تمثلات الواقع اليمني في ظروف الحرب من خلال تفاعلية المشاركين مع الصورة في المجتمعات الافتراضية

(دراسة تحليلية على صفحة الباحث في فيسبوك 2021)

Representations of the Yemeni Reality in The Conditions of War Through The Interaction of Participants with The Image in Virtual Societies (Analytical Study on the Researcher's Facebook Page 2021)

د. إسماعيل عبد الحافظ شائف العبسي*

Dr. Ismail Abdel Hafez Shaef Al-Absi

DOI: https://doi.org/10.52981/cs.v7i1.2119

المستخلص:

هدف البحث للتعرف على تمثُّلات الواقع اليمني في المجتمعات الافتراضية في ظروف الحرب، من خلال التفاعلات بالمشاهدة والأيقونات والتعليقات الايجابية والسلبية مع الصُّور الثابتة، التي تم عرضها عبر نافذة "إنشاء قصة" على صفحة الباحث في منصة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) لتكون مجتمع البحث وعينته، واستخدم المنهج الوصفي التحليلي في تحليل التفاعلات، وقد بلغ عدد الصور(60) صورة ثابتة في الفترة الممتدة (15/ 1 – 3/21 /2021)، توزعت كل أربع صوَر في كل موضوع من موضوعات الواقع اليمني، وأبرز النتائج التي توصل إليها البحث: أن صوَر موضوعات النخب النسوية اليمنية البارزة، ويمنيات بأزياء تراثية والممثلون تحظى بأولويات تمثُّلات الواقع اليمني، من خلال التفاعلات الأيقونية، بنسبة عالية، بلغت (32.21 %)، ومن خلال التفاعل بالمشاهدة، بنسبة عالية بلغت (30.20%)، كما جاءت هذه الموضوعات في صدارة التمثُّلات الايجابية من خلال التفاعل بالتعليقات الايجابية، ومعها صور موضوعات الرقص الشعبي المشترك (رجال، نساء)، وعلماء ومفكرون معاصرون، وشعراء وأدباء، بنسبة بلغت (73.21%) من التمثلات المرتفعة. ولم تُظهر أية تمثُّلات إيجابية عالية في صوَر الموضوعات السياسية والاقتصادية والعلمية والفكرية والأدبية والفنية والحضارية. فيما بيّنت النتائج غلبة التمثُّلات

*أستاذ علوم الإعلام والاتصال المساعد قسم الإعلام، كلية العلوم الإدارية والإنسانية، جامعة العطاء للعلوم والتكنولوجيا، تعز، الجمهورية اليمنية

المتوسطة، من خلال التفاعل بمشاهدة صوَر الأطراف السياسية اليمنية المتحاربة، وتصدر حزب التجمع اليمني للإصلاح التمثلات السلبية، من خلال التفاعلات الأيقونية، ثم موضوعات التجار ورجال الأعمال والسلطة الشرعية وإتباع الرئيس السابق علي عبد الله صالح، وقضايا الرأي العام والدمار الذي خلفه الحرب والحوثيون (أنصار الله)، بنسبة (78.70%) من التمثلات المتوسطة.

الكلمات المفتاحية: تمثُّلات الواقع، المجتمعات الافتراضية، التفاعلات، الصورة.

Abstract:

