.

ويمكن تقسيم مهام فريق عمل المنصة بشكل أفقي، بما يتناسب مع طبيعة عملهم التطوعي، وذلك وفق الهيكل الإداري الموضح في الشكل رقم (1):

### الهيكل الإداري لمنصة "ناس عدن"



شكل رقم (1): يوضح الهيكل الإداري لمنصة (ناس عدن) (من إعداد الباحثة)

وفيما يتعلق بآلية اختيار الفريق لمحتوى المنصة، يحدد مشرف المنصة ثلاثة عناصر يجب توفُّرها في القصة المرئية:

- 1- أن تكون القصة ذات قيمة توثيقية، وتتفق مع الخط التحريري للمنصة.
- 2- اكتمال العناصر البصرية للقصة.
- 3- حقيقة ومصداقية المعلومات الواردة في القصة.



بعد استيفاء القصة المرئية للمعايير المذكورة سابقًا، ينتقل الفريق إلى مرحلة الإنتاج؛ إذ تبدأ باجتماع داخلي، وتنتهي بنشر المحتوى على المنصة، ومن المهم الإشارة إلى المنهجية المبتكرة التي اتبعها الفريق في إنتاج القصص المتعلقة بالذاكرة الشفهية بأقل تكلفة ممكنة؛ إذ يؤكد مشرف المنصة ومنتجها الميداني استفادة فريق المنصة من محيطه وعلاقاته الاجتماعية، معتمدين على الجيران والمعارف كمصادر للمعلومات، وإتاحة المجال لعرض وجهات نظر متنوعة وصادقة من الشارع، خاصة كبار السن، واستخدامهم الألفاظ العامية، أو الإشارة إلى شخصيات سياسية دون قيود؛ مما أسهم في تفكيك بعض المحظورات في الحوار (taboos)، وهو ما أعطى للقصص قبولاً من الجمهور، ظهر جلياً في تفاعلهم، وساعد أيضاً في زيادة انتشار المنصة؛ ومن ثمّ توجه الفريق إلى إنتاج قصص مرئية باستخدام الرسوم البصرية (Graphics).

ولضمان التكيف مع متطلبات خوارزميات المنصات الاجتماعية وتحقيق وصول أوسع للجمهور، تربط المنصة محتواها بالتوجهات الرائجة (Trend) بطرق مبتكرة، فعلى سبيل المثال: نشرت المنصة في ١٣ فبراير ٢٠٢٥ مقطع فيديو يحمل عنوان: (مرحب رمضان)، تناول عادة أهالي مدينة (عدن) المتوارثة في استقبال شهر رمضان، وربطتها بمعاناة السكان انقطاع الكهرباء لأكثر من ٢٠ ساعة يومياً، وقد حقق هذا المقطع ١٠٣ آلاف مشاهدة، وأكثر من ٥ آلاف مشاركة.

### مصادر المحتوى المرئي لمنصة (ناس عدن):

تعتمد المنصة في إنتاج قصصها على مصادر متنوعة للمحتوى المرئي، يحددها الفريق على النحو التالي:

١- شراء المواد المصورة من مراكز الدراسات ووكالات أنباء إذا لم تتح فرصة للحصول عليها بالمجان، وفي أحيان أخرى يتم طلب إتاحة مدة محددة من فيديو حول موضوع، على سبيل المثال: ١٠ ثوانٍ.

٢- إعادة إنتاج المحتوى المرئي المنشور على منصات التواصل الاجتماعي بعد الحصول على موافقة أصحاب الحقوق، مع طلب توفير المواد الأصلية؛ لضمان جودة النشر، والإشارة إليهم؛ لتوثيق حقوق الملكية الفكرية.

٣- الاستفادة من المحتوى الأرشيفي الخاص بالأفراد المتعاونين مع المنصة.

٤- الاستفادة من مقاطع الفيديو والصور ذات الملكية العامة التي يزيد عمرها على ٩٠ عامًا.



## المحتوى المرئي لمنصة (ناس عدن):

قدّمت منصة (ناس عدن) محتوى مرئيًا متنوعًا منذ إطلاق هويتها الجديدة، بعض هذا المحتوى استمر في النشر، بينما توقف بعضه بعد عدد محدود من الحلقات، ويعود ذلك -بحسب مدير المنصة- إلى أسباب متعددة؛ تشمل: تحديات التمويل، وصعوبة استدامة العمل التطوعي، إضافة إلى ضعف التفاعل الذي يؤثر سلبًا في المنصة، ويضيف أن كون المنصة شبابية وتطوعية قد أتاح مساحة للتجربة أمام الفريق؛ بهدف الوصول إلى أفضل النتائج.

ومن أبرز سلاسل المحتوى المرئي التي قدّمتها المنصة:

- **(مع شمسان):** محتوى ترفيهي وناقد، لا تزيد مدته على دقيقة ونصف، نشرت منه سبع قصص فقط.
- **(جوع الربوع):** برنامج طبخ ترفيهي يركز على استعراض المأكولات الشعبية وحكايتها، وتتكون الحلقات من مقاطع فيديو لا تزيد على خمس دقائق، وقد توقفت السلسلة بعد خمس قصص.
- **(هاف تين):** سلسلة حلقات لا تتجاوز مدتها دقيقة واحدة لكل حلقة، تركز على تقديم نصائح حول الحياة الصحية بالتعاون مع (مختص تغذية)، وقد توقفت هذه السلسلة بعد عرض أربع قصص.
- **(فقايع):** بودكاست يهدف إلى تقديم محتوى مرتبط بالتنمية البشرية، توقف هذا البودكاست بعد تقديم ست قصص، ولم تتجاوز مدة أي منها دقيقة ونصف.
- **(ومضة ثقافية):** أبيات شعرية حول مدينة (عدن)، قدمت في شكل مقاطع فيديو وكاروسيل، ألقاها الشاعر ياسر الدحي، وقد توقفت بعد نشر تسعة مقاطع.
- **(المسرح العدني):** مقاطع فيديو تركز على كل ما يتعلق بالمسرح في مدينة (عدن).
- **الذاكرة العدنية:** سلسلة في شكل مقاطع فيديو وكاروسيل وصور، تستعرض من خلالها المنصة الأحداث المجتمعية المختلفة -سواء كانت سياسية، أو رياضية، أو اجتماعية، أو غيرها- والشخصيات المؤثرة والمشهورة المرتبطة بتاريخ مدينة (عدن) المعاصر.
- **(بدون قصص):** فوكس بوب (Vox Pop) يركز على استعراض قصص وذكريات متنوعة يرويها سكان مدينة (عدن)؛ مثل: تجاربهم خلال فترة الاستعمار البريطاني، أو مواقف مرتبطة بشخصيات سياسية ما قبل الوحدة اليمنية، ويتميز البرنامج بمنح الضيوف حرية كاملة في السرد والتعبير عن ذكرياتهم.



- **ناسنا:** تُقدم السلسلة عبر مقاطع الفيديو قصص شخصيات من مدينة (عدن)، تتنوع بين المشهورين والاستثنائيين وغير المعروفين، وتهدف المنصة من خلال هذه السلسلة إلى تسليط الضوء على تجارب فريدة تعكس جوانب مختلفة من المجتمع العدني.

ومن ذلك:

أ- شخصيات ذات شهرة: مثل قصة (الكشي)، أشهر بائع بهارات في مدينة (عدن).  
ب- شخصيات استثنائية: مثال على ذلك قصة (سهى)، سائقة الحافلة.  
ج- شخصيات تحولت إلى محتوى رائج (Trend): مثل قصة (المعلم نبيل) التي استفادت المنصة من الانتشار الواسع لقصته، وسلطت الضوء على الحادثة وحياته بشكل أعمق.