The aim of the research is to identify the representations of the Yemeni reality in virtual societies in the conditions of war, through interactions with viewers, icons, and positive and negative comments with static images, which were displayed through the "Create a Story" window on the researcher's page on the social networking platform (Facebook) to be the research community and its sample. The analytical descriptive approach was used in analyzing the interactions, and the number of images reached (60) static images during the extended period (1/1 - 21/3/ 2021), each four images were distributed in each of the topics of the Yemeni reality, and the most prominent findings of the research : The images of the topics of prominent Yemeni feminist elites, Yemeni women in traditional costumes and actors are given priority by representations of the Yemeni reality, through iconic interactions, with a high rate of (32.21%), and through interaction by viewing, at a high rate of (30.20%), as these topics came In the forefront of positive representations through interaction with positive comments, and with them pictures of common folk dance topics (men, women), scholars and contemporary thinkers, poets and writers, with a percentage of (73.21%) of the high representations. It did not show any positive high representations in the images of political, economic, scientific, intellectual, literary, artistic and civilized subjects. While the results showed the predominance of medium representations, through the interaction by watching the images of the warring Yemeni political parties, the Yemeni Congregation for Reform Party topped the negative representations, through the iconic interactions, then the topics of merchants, businessmen, the legitimate authority and the followers of former President Ali Abdullah Saleh, and issues of public opinion and the destruction that He was succeeded by the war and the Houthis (Ansar Allah), with a percentage of (78.70%) of the average representation.

Keywords: Representations, Yemeni reality, virtual societies, image

المقدمة:

تعبِرُ التمثُّلات الاجتماعية (social representations) عن الوعي الجمعي المشترك للأفراد والجماعات في المجتمع الواحد، فهي مرجعيتهم الأولى في تفسير كل ما يدركونه في واقعهم، وتوجيه آرائهم ومواقفهم وتصرفاتهم تجاه العالم من حولهم، كونها المُعبرة عن الكيان والهوية المشتركة، كما في المقاربة الدوركايمية (Durkheim 1898)، التي تمحوَّر اهتمامها في دراسة تأثير المجتمع (the society) (نظم، قيم، عادات، تقاليد، ثقافة، عقيدة) على الأفراد ودورهم في توجيه وتنميط سلوكياتهم (سلباً، إيجاباً).

وإذا كانت هذه المقاربة قد ظلّت محوَر الاهتمامات البحثية في علم النفس وعلم النفس الاجتماعي وعلم النفس المعرفي، إلا أن التطوّر الذي شهدته وسائل الاتصال الحديثة، منذ ستينات القرن الماضي؛ قد أحدث تحولات عميقة في تلك المقاربات والمفاهيم، إذ لم تعد النُظم الاجتماعية متفردة في تحديد وتوجيه معلومات ومعارف الأفراد المؤثرة في تشكيل تمثُّلاتهم الاجتماعية، بل أضحت هذه الوسائل شريكة معها، باستخدامها تقنية ميسورة، كالحواسيب الآلية والهواتف الذكية، التي استوحت من الواقع الاجتماعي (social reality) رموزاً اتصالية بين مستخدميها، تتناسب مع واقعها الإلكتروني الجديد، ما أدى إلى تشَكُل المجتمعات الافتراضية (virtual communities).

كما تُعتبر الحروب والأزمات (Wars and crises) – على مر العصور – من العوامل المؤثرة في إحداث التغيير في تمثُّلات الأفراد والجماعات للواقع من حولهم، باعتبارها وسيلة تعبير عن القوة المُتبعة في تَبني تصورات لقيم أطراف وفرض إحلالها في المجتمع محل تصورات أطراف مقابلة لها في الحرب، لتظهر على هيئة؛ إما اختلالات في الآراء والمواقف السابقة، وإما بحلول آراء ومواقف جديدة تجاه واقعهم.

ولعل الظروف الصعبة (difficult circumstances)، التي يعيشها اليمنيون طيلة السبع سنوات من الحرب، لا يمكن عزل أثارها في تمثُّلات اليمنيين لواقعهم، في ظل غياب دور الدولة اليمنية، وتقويض استقرار المجتمع، وفرض واقعٍ ديمغرافي مُشَتتٍ، اضمحلّت فيه الهوية الوطنية وتراجعت قيّم الانتماء للوطن؛ الأمر الذي من المتوقع أن يَفرض على الأفراد والجماعات تَبني وسائل دفاعية، ليُعبروا من خلالها عن تمثُّلاتهم للواقع المحيط، بكل جوانبه الاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها، وبأشكال مختلفة.

ونظراً لأهمية التعرُّف إلى تمثُّلات اليمنيين لواقعهم أثناء الحرب، وصعوبة البحث بموضوعية في نوعيتها، فقد وجدنا بما وفرته التكنولوجيا الحديثة من تفاعلات رمزية (symbolic interactions) في إيصال مضامين الرسائل الاتصالية في المجتمعات الافتراضية فرصة للبحث. وقد تركَّز اهتمامنا على استخدام الصورة الرقمية الثابتة في هذه المجتمعات، كونها تتسم بالسهولة في ايصال البيانات والمعلومات، ومخاطبتها لمختلف الفئات، وتجاوزها حاجز اللغات والمستوى التعليمي والمعرفي للأفراد، وقدرتها على اختصار الموضوعات وعرضها بإيجاز مستوفٍ الدلالات والأهداف، فهي بذلك أكثر الرموز الاتصالية حظوة في فتح شهية طرفي العملية الاتصالية للتفاعل مع موضوعاتها، مقارنة بغيرها من الرموز (المكتوبة، المسموعة).

ومن أجل تحقيق ذلك، تم اختيار منصة (فيسبوك) (Facebook network)، للقيام بهذا البحث، لأنها كما تؤكد التقارير والدراسات، هي أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداماً من قِبل فئات واسعة في المجتمع اليمني، لذلك فهي الوسيلة المناسبة، التي تُمكننا من العرض غير المُخِل لنماذج من الصوَر المُعبِرة عن الواقع اليمني، والتي تم تحديدها بصوَر الموضوعات: (الشخصيات السياسية اليمنية الممثلة لأطراف الحرب.- الشخصيات العامة؛

(رجال أعمال، نُخب نسوية، علماء ومفكرون، شعراء وأدباء معاصرون)، ممثلون.- الرموز التراثية والحضارية اليمنية والشخصيات الممثلة لقضايا الرأي العام، والدمار الذي خلفته الحرب).

ومن خلال ما تُحققه صوَر هذه الموضوعات من تفاعلات في منصة (فيسبوك)، والتي تظهر على هيئة: (مشاهدات تفاعلية) و(تعبيرات عن إعجاب أو فرح أو حُب أو مرح أو بؤس) و(التعليقات النَّصية الإيجابية أو السلبية) والتي مكنتنا التكنولوجيا الرقمية المعاصرة (digital technology) من رصد هذه التفاعلات مباشرة، وإخضاعها للعد والقياس الكمي والكيفي، ومن ثمَ التوّصل إلى النتائج المُعتبرة، التي تؤهلنا للكشف عن نوعية تمثلات اليمنيين لواقعهم المعاش، أثناء الحرب.

مشكلة البحث:

وبناءً على ما سبق، يتمحور تساؤل البحث بالآتي: ما تمثلات الواقع اليمني في المجتمعات الافتراضية (فيسبوك) في ظروف الحرب من خلال تفاعلية المشاركين مع الصورة؟

وتتحقق أهداف البحث، من خلال الإجابة عن التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما تمثُّلات صوَر موضوعات الواقع اليمني في ظروف الحرب، من خلال التفاعل بالمشاهدة في المجتمعات الافتراضية في صفحة الباحث على (فيسبوك)؟

2- ما تمثُّلات صوَر موضوعات الواقع اليمني في ظروف الحرب، من خلال التفاعل بالأيقونات في المجتمعات الافتراضية في صفحة الباحث على (فيسبوك)؟

3- ما تمثُّلات صوَر موضوعات الواقع اليمني في ظروف الحرب، من خلال التفاعل بالتعليقات في المجتمعات الافتراضية في صفحة الباحث على (فيسبوك)؟

أهمية البحث:

وتكمن أهمية هذا البحث، في كونه ينفرد بالآتي:

1- الأهمية النظرية، باعتباره من أوائل البحوث، التي تطبق فيه نظرية التمثُّلات الاجتماعية (social representations) لـــ(موسكوفيشي) (Moscovici)، في بحوث الإعلام، والإعلام الجديد (المجتمعات الافتراضية) بالتحديد، بعد أن ظلَّت مُنحصرة في نطاق بحوث علم الاجتماع وعلم النفس وعلم النفس المعرفي وعلم الألسن واللغات والتعلُّم.