د- شخصيات غير معروفة لكنها ارتبطت بمعلم بارز: إذ سلطت المنصة الضوء على شخصيات غير مشهورة، ولكن قصصها تتميز بالمفارقة أو الغرابة؛ مثل: قصة (حارس المعبد) التي تُعد مثالاً بارزاً على المعايير المبتكرة التي يتبعها فريق المنصة في اختيار القصص؛ إذ حملت هذه القصة جانبين مهمين:

**الأول - البعد الإنساني والتسامح:** تناولت حكاية رجل مسلم حرس معبداً هندوسياً لسنوات طويلة، محافظاً على حراسته حتى في أوقات عدم الاستقرار الأمني ووجود الجماعات المتطرفة، وقد أبرزت القصة أسلوب سرد الحارس المفعم بالأسى على حال المعبد وهجر زواره، وذكره للقائمين عليه وزواره بكل ود رغم اختلاف الدين؛ مما يعكس قيم التسامح المتجذرة لدى سكان المدينة.

**الثاني - الأبعاد السياسية والمناطقية:** حملت القصة رسالة رفض لخطاب الكراهية الممارس ضد أبناء المناطق الشمالية؛ وذلك بتقديم مثال إيجابي يتمثل في شخصية (حارس المعبد) الذي تعود أصوله إلى الشمال، كما سعت القصة إلى إشراك المتابعين، وخاصة من (الجيل Z) الذين قد يجهلون هذه الجوانب التاريخية، من خلال إرفاق القصة بصور ومقاطع فيديو توثق ممارسات العبادة في المعبد.

- **(ترانزيت):** سلسلة مقاطع فيديو تهدف إلى تعريف وتوثيق المعالم السياحية لمدينة (عدن)، وقد اتبعت المنصة نهجاً مبتكراً في تقديم هذه السلسلة؛ من خلال التعاون مع مؤثري منصات التواصل الاجتماعي في المدينة، ويقوم هذا التعاون على اتفاق منفعة متبادلة؛ إذ يشرف فريق المنصة على إنتاج قصص (ترانزيت) التي يقدمها أكثر من مؤثر، وفي المقابل، يستفيد المؤثرون من الظهور في منصة تحظى بعدد كبير من



المتابعين، بينما تستفيد المنصة من الوصول إلى جماهير المؤثرين ومتابعيهم؛ ممّا يوسع نطاق انتشار المحتوى التوثيقي عن (عدن) والمنصة.

- **(جدة خيرة):** عمل توثيقي يبرز شهادة السيدة الثمانينية (خيرة) التي عاشت في مدينة (عدن)؛ إذ تروي هذه السلسلة- في تسع حلقات حوارية، لا تتجاوز مدة الحلقة الواحدة دقيقتين- جوانب من الحياة في ستينيات وسبعينيات القرن الماضي، تشمل عادات المناسبات، والأكلات الشعبية، وذكراياتها مع فترة الاستعمار البريطاني، وغيرها، وحققت هذه القصص مشاهدات واسعة؛ إذ وصلت إحداها إلى ٤٢٤ ألف مشاهدة، وهي القصة التي روت فيها تجربتها في دخول السينما دون علم والدها، واتسمت حكايات الجدة (خيرة) بالعفوية، مدعومة بطريقة حديثها الفريدة واستخدامها اللهجة العدنية ومصطلحاتها، بالإضافة إلى ظهورها بالزي الشعبي الذي بدأ في الاختفاء؛ ممّا أضاف عمقاً وأصالة للعمل، كما لَحَظت الباحثة جرأة السرد في الحلقة الثامنة من سلسلة (جدة خيرة)، المعنونة: (الضابط الإنجليزي)، وفي هذه الحلقة تروي الجدة (خيرة) حكاياتها وشقيقتها مع الضابط الإنجليزي خلال فترة الاستعمار، واللافت في السرد هو الأسلوب الذي اتخذته الضيفة؛ إذ قدمت اتجاهاً إيجابياً نحو الضابط الإنجليزي، مقابل اتجاه سلبي عند ذكر الحكام اليمنيين بعد الاستقلال، وهو ما لا يسمح به الخطاب الإعلامي الرسمي عادةً.

- **(أمثال عدنية):** استعرضت المنصة في سلسلة (أمثال عدنية) أمثالاً شعبية من المدينة، فُدمت في صيغة كاروسيل أو صور مرفقة بشرح لمعناها، ولم تستمر هذه السلسلة في النشر على المنصة.

- **(أيش يعني؟):** تهدف إلى تبسيط وشرح المصطلحات السياسية أو الاقتصادية الشائعة، وقد عُرِضت هذه الشروحات في هيئة كاروسيل، وتضمنت: (أيش يعني دولة نامية؟)، و(أيش يعني اليمن دولة فقيرة؟)، وتوقفت هذه السلسلة عن النشر.

- **(لسان عدن):** تُعنى بتقديم وشرح كلمات من اللهجة العدنية المحلية، وقد استندت المنصة في السلسلة على كتاب (لسان عدن) للمؤلف أمين شمسان، وتوقفت هذه السلسلة أيضاً عن النشر.

بالإضافة إلى ما سبق، تعرض المنصة قصصاً مرئية متنوعة حول مدينة (عدن) وسكانها، لا تتدرج تحت تصنيف محدد، ومن هذه القصص:



أ. **قصص أصحاب الهمم:** مثل قصة (صوت الهممة) عن الطالب الأصم الذي حقق المركز الأول في الثانوية العامة، وقصة (كثير يجرحونا ولكن) عن المهندس الكهربائي الكفيف.

ب. **قصص ذات أبعاد سياسية:** منها قصة (ما فيش عدانية؟! )، وهي القصة التي انتقدت فيها المنصة خطاب التمييز ضد أبناء المناطق الشمالية في (عدن)؛ إذ تم توظيف انتشار "Trend" يتعلق بإصرار مذيعة على معرفة أصول شاب، ورفضها قبول تعريفه بـ«العدني»، إضافة إلى قصة أخرى بعنوان: (من هو العدني؟)، وتشرح من هم أبناء (عدن) من وجهة نظر المنصة.

كما تنتشر المنصة مشاركات المتابعين؛ مثل: صور أجواء الأعياد في المدينة، والاحتفالات بفوز المنتخب اليمني بكأس بطولة اتحاد غرب آسيا للناشئين لكرة القدم عام ٢٠٢١، وغير ذلك.

تجدد الإشارة إلى أن المنصة قد اهتمت بإنتاج بعض القصص التي لا ترتبط بشكل مباشر بتاريخ وموروث مدينة (عدن)، ومن الأمثلة على ذلك: قصص مثل: (قعر جهنم بالمهرة)، و(نازلة حضرموت)، بالإضافة إلى قصة (هل تصل صواريخ اليمن إلى إسرائيل؟) التي حظيت بأكثر من مليون مشاهدة، ويُرر مدير المنصة هذا التنوع في المحتوى بأنه يندرج ضمن أهداف المنصة بشكل غير مباشر؛ إذ يهدف إلى تثقيف المتابعين بما يجري في سياقهم الإقليمي، كما أنه يتماشى مع حواريات المنصات التي تفضل الموضوعات الشائعة.

ومع ذلك، يمكن ملاحظة أن هذا التوسع في الموضوعات قد يؤدي إلى تباين في المحتوى المعروض؛ ممّا قد ينجم عنه تشتت الجمهور، كما أن تناول بعض الموضوعات ذات الحساسية السياسية قد يؤثر في تفاعل الجمهور المستهدف، ويحمل في طياته مخاطر قد تؤدي إلى نفور بعض شرائحه.

### توظيف الذكاء الاصطناعي في عمليات إنتاج محتوى منصة (ناس عدن):

توظف المنصة تقنية الذكاء الاصطناعي في عملية إنتاج محتواها؛ إذ يشير مدير المنصة إلى أن استخدام هذه التقنية هو بمنزلة أداة مساعدة تسهل الإنتاج بشكل مدروس ومحسوب، وقد وُظف الذكاء الاصطناعي لأول مرة في قصة (زلزال عدن الكبير ٣٧٧ م)؛ بهدف توليد الصور والمشاهد التي يصعب إنتاجها؛ نظرًا لارتفاع تكلفتها المادية، وتتنوع استخدامات المنصة الحالية لتقنية الذكاء الاصطناعي لتشمل المجالات التالية:

١- ترجمة النصوص.