2- الأهمية الموضوعية، من حيث:

- أنه من أوائل البحوث العربية التي طبقت المنهج الوصفي التحليلي في الكشف عن نوعية التفاعلات في المجتمعات الافتراضية، والتي مكنتنا من التعرف على نوعية اهتمامات وتطلعات الأفراد، وتمثُّلاتهم الواقع المعاش.
- عنايته في البحث بموضوع الصورة (photo theme)، ووظيفتها التمثُّلية للواقع اليمني، لدى المتلقيين في المجتمعات الافتراضية.

3- الأهمية الزمانية، حيث تم تنفيذ هذا البحث في ظل الحرب اليمنية، وهي فترة زمنية مهمة، من حيث أهمية التعرف على تأثير الحرب في توجيه اهتمامات الأفراد وتشكيل تمثُّلاتهم، تجاه مختلف الموضوعات في واقعهم، إيجاباً أو سلباً.

4- الأهمية المعرفية، التي تكمن في شمولية وحيوية موضوعات الواقع اليمني، التي تم إخضاعها للبحث، اجتماعياً وسياسياً وثقافياً وحضارياً.

الدراسات السابقة:

ما زالت الأدبيات المتعلقة بالمجتمعات الافتراضية العربية محدودة، سواء على مستوى التنظير أو على مستوى البحوث والدراسات، ولم يسعفها الواقع اللحاق بالتطوُّر المتسارع في إنتاج البرمجيات وتعدد الوسائط المستخدَمة، واتساع مساحة هذه المجتمعات، واشتمالها على فئات عمرية متنوعة وتعدد أهدافها وتطلعاتها. ناهيك عن ندرة استخدام المقاربات النظرية المتعلقة بتمثُّلات الأفراد والجماعات في هذه المجتمعات للواقع من حولها، وعلى الرغم من ذلك وجدنا بعض دراسات تناوَلت جانبين محوريين من هذا البحث، نستعرضها على النحو الآتي:

دراسات في التمثُّلات الاجتماعية في المجتمعات الافتراضية:

1- بضياف سهيلة (2018)[1]، وهدفت إلى معرفة العلاقة بين الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام، لدى الشباب الجزائري، من خلال معرفة تمثُّلاته واستخداماته لشبكة فيسبوك، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي ومنهج تحليل الخطاب، شملت عينة قوامها (50) مفردة من الشباب، وخلُصت إلى: أن الشباب يتمثل شبكة فيسبوك كوسيلة تواصل اجتماعي وترفيه بالدرجة الأولى، ويحملون نظرة متوازنة وعقلانية عن الفيسبوك، حيث يفرقون بين الايجابي والسلبي، وأن أغلبية الشباب يميل إلى الاطلاع، ويميل الشباب الذين لهم ميولاً سياسياً إلى القيمة التبادلية، وتملك الفيسبوك كوسيلة لتشكيل الرأي العام.

2- أباهر السقا (2016)[2]، هدفت إلى تحليل تمثُّلات ظاهرة النجم محمد عساف في المجتمع الفلسطيني وتحليلها سوسيولوجياً، اعتمدت المنهج الوصفي بالأسلوبين: المسحي، وباستخدام المقابلة مع عينة، بلغت (51) مبحوثاً، والتحليلي لمواد سمعية وبصرية، وتوصلت إلى؛ أن عساف يُمثل

أحد تجليات المعيارية المجتمعية، والتي تُعبر عنها تمثُّلات اجتماعية جديدة مرتبطة بالأزمات المختلفة، التي يمر بها الشعب الفلسطيني، من حيث مشروعية التمثيل السياسي وأزمة مجتمع مستعمَّر.