٢- أعمال المونتاج.

٣- توليد المشاهد والصور والرسوم.

٤- فحص وتدقيق المعلومات والبيانات (fact-check).

**مصادر الدخل وسياسة الدعم في منصة (ناس عدن):**

تُعد منصة (ناس عدن) نموذجًا للمشروعات الإعلامية الناشئة التي تطورت من مبادرة شبابية تطوعية إلى كيان إعلامي رقمي مستقل، ويعتمد فريق المنصة بشكلٍ رئيسٍ على التمويل الذاتي لتغطية النفقات التشغيلية، التي تشمل: شراء الحقوق الصوتية، واشتراكات الأرشيفات الرقمية، وغيرها من المتطلبات.

وتتبع المنصة سياسة محددة فيما يتعلق بالإعلانات؛ إذ ترفض الإعلانات المباشرة وتُفضل نمط الإعلانات المدمجة ضمن السرد القصصي، وهو ما يضعها في تحدٍّ مع المعلنين الذين يميلون إلى الإعلانات التقليدية، ومع ذلك، نجحت المنصة في جذب بعض الرعاية الذين يفهمون هذا النهج، وقد أشار مدير المنصة إلى أن هذا التفاهم يسود بشكل خاص بين الرعاية من الشباب، ومن الأمثلة على ذلك: الشراكة مع إحدى وكالات السفر لرعاية سلسلة (ترانزيت)، وإعلان لأحد المجمعات التجارية في المدينة نُقِّذ بصيغة (فوكس بوب)، بالإضافة إلى قصة (الكيلو بكم؟) بالتعاون مع منظمة خيرية.

وعلى الرغم من السياسة المتبعة في التمويل ورفض الدعم السياسي والإعلانات المباشرة، فقد لوحظ وجود بعض الاستثناءات؛ إذ نُشر إعلان مباشر لأحد المنتجات، ورعت دائرة الشباب والرياضة في المجلس الانتقالي الجنوبي بعض القصص الرياضية للمنصة.

**سعي المنصة نحو تحقيق الاستدامة:**

عقدت المنصة شراكة مع إحدى شركات الإنتاج الفني في مدينة (عدن)؛ بهدف التحول من النموذج التطوعي إلى الهيكلية المؤسسية لتوفر إطار عمل أكثر احترافية وتنظيمًا لعمليات الإنتاج، ولمنح المنصة كيانًا مؤسسيًا واضحًا يسهل عملية مخاطبة الجهات الداعمة والحصول على تمويل المشروعات المستقبلية.

**التحديات التي تواجه منصة (ناس عدن):**

تواجه منصة (ناس عدن) مجموعة من التحديات المتنوعة التي يسعى فريقها إلى التغلب عليها؛ لضمان استمرارية مشروعهم الرقمي، ويمكن تصنيف هذه التحديات، بناءً على تصريحات القائمين على المنصة، كما يلي:



### أولاً: تحديات متعلقة بمحدودية الموارد والدعم:

تُعد الموارد المحدودة والدعم غير المنتظم من أبرز العقبات التي تواجه المنصة، ونظرًا لأن (ناس عدن) تعمل بشكل تطوعي، وتعتمد بشكلٍ أساسي على المبادرات الشخصية لأعضاء الفريق؛ فإن ذلك يؤثر في عملية انتظام نشر المحتوى، كما تتطلب عملية إنتاج القصص المرئية جهدًا مضاعفًا وتنسيقًا دقيقًا؛ مما يؤدي في بعض الأحيان إلى تأخير في نشر القصص، خاصة مع انشغال أعضاء الفريق بأعمالهم الأساسية.

ولمواجهة هذا التحدي، يعتمد الفريق على استراتيجيات داخلية تشمل: الاتفاق على مواعيد مناسبة لإنتاج المحتوى، وتقسيم المهام بين الأعضاء بما يتناسب مع تخصصاتهم.

### ثانيًا: تحديات العمل في ظل الصراعات السياسية:

يُشكّل العمل في بيئة تشهد صراعات سياسية وعسكرية وعدم استقرار أمني - كما هو الحال في اليمن منذ مارس ٢٠١٥ - تحديًا معقدًا للمنصات الإعلامية مثل: (ناس عدن)، وتتأثر هذه البيئة بحالة الاستقطاب السياسي وسيطرة الأطراف المتصارعة على وسائل الإعلام؛ مما يحد من هامش حرية التعبير.

وينعكس هذا الوضع سلبيًا على عمل المنصة بعدة جوانب؛ أبرزها: خلق حالة من الحذر والتردد عند التطرق لموضوعات قد تُزعج القوى السياسية المسيطرة، ولتفادي الاصطدام المباشر، يعتمد القائمون على المنصة أسلوب المواءمة والتنازل غير المباشر؛ إذ يتم انتقاد بعض الأفكار أو الأفعال بأسلوب سردي غير مباشر.

من جانب آخر، تُسهم الصراعات السياسية بشكل كبير في تراجع النشاط الاقتصادي والانكماش الاستثماري؛ وهذا يؤدي إلى انخفاض الإيرادات الإعلانية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام، سواء التقليدية أو الرقمية، وهو ما تعانيه منصة (ناس عدن)، وعلاوة على ذلك، يتأثر قبول الإعلانات بالتوجه السياسي للرعاة أنفسهم.

كما يؤثر عدم الاستقرار الأمني بشكلٍ مباشرٍ في استعداد السكان للظهور أمام الكاميرا؛ إذ يواجه الفريق الميداني في المنصة ترددًا وقلقًا ملحوظًا من الأفراد عند محاولة إجراء مقابلات مصورة، وينبع هذا التوجس من الخوف من إساءة تفسير أي تصريح بشكل سياسي مغلوط، ولمواجهة هذا التحدي، يعمل فريق المنصة على طمأننة الأفراد؛ من خلال التعريف الواضح بأنفسهم، وشرح طبيعة عمل المنصة وأهدافها، وفي حالات نقص المصادر البشرية المستعدة للحديث، يتم تعويض ذلك باستخدام لقطات بصرية صامتة أو مشاهد عامة تروي القصة بصريًا دون الحاجة إلى تعليقات صوتية مباشرة من السكان.



### ثالثاً: تحديات ضعف البنية التحتية:

تُعوق الانقطاعات الكهربائية الطويلة في مدينة (عدن) عملية إنتاج المحتوى بشكل كبير، وبالإضافة إلى ذلك، يؤدي ضعف خدمة الإنترنت إلى تعطيل اجتماعات الفريق وصعوبة رفع المواد المصورة عبر الإنترنت، ولمواجهة ذلك، يلجأ الفريق إلى ضغط المواد المصورة لتقليل حجمها، والاعتماد على مراكز الإنترنت التجارية لرفعها؛ ما يترتب عليه تكاليف إضافية، وفي بعض الأحيان، يتم رفع المواد مجاناً مقابل الإشارة إلى المركز في المحتوى المنشور.

### رابعاً: صعوبة العثور على شخصيات تاريخية:

يواجه فريق المنصة تحدياً كبيراً في الوصول إلى شخصيات عاصرت تاريخ مدينة (عدن) الحديث، ويعود ذلك بشكل رئيس إلى وفاة كثير منهم، أو هجرتهم، أو عدم رغبة من تبقى في الظهور أمام الكاميرا، إضافة إلى صعوبة الوصول إلى أرشيفاتهم الخاصة، ولمواجهة هذا التحدي، يعتمد الفريق على شبكة العلاقات الاجتماعية والشخصية للمساعدة في البحث عن هذه الشخصيات، وفي حال عدم توفرها، تتم الاستعانة بالصور والوثائق المتاحة لسد الفجوة في السرد التاريخي.