دراسات في الرموز وأشكال التفاعلات في المجتمعات الافتراضية:

3- عبد الرزاق غزال ووفاء بو رحلي (2019)[3]، هدفت الدراسة إلى توفير سياقات مفاهيمية وإسقاطات ميدانية لمصطلح التفاعلية الإنسانية، من خلال إسقاط الممارسات المتعلقة بالتفاعلية بأنماطها وأشكالها المختلفة، عبر بيئة المنصات الاجتماعية (المشاركة، التعليق، الرموز التعبيرية) في شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك، وحددت عينة منشورات صفحة جريدة البلاد الجزائرية، التي بلغ عددها (1968) منشوراً متنوعاً كمياً وكيفياً، في شهر فبراير (2019)، اعتمدت منهجية تحليل الشبكات الاجتماعية، باستخدام أداة الملاحظة، وتوصلت الدراسة إلى أن كل الأنماط والأشكال التفاعلية تمارس من قبل المستخدمين، لكن وفق إدراكات ومستويات مختلفة.

4- بن ومولاي حاج ومراد مفتاح خيرة (2020)[4]، هدفت الدراسة إلى كشف معاني الرموز اللغوية المستخدمة في الرسائل النصية أثناء التواصل الاجتماعي الافتراضي من قبل طلبة المركز الجامعي نور البشير – ولاية البيض، اعتمدت المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المحتوى للرسائل المتبادلة بين المبحوثين، لعينة قصدية، بلغت (73) طالب وطالبة، بقسم العلوم الاجتماعية، وخلُّصت إلى: أن المبحوثين يستخدمون غالباً رموزاً لغوية مستحدثة، تم تعلُّمها عن طريق التواصل المباشر مع الأصدقاء في الواقع، ومن خلال التواصل عبر المواقع الافتراضية الالكترونية، تجمع ما بين الاختصارات اللغوية والكلمات المبتكرة، كما أن نوع العلاقة بين أطراف

العملية الاتصالية من شأنه أن يؤثر على معاني الرموز والقصد من استخدامها.

5- (2013) (Joonghwa Lee) [5]، هدفت الدراسة التعرف على تأثير تفاعلية العلامة التجارية على نتائج استخدام اللعبة المصممة للشركة في مجال التسويق، وتوصلت الدراسة إلى توسع مفهوم التفاعلية من الإعلام إلى العلامات التجارية (الإعلان)، وأن لوسائل الإعلام التفاعلية دوراً مؤثراً في اتجاهات المستهلكين.

وقد أفادتنا هذه الدراسات في بلورة موضوع ومشكلة البحث.

أولاً: الإجراءات المنهجية:

منهج البحث:

اعتمد البحث المنهج الوصفي بالأسلوب التحليلي المسحي للمضمون (descriptive survey method)، من خلال جمع تكرارات التفاعلات، التي أبداها المبحوثون، تجاه صوَر الواقع اليمني في المجتمعات الافتراضية (فيسبوك) أثناء الحرب، بعد تحليل أهم عبارات المبحوثين وتفاعلاتهم الأيقونية الإيجابية والسلبية، "وعادة ما يتبع الأسلوب التحليلي من خلال خطوات متعددة، تشمل وصفاً مستفيضاً لمظهر بيئة البحث الرقمية (موقع الويب)، وتجميع أهم عبارات وتعبيرات المبحوثين، ثم بعد ذلك توضع بعض الترجمات والتأويلات التي يراها الباحث، ويقوم الباحثون بتحديد تصنيفات معينة للمعاني المجمعة، بهدف تسهيل التحليل والتفسير أو تلخيصه[6]".