### خامساً: تحديات جمع المعلومات التاريخية:

يواجه فريق المنصة صعوبة في جمع المعلومات الدقيقة والمراجع الأرشيفية الموثوقة الخاصة بتاريخ مدينة (عدن)، ويعود هذا التحدي بشكل أساسي إلى تشتت وفقدان أرشيف المدينة نتيجة للحروب المتتالية، وآخرها حرب مارس ٢٠١٥.

### سادساً: تحديات حقوق الملكية الفكرية:

ومن التحديات: ما تواجهه المنصة من انتهاكات حقوق الملكية الفكرية؛ أبرزها: سرقة المحتوى واستخدامه بشكل غير قانوني، وفي ظل غياب الحلول المباشرة والفعّالة لمواجهة هذه الانتهاكات، تعتمد المنصة بشكل رئيس على آليات الإبلاغ التي توفرها شركة ميتا (Meta) لإزالة المحتوى المسروق.

من ناحية أخرى، يبرز تحدي آخر يتمثل في غياب الوعي لدى المستخدمين حول حقوق النشر؛ إذ لا يزال كثيرون يجهلون أهمية الحصول على الإذن قبل إعادة نشر المحتوى، أو خطورة إزالة العلامة المائية (الوجو) الخاصة بالمنصة؛ بهدف نسب المحتوى إلى جهات أخرى.



### سابعاً: تحديات إدارة المتطوعين:

واجه القائمون على المنصة إشكالية تسريب أفكار محتوى المنصة من قبل بعض المتطوعين، ويعزو مدير المنصة هذه المشكلة إلى غياب الالتزام الرسمي الذي ينبع من طبيعة العمل التطوعي.

### المحور الثاني: نتائج الدراسة التحليلية

#### أولاً: الموضوعات التي تناولتها منصة (ناس عدن):

الجدول رقم (١): يوضح الموضوعات التي تناولتها منصة (ناس عدن)

الكاروسيل		الفيديو		الموضوعات
%	ت	%	ت	
١٠	٣	٢٣	١٨	الاجتماعية
٢٣	٧	١٢	١٠	السياسية
٣	١	١٥	١٢	الإنسانية
٣٢	١٠	١٤	١١	الموروث الثقافي والفني
---	---	٤	٣	الرياضية
---	---	٤	٣	الصحية
---	---	٦	٥	تعريف بالمدينة
---	---	٩	٧	ترفيهية
٢٦	٨	١٠	٨	تاريخية
٦	٢	٣	٢	أخرى
١٠٠	٣١	١٠٠	٧٩	الإجمالي*

\*الإجمالي لا يشير إلى الحجم الكلي للعينة، بل إلى عدد مرات تناول الموضوعات.

يُظهر تحليل مضمون مقاطع الفيديو ضمن منصة (ناس عدن) في الجدول رقم: (١) تركيزاً واضحاً على الموضوعات الاجتماعية، تليها الإنسانية، ثم الثقافية، والسياسية، وهذه النتيجة تتسق بشكل كبير مع الأهداف المعلنة للمنصة، التي تركز على إبراز الموروث الثقافي والاجتماعي لمدينة (عدن)، ونقل القصص الإنسانية، ويُلاحظ تقارب نسبي في طبيعة الموضوعات بين مقاطع الفيديو ومحتوى الكاروسيل، إلا أن الأخير يظهر اختلافاً في الترتيب الأولي للموضوعات، فقد جاءت الموضوعات الثقافية في صدارة محتوى الكاروسيل، تليها الموضوعات ذات الطابع السياسي، ثم الاجتماعي، والتاريخي، ويمكن تفسير هذا التباين بأن تتساقط الكاروسيل بما يتيح من مساحة أكبر لسرد المعلومات المرافقة عبر شرائح العرض - يجعله أكثر ملاءمة للموضوعات التي تتطلب تفصيلاً وسرداً معمقاً؛ مثل: القضايا الثقافية والتاريخية.



كما أن هناك قصصًا حملت أكثر من موضوع مجتمعي، من ذلك: القصص التي جمعت بين الطابع الاجتماعي والإنساني؛ مثل: قصة (الديبول) عن سائقة الحافلة (سهى)، التي تميزت بكونها غير مألوفة في المجتمع اليمني، كذلك، قدمت المنصة قصصًا ملهمة لأصحاب الهمم، مسلطة الضوء على كفاحهم ونجاحاتهم في ظل التحديات الكبيرة التي يواجهونها في اليمن، من حيث الاندماج وتوفير المتطلبات، ومن الأمثلة البارزة: قصة (صوت الهممة) حول الطالب الأصم (علي) الذي حقق المركز الأول في الثانوية العامة، وقصة المهندس الكهربائي الكفيف الذي تحدى إعاقته وعمل في تصليح الكهربائيات؛ بعنوان: (كثير يجرحونا.. ولكن)، أضف إلى ما سبق قصة (جدة خيرة) التي حملت أبعادًا اجتماعية وإنسانية وترفيهية.

كما تضمنت المنصة قصصًا اجتماعية ذات طابع سياسي؛ مثل: (من هو العدني؟)، و(ما فيش عدانية؟!)، ويبدو أن هذه القصص جاءت استجابةً للخطاب العنصري الذي تبنته بعض وسائل الإعلام في الجنوب ضد أبناء المناطق الشمالية، إضافة إلى ذلك، تناولت المنصة قصة (دحباش VS حنتوش)؛ بهدف توضيح الظروف والملابسات المحيطة بهذه التسميات التي أصبحت من أبرز الكلمات التي تغذي العنصرية المنطقية في اليمن.

وعن قصص الموروث الثقافي والفني، فقد تنوعت هذه القصص وشملت الموروث الديني؛ كاحتفالات (عدن) باستقبال شهر رمضان وأطباقه المميزة، وقصص الموروث الغنائي، وذكريات أهالي المدينة مع الأغاني والفنانين.

إضافة إلى القصص التي تناولت المواقع الأثرية في المدينة؛ مثل: قصة (معبد زرادشتي) بعنوان: (نار مقدسة)، التي قدمت تعريفًا بالديانة وآثارها في المدينة، كما شملت هذه الفئة قصة (حارس المعبد)، وقصة صاحب أشهر محل بهارات في المدينة بعنوان: (الكشي)، وهما قصتان جمعتا بين البعدين الإنساني والثقافي.

وعن الموضوعات السياسية والتاريخية، فقد تناولت المنصة قصصًا سياسية ذات طابع تاريخي حول فترة الاستعمار البريطاني للمدينة والاستقلال؛ مثل: قصة (حكاية الاستقلال)، بالإضافة إلى قصة (الاستعمار البغيض) ضمن سلسلة (بدون قص)، التي خرجت عن المؤلف بتسليط الضوء على الجانب الإيجابي للاستعمار، كما شملت هذه الفئة قصصًا سياسية إنسانية؛ كقصة المخرجة العدنية التي روت معاناتها خلال حرب صيف ١٩٩٤م، بعنوان: (شربت ماء البحر)، وقصة (كريتر.. حصار فاننصار) التي تناولت ذكريات أهالي مديرية (كريتر) في أثناء حصارها خلال حرب مارس ٢٠١٥.

وفيما يتعلق بالقصص التاريخية، فقد ركزت المنصة على سرد قصص حول شخصيات تاريخية غير معروفة للعامة عاشت في مدينة (عدن)؛ مثل: قصة (١٥١٣ قصة لم تدرسوها)



عن الأمير مرجان عبد الله الظافري، الذي دافع عن المدينة ضد الحملة البرتغالية، وقد أثارت القصة انتقادات لعدم ذكر مصادرها، كما تناولت المنصة حادثة (اختطاف طائرة اليمدا)، وقصة (زلزال عدن الكبير ٣٧٧م) التي ربطت بين التوقعات الحديثة والزلازل التاريخي، مع استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي لمحاكاة المشاهد التاريخية.

وحظيت القصص الترفيهية بنسب مشاهدة عالية، وتمثلت غالبًا في مقاطع فيديو (فوكس بوب Vox Pop) التي تستطلع آراء الناس حول موضوعات يومية؛ مثل: قصة (بكم تعلق للعيد؟)، وتفضيلات المأكولات، بالإضافة إلى بودكاست (فقاقيع) ذي الطابع الترفيهي، وسلسلة (ترانزيت) التعريفية بالمدينة.

وتطرقت المنصة أيضًا إلى قصص ذات طابع صحي؛ مثل: (هاف تين)، ورياضي ركز على شعبية كرة القدم، واقتصادي؛ كقصة (مرحب رمضان) التي ربطت الاحتفالات الرمضانية بانقطاع التيار الكهربائي.

وبالنظر إلى موضوعات الكاروسيل التي نشرتها المنصة، نلاحظ اختلافًا عن تلك التي ظهرت في مقاطع الفيديو؛ إذ طغت على الكاروسيل الموضوعات المتعلقة بالموروث الثقافي والفني، تليها التاريخية ثم السياسية من حيث أولوية المعالجة، ومن أمثلة ذلك: قصة (متاحف عدن) التي نُشرت بمناسبة اليوم العالمي للمتاحف، وقصة (١٥١٦ حين هزم العدنيون الدولة المملوكية) التي سلطت الضوء على انتصار الجيش العدني بقيادة الأمير مرجان الظافري على الحملة المملوكية على عدن.

ومن القصص ذات الصبغة الثقافية فوز فيلم (المرهقون) للمخرج العدني عمرو جمال، بالجائزة الكبرى في الدورة الخامسة من مهرجان الدار البيضاء للفيلم العربي، وسلسلة (الأمثال العدنية)، وقصة (لبيش المجلس التشريعي)؛ إذ ربطت المنصة -بصفتها راعيًا إعلاميًا لمسرحية (هاملت)- بين سبب اختيار مبنى المجلس التشريعي بوصفه أحد أبرز المعالم في عدن، مكانًا لإقامة المسرحية، ومعلومات حول عرض المسرحية.

أيضًا قصة (البال بال.. فن عرفته عدن قبل أكثر من ٧٠٠ عام)، التي عرفت بفن عربي قديم كان حاضرًا في عدن، وقصة (عدن في العهد القديم) التي تناولت ذكر المدينة في التوراة، وقصة (ماذا نشرت الصحافة العدنية في ٤ رمضان ذلك العام؟) التي ربطت بين قدوم شهر رمضان وترحيب صحيفة (فتاة الجزيرة) أقدم صحيفة أهلية في عدن، بالشهر الكريم.

وعن الموضوعات السياسية والتاريخية المعاصرة، عالجت قصص الكاروسيل التي تم تحليلها موضوعات مثل: ذكرى حرب صيف ١٩٩٤م على مدينة (عدن)، وقصة (صالح وعدن



١٩٩٠-٢٠١٧.. كيف تعامل مع المدينة؟) التي نُشرت في شهر مقتله، ومالت نحو اتجاه سلمي ضد الرئيس الأسبق علي عبد الله صالح.

وسلسلة (أيش يعني؟) التي شملت قصصًا مثل: (أيش يعني فك الارتباط؟)، و(كيف كانت تمنح الجنسية الجنوبية؟)، و(ما هو الميثاق الوطني الجنوبي؟) الذي نُشر في يوم توقيعه (٨ مايو ٢٠٢٣م).

وعلى الرغم من مساعي المنصة للنأي بنفسها عن الفصائل السياسية، يمكن تفسير بعض المنشورات ذات الطابع السياسي بأن القائمين عليها يحملون توجهًا متوافقًا مع الأحزاب السياسية المطالبة بعودة دولة ما قبل الوحدة اليمنية، وعلى رأسها المجلس الانتقالي الجنوبي، أو أنها -أي: المنشورات- تعكس سعي المنصة إلى مواءمة الفصيل السياسي المسيطر على مدينة (عدن)، الذي يمتلك صلاحيات منح تصاريح التصوير في مناطق سيطرته.

كما تضمنت المنصة قصة ذات طابع سياسي واقتصادي بعنوان: (كم سنة تحتاج بلدنا لتستقر؟ مقارنة بين مدينة عدن وسنغافورة).

ومن القصص الاجتماعية التي عالجتها المنصة عبر الكاروسيل: قصة (هل نحن شعب عنصري؟)، هذه القصة عرضت بعض تعليقات الجمهور على منصات التواصل الاجتماعي بعد حملة نفذتها السلطة المحلية لإحدى مديريات (عدن)، التي أثارت نقاشًا واسعًا على المنصات.

وفي كاروسيل تفاعلي جاء بمنزلة رد مباشر على تعليقات الجمهور المشككة في المعلومات الواردة حول قصة (١٥١٣ قصة لم تدرسوها)، عرضت المنصة بعض التعليقات المشككة من متابعيها، وردت عليها بتقديم المصادر التي استندت إليها المعلومات، وحملت القصة عنوانًا مباشرًا: (لماذا يشكك البعض في تاريخ عدن؟.. شاركونا آراءكم بشفافية ونجيبهم بشفافية).

### ثانيًا: اللغة المستخدمة في عرض القصص المرئية لدى منصة (ناس عدن):

الجدول رقم (٢): يوضح اللغة المستخدمة في عرض القصص المرئية لدى منصة (ناس عدن)

اللغة	مقاطع الفيديو		الكاروسيل	
	ت	%	ت	%
اللهجة المحلية	٣٤	٥٣	١	٤
اللغة العربية	١٥	٢٣	٢٤	٨٩
اللغة الإنجليزية	١٥	٢٣	٢	٧
الإجمالي*	٦٤	٩٩	٢٧	١٠٠

\*الإجمالي لا يشير إلى الحجم الكلي للعينة، بل إلى عدد مرات تناول الموضوعات.



وفقاً للبيانات الواردة في الجدول رقم: (٢)، يلاحظ تباين واضح في استخدام اللهجة المحلية واللغة العربية الفصحى عبر أنواع المحتوى المختلفة للمنصة.

إذ جاء استخدام اللهجة المحلية لسكان مدينة عدن (اللهجة العدنية) في المرتبة الأولى ضمن مقاطع الفيديو بنسبة ٥٣%، وهذه النتيجة تُعد متوقعة ومنطقية، ويمكن تفسيرها بالاستفادة من نتائج الجدول رقم: (١)، الذي أظهر أن الموضوعات الاجتماعية والإنسانية، وموضوعات الموروث الثقافي والفني؛ قد حظيت بأولوية في المعالجة ضمن هذا النوع من المحتوى، وتوظيف اللهجة المحلية هنا يضمن وصول المحتوى إلى المتابعين من أبناء مدينة (عدن) وخارجها بشكل أسرع، ويمس مشاعرهم بشكل أعمق، ويجعلهم يشعرون بأن المنصة تحكي قصصهم وتراثهم الشعبي غير المادي.

وعلى النقيض من مقاطع الفيديو، بلغ استخدام اللغة العربية الفصحى نسبة عالية في محتوى الكاروسيل؛ إذ وصلت إلى ٨٩%، ويعود هذا الارتفاع إلى طبيعة الكاروسيل ونوعية الموضوعات التي يعالجها، والتي يغلب عليها الطابع الثقافي والتاريخي والسياسي.

ومع ذلك، لوحظ توظيف محدود للهجة المحلية في الكاروسيل في حالات معينة؛ مثل: قصة (لماذا يشكك البعض في تاريخ عدن؟.. شاركونا آراءكم بشفافية ونجيبهم بشفافية)؛ إذ نُشرت تعليقات المتابعين بلهجاتهم المحلية دون تعديل.

كما أظهرت النتائج استخدام اللغة الإنجليزية كترجمة مكتوبة في القصص الخاصة بمقاطع الفيديو بنسبة ٢٣%، ويمكن تفسير هذه النتيجة بتأخر المنصة في إرفاق الترجمة المكتوبة باللغة الإنجليزية في الوصف التوضيحي (Caption) لقصصها المنشورة بالفيديو؛ إذ بدأت في ذلك بدءاً من عام ٢٠٢٤، وفقاً لمشرف المنصة.