مجتمع البحث:

هم عامة اليمنيين في المجتمعات الافتراضية "فيسبوك"، أصدقاء ومتابعي صفحة الباحث، الذين يمثلون مختلف فئات المجتمع.

عينة البحث:

اعتمد البحث العينة القصدية في تحديد عينة المبحوثين (المجتمعات الافتراضية) (فيسبوك)، وهذه العينة تكون معتبرة في الدراسات التحليلية لمضامين وسائل الإعلام الجديد والمجتمعات الافتراضية بالتحديد، لأن هذا المجتمع متجانس، من حيث الغرض أو الصفة التي يتعلق بها البحث، ويؤكد باحثون، أنه "يمكن للباحث الاجتماعي الرقمي أن يستخدم وسيلة صفحة الويب الالكترونية (webpage)، لجمع البيانات والمعلومات المختلفة من المبحوثين الافتراضيين في مجتمعاتهم الافتراضية أو مستخدمي الانترنت المقصودين بالبحث المعني[7]".

وقد تم اختيار العينة القصدية؛ المتمثلة بأصدقاء ومتابعي صفحة الباحث في شبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، البالغ عددهم (3500) صديقاً ومتابعاً، أثناء القيام بهذا البحث، كونها قادرة على تمثيل مجتمع البحث، وبناءً على الدواعي والمبررات البحثية التالية:

1- لأن هذه الصفحة واحدة من الصفحات القديمة بحضورها على الشبكة، حيث تم إنشاؤها في (مايو/2010)، ويبلغ عمرها حتى وقت إجراء البحث (11) عاماً.
2- لأن هذه الصفحة مستمرة في النشر والتفاعلات العلمية والبحثية والفكرية، بمختلف أشكالها.
3- لأن عدد أصدقاء الصفحة يمثلون مختلف فئات المجتمع اليمني.
4- كونها الوسيلة المُثلى في تحقيق أهداف البحث، من خلال الكشف عن تمثُّلات الواقع اليمني أثناء الحرب، من خلال الصورة في المجتمعات الافتراضية (فيسبوك).

وبناء على ذلك؛ تم اختيار نوع الموضوعات والصوَر ومكان عرضها في صفحة الباحث على منصة التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، وفقاً للأسباب البحثية التالية:

أولاً: موضوعات الصوَر:

تم اختيار صوُر شخصيات ورموز الواقع اليمني خلال الحرب، بناءً على ما أبدته الملاحظة والمتابعة المستمرة للأحداث والوقائع اليمنية في الجوانب الثقافية والفكرية والسياسية والاقتصادية والفنية، وجاءت في المحصلة النهائية على النحو الآتي:

1- تم تحديد (18) موضوعاً، اشتملت الموضوعات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتراثية والحضارية والفنية والأدبية.
2- تم اختيار الصور في كل الموضوعات، وفقاً للأهمية الفعلية للشخصيات والرموز في الواقع اليمني، ووفقاً للوظيفة الواقعية لكل منها.
3- تم اختيار أربع صوَر رقمية ثابتة لعرضها في كل موضوع على حده، وعدم الاكتفاء بعرض صورة واحدة، تلافياً لعدم إدراك المتلقين لإحدى الصوَر أو عدم استيعابها، بينما يمكن أن يتحقق له ذلك في الصورة الثانية أو الثالثة أو الرابعة. ويتيح هذا العدد فرصة نشر كل صورة في الموضوع الواحد في أوقات متباعدة عن بعضها، للحيلولة دون توجيه أنظار المبحوثين نحو موضوع بعينه من موضوعات الواقع اليمني، وبلغ عددها الكلي (60) صورة.

ثانياً: نوع الصوَر المعروضة في البحث:

تم اختيار الصوَر الرقمية الثابتة (digital still images) لمختلف الموضوعات في الواقع اليمني أثناء الحرب، بناءً على الأسباب الفنية والموضوعية التالية:

1- لأن الصورة الثابتة تتناسب مع إمكانية ضعف خدمة الانترنت في مناطق عديدة من اليمن، مقارنة بالفيديوهات التي تتطلّب جودة عالية في بث الشبكة.