### ثالثاً: مدة عرض مقاطع الفيديو وعدد شرائح الكاروسيل الخاصة بالقصص المرئية لدى منصة (ناس عدن)

الجدول رقم (٣): يوضح مدة عرض مقاطع الفيديو وعدد شرائح الكاروسيل الخاصة بالقصص المرئية لدى منصة (ناس عدن)

الإجمالي	عدد شرائح الكاروسيل						مدة عرض مقاطع الفيديو								
	٥ شرائح فأكثر		٣-٤ شرائح		شريحتان		الإجمالي		أكثر من ٣ د		١-٣ د		أقل من دقيقة		
٢٤	ت	١٤	ت	٨	ت	٢	ت	٤٨	ت	١١	ت	٢٨	ت	٩	ت
٩٩	%	٥٨	%	٣٣	%	٨	%	١٠٠	%	٢٣	%	٥٨	%	١٩	%



تُشير البيانات في الجدول رقم: (٣) إلى أن ٥٨% من مقاطع الفيديو المعروضة تتراوح مدتها بين دقيقة واحدة وثلاث دقائق، وتُعد هذه النتيجة مبررة بالنظر إلى طبيعة خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي، لا سيما (إنستجرام)، التي تُعطي الأفضلية للمقاطع القصيرة؛ لزيادة انتشارها ووصولها إلى المتابعين وغير المتابعين على حد سواء، ويتمشى هذا التوجه مع سعي القائمين على المنصة إلى تحقيق أعلى نسب مشاهدة؛ ومن ثمَّ زيادة عدد المتابعين؛ بما يُسهم في تحقيق أهدافهم.

ومن الملاحظ أن غالبية المقاطع ضمن هذه الفئة لم تتجاوز الدقيقة والنصف، وهو ما يُعد مؤشراً إيجابياً في عالم منصات التواصل الاجتماعي؛ نظراً لفاعلية المحتوى القصير في جذب الانتباه، ويُعزز ذلك حقيقة أن بعض هذه المقاطع قد حققت أكثر من ٥٠ ألف مشاهدة، وهو ما سيتم تفصيله لاحقاً في الجدول رقم: (٥).

في المقابل، شكَّلت القصص التي تزيد مدتها على ثلاث دقائق نسبة ٢٣%، ووصل أطولها إلى ٨:٣١ دقيقة ضمن سلسلة (ناسنا) التي خصصت إحدى حلقاتها لقصة (المعلم نبيل)، أمَّا مقاطع الفيديو التي لم تكمل الدقيقة الواحدة، وشكَّلت ١٩% من المحتوى؛ فقد تنوعت بين مقاطع فوكس بوب "Vox Pop" التي تناولت أسئلة حول تفضيلات الوجبات الشعبية وأسعار الحلاقة في أعياد عدن، بالإضافة إلى مقاطع فيديو حول قصائد شعرية عن المدينة وبودكاست (فقايع).

وفيما يخص عدد شرائح الكاروسيل، يُوضح الجدول أن الشرائح التي تحتوي على خمس شرائح فأكثر هي الأكثر انتشاراً بنسبة ٥٨%، تليها الشرائح التي تتضمن من ٣ إلى ٤ شرائح بنسبة ٣٣%، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى طبيعة القصص التي يحتويها هذا النوع من المحتوى؛ إذ إن غالبية هذه القصص ذات طابع ثقافي وتاريخي وسياسي، وتتطلب هذه الموضوعات -غالباً- تفصيلاً وسرداً معمقاً؛ ممَّا يستدعي استخدام عدد أكبر من الشرائح التي تجمع بين الصور والرسوم الجرافيكية، مع شرح أو تفسير أو تعليق مصاحب لكل منها.

#### رابعاً: مدى التزام منصة (ناس عدن) بتقديم مصادر المعلومات المذكورة في محتواها:

الجدول رقم (٤): يبين مدى التزام منصة (ناس عدن) بتقديم مصادر المعلومات المذكورة في محتواها

الكاروسيل		مقاطع الفيديو		الخيارات
%	ت	%	ت	
٣٣	٨	٦	٣	تمت الإشارة إلى مصادر المعلومات
٢٩	٧	١٧	٨	لم تُذكر مصادر المعلومات
٣٨	٩	٧٧	٣٧	القصة لا تستدعي ذكر مصادر للمعلومات
١٠٠	٢٤	١٠٠	٤٨	الإجمالي

وفقًا لنتائج الجدول رقم: (٤)، يتبين أن أغلب المحتوى المرئي المنشور على منصة (ناس عدن) لا يستدعي ذكر مصادر المعلومات داخل مقاطع الفيديو بنسبة (٧٧%)، والكاروسيل بنسبة (٣٨%)، ويُعزى ذلك إلى طبيعة هذه القصص التي تركز بشكلٍ أساسي على الحكايات الشخصية والتوثيق الاجتماعي وغير المادي لمدينة (عدن)، وتتضمن هذه الفئة سلاسل مثل: (ناسنا)، و(جدة خيرة)، وسلسلة (بدون قص) التي تستعرض ذكريات الحياة في المدينة خلال ستينيات وسبعينيات القرن الماضي، وسلسلة (ترانزيت) التي تُعنى بالتعريف بالمدينة وأماكنها السياحية.

وعلى الرغم من حرص المنصة على الإشارة إلى أصحاب مقاطع الفيديو والصور الأصلية لحفظ حقوقهم الفكرية، يُؤخذ عليها عدم ذكر مصادر المعلومات في بعض القصص ذات الطابع الثقافي والتاريخي والسياسي؛ إذ بلغت هذه النسبة ١٧% في مقاطع الفيديو، و ٢٩% في الكاروسيل، ومن الأمثلة على ذلك: قصة (١٥١٣ قصة لم تدرسوها)، وقصة (زلزال عدن الكبير ١٣٧٧م)، بالإضافة إلى قصص حول أحداث سياسية؛ مثل: (حرب صيف ١٩٩٤م).

وتُغزو المنصة عدم ذكر مصادر المعلومات في بعض قصصها إلى اعتبارات تقنية مرتبطة بطبيعة منصة (إنستجرام)، وتكتفي بالإشارة إلى اسم الباحث الذي استندت إليه في بعض الحالات.

واستجابةً لذلك، خصصت المنصة قصة كاروسيل بعنوان: (لماذا يشكك البعض في تاريخ عدن؟.. شاركونا آراءكم بشفافية ونجيبهم بشفافية)، وقد عرضت المنصة في هذا الكاروسيل بعض التعليقات المشككة من متابعيها، وقدمت ردودًا مدعومة بالمصادر التي استندت إليها المعلومات، ويرى مشرف المنصة أن هذا النوع من الاستجابة أو الرد على تعليقات الجمهور، يمثل أسلوبًا جديدًا في اليمن، وهو ممارسة شائعة في دول أخرى كالولايات المتحدة للرد على تساؤلات الجمهور حول المحتوى الإعلامي المنشور.

وترى الباحثة أن محاولة المنصة الابتكار ومواكبة الأفكار الجديدة في هذا الجانب أمر إيجابي، ومع ذلك، فضرورة الانتباه إلى ملاءمة بعض التجارب والأفكار كهذا النوع من التفاعل مع مستوى معرفة وتقبل المجتمع المحلي، كما كان يمكن للمنصة الرد على التعليقات المشككة بطريقة أقل حدة مما ظهر في عنوان القصة، الذي قد يُفهم بأنه يحمل طابعًا اتهاميًا للذين يعترضون على المعلومات التاريخية غير الموثقة.

وفيما يتعلق بالإشارة إلى مصادر معلومات القصص، بلغت نسبتها ٦% في مقاطع الفيديو، وتمثلت في ذكر اسم شاعر القصائد المنشورة في سلسلة (ومضة ثقافية)، وفي المقابل، كانت النسبة أعلى في قصص الكاروسيل؛ إذ بلغت ٣٣%، وشملت الإشارة إلى المصادر في قصص مثل: (صور نادرة لحياة الناس ولباسهم في عدن في نهاية ثلاثينيات القرن الماضي)،



و(صناعة العطور في عدن قبل ألف عام)، وسلسلة (لسان عدن)، كما تمت الإشارة إلى المصادر في التعليقات الخاصة بقصة (١٥١٦ حين هزم العدنيون الدولة المملوكية).

**خامساً: مستويات التفاعل التي تحظى بها القصص المنشورة على منصة (ناس عدن):**

الجدول رقم (٥): يوضح مستويات التفاعل التي تحظى بها القصص المنشورة على منصة (ناس عدن)

مشاركة		تعليق		إعجاب		المشاهدات		مشاركة		تعليق		إعجاب		نوع التفاعل	مدى التفاعل
٥٨	١٤	١٠٠	٢٤	٤٦	١١	-	-	٣٣	١٦	٩٦	٤٦	٢١	١٠	أقل من ١٠٠٠	
-	-	-	-	٥٤	١٣	١٩	٩	٣٨	١٨	٤	٢	٦٦	٣٢	من ١٠٠٠ إلى ١٠ آلاف	
-	-	-	-	-	-	٢١	١٠	٢	١	-	-	١٢	٦	أكثر من ١٠ آلاف إلى ٥٠ ألفاً	
-	-	-	-	-	-	٢٣	١١	-	-	-	-	-	-	أكثر من ٥٠ ألفاً إلى ١٠٠ ألف	
-	-	-	-	-	-	٣١	١٥	-	-	-	-	-	-	أكثر من ١٠٠ ألف إلى ٥٠٠ ألف	
-	-	-	-	-	-	٦	٣	-	-	-	-	-	-	أكثر من ٥٠٠ ألف	
٤٢	١٠	-	-	-	-	-	-	٢٧	١٣	-	-	-	-	انعدام التفاعل	
١٠٠	٢٤	١٠٠	٢٤	١٠٠	٢٤	١٠٠	٤٨	١٠٠	٤٨	١٠٠	٤٨	١٠٠	٤٨	الإجمالي	

تُظهر نتائج الجدول رقم: (٥)، تفاعل الجمهور مع المحتوى المرئي المقدم على المنصة، وبشكل خاص مقاطع الفيديو؛ إذ بلغت نسبة الإعجابات التي تراوحت بين ١٠٠٠ و ١٠ آلاف إعجاب ٦٦% في مقاطع الفيديو، و ٥٨% في الكاروسيل، وفي المقابل، لم تتجاوز مستويات التفاعل عبر التعليقات فئة الـ ١٠٠٠ تعليق، بنسبة ٩٦% في مقاطع الفيديو و ١٠٠% في الكاروسيل، أمّا التفاعل عبر المشاركات، فكانت النسب متقاربة بين الفئتين الأولى والثانية في مقاطع الفيديو، بينما كانت أقل من ١٠٠٠ مشاركة في الكاروسيل بنسبة ٥٨%، ويمكن وصف هذه النسب بالمتوقعة؛ إذ يميل المتابعون -في ظل كثافة الرسائل اليومية على منصات التواصل الاجتماعي- إلى (التفاعل الصامت) أو الاكتفاء بالمشاهدة، وقد يعود ذلك أيضاً إلى طبيعة خوارزميات المنصات.

وتُبرز النسب في الجدول نفسه ارتفاع مشاهدات مقاطع الفيديو؛ إذ جاءت الفئة الأكثر

مشاهدة (أكثر من ١٠٠ ألف إلى ٥٠٠ ألف مشاهدة) بنسبة ٣١%، وتضمنت قصصًا من سلسلة (ترانزيت) و(جدة خيرة)، بالإضافة إلى قصص (فوكس بوب) وغيرها، تلتها بنسبة ٢٣% الفئة التي تجاوزت ٥٠ ألفًا حتى ١٠٠ ألف مشاهدة، ويمكن الربط بين نسب المشاهدات العالية والاستراتيجية التي تتبعها المنصة لجذب متابعيها؛ إذ تركز على محاور أساسية في إنتاج القصص، ويُجمل منتج المنصة هذه المحاور في الآتي:

١- النوستالجيا والحنين إلى الماضي.

٢- تقديم الجانب الآخر للتاريخ (السردية الأخرى).

٣- الاهتمام بالذاكرة الشفوية والتراث غير المادي.

٤- تجسيد صوت الشارع.

أمّا المشاهدات التي فاقت ٥٠٠ ألف، فقد بلغت نسبتها ٦%، وتمثلت في قصة (الدربول)، وقصص (فوكس بوب) الترفيهية خلال شهر رمضان؛ مثل: (أطباق عدنية رمضان.. أيش طبقك المفضل؟)، وقصة (بكم تحلق للعيد؟) التي بلغت مشاهداتها ٧١٥ ألف مشاهدة. ويُلاحظ أيضًا أن المتابعين تفاعلوا بشكل كبير مع استطلاع الرأي المصاحب لهذه القصة؛ إذ بلغ عدد التصويتات ما يقارب ٣١٨٨ شخصًا.

كما يُشير الجدول إلى أن عدم تفاعل الجمهور مع قصص الكاروسيل كان أعلى منه في مقاطع الفيديو بنسبة ٤٢%؛ ربما لطبيعة الكاروسيل الذي غالبًا ما يُستخدم لتقديم معلومات مفصلة، التي قد تتطلب وقتًا أطول للاطلاع عليها وتجعل مشاركتها أكثر صعوبة، فكلما كان المحتوى أبسط، زادت احتمالية مشاركته.

ومن الملاحظ أن المنصة تولي اهتمامًا كبيرًا بإضافة أسئلة مع النص المصاحب للصور أو مقاطع الفيديو (Caption)؛ بهدف تحفيز الجمهور إلى التفاعل وطرح آرائهم، إضافة إلى ذلك، تحرص المنصة على تضمين استطلاعات الرأي مع قصص (فوكس بوب) التي تحظى برواج واهتمام من المتابعين للمشاركة فيها، كما ذكر سابقًا.

وبعيدًا عن الأرقام ومستويات التفاعل الظاهرة على المنصة، كان هناك أثر ملموس، وإن كان وقتيًا أو في شكل تفاعل غير مباشر، ظهر بعد عرض بعض القصص، وفقًا لمنتج المنصة، ومن أمثلة ذلك: التفاعل الرسمي والشعبي مع قصة (المعلم نبيل) التي أسفرت عن إطلاق حملة شعبية لدعمه ومقابلته رئيس الوزراء السابق، وكذلك وعود الحكومة اليمنية للطالب المتفوق بطل قصة (صوت الهمة) بمنحة للدراسة الجامعية (وإن لم تتحقق)، ودعم المهندس الكهربائي الكفيف بأدوات كهربائية لتطوير ورشته.



## مناقشة النتائج

يتضح من نتائج الدراسة أن منصة (ناس عدن) استطاعت استثمار ظروف جائحة (كوفيد-١٩) وارتفاع عدد المتابعين في تطوير أدائها، وإطلاق هوية وشعار جديدين في أكتوبر ٢٠٢٠، والانتقال من الاعتماد على مشاركات الجمهور إلى إنتاج محتوى مرئي خاص بها؛ ما أضفى عليها طابعاً مؤسسياً، وبوصفها مبادرة شبابية تطوعية، اتسمت مراحلها الأولى بطابع تجريبي انعكس في عدم استمرارية بعض أشكال المحتوى نتيجة ضعف التفاعل في البدايات، وهو ما يتقاطع مع ما توصلت إليه دراستا: أبو شريفة (٢٠٢٤)، وبن شراد ورحموني (٢٠٢١) اللتان أشارتا إلى تحوُّل المبادرات الشبابية من شغف فردي إلى مشروعات إعلامية شبه مؤسسية مع اتساع الجمهور وتنامي الثقة بالمحتوى، ويعكس هذا التحول انتقال الإعلام المحلي من نموذج تقليدي موجه إلى إعلام مبادر ينطلق من القاعدة المجتمعية، ويؤسس لخطاب بديل يحمل هوية المدينة.