2- لأن شبكة فيسبوك أضحت في الآونة الأخيرة تُولي عرض الصورة الرقمية أهمية بالغة في شاشة العرض الرئيسة، فأتاحت للمستخدمين فرصة عرض الصوَر داخل إطارات تقع في رأس صفحتها الرئيسة (top of the page)، وتحُضهم على نشر الصور الثابتة أو المتحركة (الفيديو)، أبرزها إطار بعنوان (إنشاء قصة).

ثالثاً: مكان عرض الصوَر:

تم اختيار إطار "إنشاء قصة" في رأس صفحة الباحث، نظراً لأهمية موقع هذا الإطار، من حيث ظهوره في صدارة الصفحات الرئيسة لكافة أصدقاء ومتابعي الصفحة (المبحوثين)، ولأن بقاء الصورة على شاشة العرض يستمر لمدة (24) ساعة، وهي المدة التي تسمح لجمهور الصفحة تلقي الصورة في أي مكان من العالم، وفي الأوقات المناسبة لهم في اليوم والليلة.

أداة جمع البيانات:

تم تصميم استمارة الكشف عن التمثُّلات؛ بحيث تكون صالحة لجمع وتحليل التفاعلات المختلفة مع كل صورة في كل موضوعات البحث في المجتمعات الافتراضية (فيسبوك)، وتضمَّنت الحقول التالية:

1- موضوعات الصوَر.

2- اسم الشخصية أو الرمز لكل صورة في كل موضوع.

3- أشكال التفاعلات مع كل صورة في المجتمعات الافتراضية (فيسبوك)، واشتملت على:

- عدد التفاعلات بالمشاهدة.

- عدد التفاعلات الأيقونية الإيجابية.
- عدد التفاعلات الأيقونية السلبية.
- عدد التفاعلات بالتعليقات الايجابية.
- ملخص التفاعلات الايجابية.
- عدد التفاعلات بالتعليقات السلبية.
- ملخص التفاعلات بالتعليقات السلبية.
- الإجمالي لكل نوع من التفاعلات على مستوى كل موضوع.

وبناءً على ذلك؛ تم تصميم خمسة جداول لجمع البيانات المتعلقة بصوَر الموضوعات المحددة في البحث، وعلى النحو الآتي:

الجدول (1): تم تخصيصه لجمع بيانات تمثُّلات الشخصيات السياسية اليمنية الممثلة لأطراف الحرب، واشتمل على (24) صورة، في ستة موضوعات، وهي: شخصيات رئيسية من السلطة الشرعية المُعترف بها دولياً، شخصيات رئيسة من الحوثيين (أنصار الله)، شخصيات رئيسة من الانتقالي الجنوبي، شخصيات رئيسة لجماعة الرئيس السابق علي صالح، شخصيات رئيسة لجماعة حزب التجمع اليمني للإصلاح، شخصيات رئيسة للأحزاب اليسارية.

الجدول (2): خصص لجمع البيانات المتعلقة بتمثُّلات الرموز التراثية والحضارية اليمنية، واشتمل على (16) صورة، في أربعة موضوعات، وهي: الآثار اليمنية القديمة، يمنيات بأزياء تراثية، رقص شعبي مشترك (رجال، نساء)، فنون العمارة والتحصين.

الجدول (3): خصص لجمع البيانات المتعلقة بتمثُّلات الشخصيات العامة، واشتمل على (12) صوَرة، في ثلاثة موضوعات، وهي: تجار ورجال أعمال يمنيين، نُخّب نسوية يمنية، علماء ومفكرون يمنيون معاصرون.