وفي سياق التكيف مع محدودية الإمكانيات، ابتكرت المنصة أساليب متعددة لضمان استمرارية المحتوى؛ من خلال توظيف العلاقات الاجتماعية، والمعدات الشخصية، والتعاون مع مؤثرين، والاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي منخفضة التكلفة، وهو ما يتوافق مع نتائج دراستي: Sachan et al. (2024)، وPérez and Alba (2024) اللتين أكدتا أن نجاح الإعلام الرقمي الناشئ يرتبط بالابتكار، والتكامل بين المحتوى والجمهور والتكنولوجيا، وفي المقابل، تواجه المنصة تحديات تتعلق بالحفاظ على استقلاليتها والاستدامة التمويلية في ظل بيئة سياسية وأمنية غير مستقرة، وهي تحديات تتسق مع ما خلصت إليه تقارير مركز مهارات ودويتشه فيله (٢٠١٩) بشأن القيود التي تواجه المؤسسات الإعلامية الناشئة في البيئات الهشة.

كما أظهرت النتائج توافق موضوعات المنصة مع أهدافها المعلنة، من حيث التركيز على القضايا الاجتماعية، والموروث الثقافي، والقصص الإنسانية والتاريخية المرتبطة بمدينة (عدن)، وهو ما ينسجم مع ما توصلت إليه دراسة Al-Shami (2025) حول تنوع القصص المجتمعية في منصة (AJ+)، وأسهم توظيف اللهجة العدنية في المحتوى المرئي في تعزيز الواقعية والتفاعل العاطفي وحفظ الموروث الشفهي، في حين جاءت العربية الفصحى في محتوى الكاروسيل لملاءمتها الطابع الثقافي والتاريخي، مع توجه حديث لإضافة ترجمة إنجليزية لتوسيع دائرة الجمهور، وأشارت النتائج إلى أن المحتوى المرئي القصير حقق أعلى نسب مشاهدة وتفاعل، خاصة مقاطع (فوكس بوب)، بما يتماشى مع خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي، رغم ملاحظة غياب الإشارة إلى مصادر بعض القصص؛ وهو ما قد يؤثر في مصداقية المحتوى.



وأخيراً، كشفت الدراسة عن وجود أثر مجتمعي ملموس لبعض قصص المنصة، تمثل في تفاعلات شعبية ورسمية وحملات دعم إنسانية؛ الأمر الذي يؤكد قدرة المنصات الرقمية المحلية على إحداث تأثير اجتماعي فعلي، ولو بصورة جزئية أو مؤقتة.

### الخاتمة والاتجاهات البحثية المستقبلية

تشير نتائج الدراسة إلى أن المنصات الرقمية المحلية مثل: (ناس عدن)، تؤدي دوراً متنامياً في تشكيل خطاب إعلامي بديل يعكس الهوية المحلية، ويستثمر أدوات التكنولوجيا الرقمية، وتبرز الحاجة مستقبلاً إلى توسيع البحث ليشمل دراسة نماذج التمويل المستدام للمنصات الرقمية الناشئة وأثرها في استقلالية المحتوى الإعلامي، لا سيما في البيئات التي تشهد انقطاعاً سياسياً أو اقتصادياً، إلى جانب تحليل استراتيجيات التكيف الرقمي للمبادرات الإعلامية الشبابية في ظل ضعف البنية التحتية، كما تقترح الدراسة إجراء دراسات مقارنة للإعلام الرقمي المحلي في الدول العربية، خاصة في سياقات الأزمات أو النزاعات، وتحليل تمثيلات الهوية الثقافية في الخطاب الرقمي ودور الجمهور بوصفه شريكاً فاعلاً في إنتاج المحتوى وتوجيهه.

### المراجع

#### أولاً: المراجع العربية:

أبو شريفة، حسن بن أحمد. ٢٠٢٤. اتجاهات الجمهور السعودي نحو التفاعل مع المحتوى المقدم من قبل شركات الإنتاج المرئي الرقمي الناشئة في المملكة العربية السعودية: دراسة مسحية. المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات. (١٢): ٦٤-٣. 10.21608/IJMCR.2024.353918

أبو شريفة، حسن بن أحمد. ٢٠٢٤. رؤية الخبراء وملاك المشروعات الإعلامية لتأثير تطبيق نماذج الأعمال الجديدة في تطوير صناعة الإنتاج المرئي الرقمي للشركات الإعلامية السعودية الناشئة. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال. (٤٥): ٣١٩-٢٧٨. 10.21608/JKOM.2024.360794

بن شراد، محمد أمين، لبنى رحموني. ٢٠٢١. التدوين عبر الفيديو (Vlogging) أداة للترويج للموروثات الثقافية الجزائرية. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية. ٥ (١): ٣٧-٢٢. <https://asjp.cerist.dz/en/article/163091>

رشدي، غادة حسام الدين محمد. ٢٠٢٤. التراث الثقافي العربي في عصر الرقمنة الإعلامية بين التحديات والفرص: دراسة استطلاعية مقارنة لكيفية توظيف مستجدات الإعلام الرقمي في حفظ ونشر التراث الثقافي العربي. مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية. ٤: ١٥٥-٢٥٥. 10.21608/MJOMS.2024.286297.1152



الشركات الإعلامية الرقمية الناشئة في العالم العربي نموذج لبنان والمغرب والأردن (حالات وتطبيقات)، مؤسسة مهارات وأكاديمية دوتشه فيله، ٢٠١٩، الشركات الإعلامية الرقمية الناشئة في العالم العربي ٢٠١٩.

طابع، سامي. ٢٠١٣. بحوث الإعلام. القاهرة: دار النهضة العربية.

محمد، رحاب عصام حسني. ٢٠٢١. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على التراث الثقافي المغربي. المجلة الدولية للدراسات متعددة التخصصات في بحوث التراث. ٤(١):

<https://url-shortener.me/9P35> .٤٤-٢٤

### ثانيًا: المراجع الأجنبية:

Al-Shami, Abdulrahman M. 2025. "Digital Storytelling: An Experience from the Arab World Perspective: How Aj+ Creates a New Form of Storytelling." *e-Journal of New Media* 9 (1): 1–30.

[https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2025/ejnm\\_v9i1001](https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2025/ejnm_v9i1001)

Pavlik, John V. 2013. "Innovation and the Future of Journalism." *Digital Journalism* 1 (2): 181–93.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666>

Pérez-Seijo, Sara, and Alba Silva-Rodríguez. 2024. "Innovation in Digital Media beyond Technology: The Audience-Centered Approach and Pending Challenges." *Journalism and Media* 5: 311–324.

<https://doi.org/10.3390/journalmedia5010021>.

Preston, P., Kerr, A., & Cawley, A. (2009). Innovation And Knowledge In The Digital Media Sector: An information economy approach. *Information, Communication & Society*, 12(7), 994–1014. <https://doi.org/10.1080/13691180802578150>

Sachan, Pushpendra, Chandramouly Pandey, and Sanchita Gupta. 2024. "Entrepreneurship in the Field of Media Digital." *Futuristic Trends in Management*, IIP Series, vol. 3, book 14, part 2, chap. 2.

<https://www.iipseries.org/assets/docupload/rs12024AD9485D23B6DB6E.pdf>.

Shorty Awards. 2025. "Ezat Wagdi Ba Awaidhan." *Shorty Awards*. Accessed May 19, 2025. <http://shortyawards.com/17th/ezat-wagdi-ba-awaidhan-2>.

Usher, N. (2017). Venture-backed News Startups and the Field of Journalism: Challenges, changes, and consistencies. *Digital Journalism*, 5(9), 1116–1133.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1272064>