الجدوَّل (4): خُصص لجمع البيانات المتعلقة بتمثُّلات صوَر الشخصيات الفنية والأدبية، واشتمل على (12) صوَرة، في ثلاثة موضوعات، وهي: مطربون يمنيون معاصرون، شعراء وأدباء يمنيون معاصرون، ممثلون يمنيون.

الجدوَّل (5): خُصص لجمع البيانات المتعلقة بتمثُّلات صوَر الاتصال الاجتماعي، واشتمل على (8) صوَرة، في ثلاثة موضوعات، وهي: قضايا الرأي العام، الدمار الذي خلفته الحرب.

قياس معامل صدق أداة التحليل:

تم اختبار الصدق الظاهري، من خلال عرض استمارة التحليل وجداول موضوعات وأسماء صوَر الواقع اليمني على (7) من المحكمين في مجالات علمية تعنى بدراسة التمثُّلات، من تخصصات علمية مختلفة (اجتماعية، نفسية، تربوية تعليمية، لغوية لسانية، سيميولجية)[*] في جامعات يمنية وجزائرية، وتم الأخذ بالملاحظات التي أبداها كل محكم في مجال تخصصه، وعلى ضوئها تمت إضافة أسماء وصوَر لموضوعات الواقع اليمني واستبدالها بأخرى.

محددات تحليل التمثُّلات الايجابية والسلبية:

لتحقيق أهداف البحث، تم تحليل التمثُّلات الايجابية والسلبية، من خلال فرز (تصنيف) نوعية التفاعلات الرمزية، التي أبداها المبحوثون مع الصورة المعروضة، بناءً على المحددات التالية:

*أ. د/ محمد إبراهيم الصانع، أستاذ المناهج وطرق التدريس، كلية التربية جامعة ذمار. أ. د/ قدور عبد الله ثاني، أستاذ الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، كلية العلوم الإنسانية، جامعة وهران، الجزائر. أ. د/ عمر إسحاق، أستاذ علم الاجتماع، قسم الاجتماع، جامعة تعز. د/ هند أحمد الأشوَّل، باحث وعضو اللجنة الوطنية للمناهج المدرسة، مركز البحوث والتطوير التربوي، عدن. د/ جمهور الحميدي، قسم علم النفس، كلية الآداب، جامعة تعز. د/ عصام حفظ الله واصل، أستاذ اللسانيات، قسم اللغة العربية، جامعة ذمار. د/ صادق حسن الصلوي، قسم علم النفس، كلية العلوم الإنسانية، جامعة عمران.

محددات تحليل التمثُّلات الإيجابية: اعتمد البحث ما يبديه مستخدمو شبكة التواصل الاجتماعي من تفاعلات تجاه الصوَر المُمثلة للواقع اليمني، بأنها مؤشر عن نوعية تمثُّلاتهم، من خلال محدد نوعية التفاعلات الرمزية التالية:

1- التمثُّلات بالمشاهدة: وهي التي تُظهِرُ عدد وأسماء المستخدمين، وقد اعتُبرت المشاهدة تمثلاً ايجابياً، باعتبار أن ضغط المستخدمين على الصورة لم يكن إلا بدافع معرفي، أو ليحقق اشباعاً ما، ولو أنه لم يحقق أي إشباع لأهملها، لذلك كلما زاد عدد المتفاعلين بالمشاهدة، ففي ذلك دلالة على ارتفاع مستوى التمثل الايجابي لها.

2- التمثُّلات الايقونية الايجابية: وتظهر من خلال نوعية الايقونات الايجابية التي يبديها المستخدمون، والتي تتخذ رموز (الإعجاب، الحب بنموذج القلب، المشاعر الطيبة بأيقونة احتضان القلب، أو أيقونة النَّدم والحزن)، وكلما زاد عدد هذه التفاعلات، ففي ذلك دلالة على غلبة التمثُّلات الايجابية.

3- التمثُّلات بالتعليقات الايجابية: وهي التعليقات التي يبديها المستخدمون تجاه الصورة، وتتلخص بالمدح والثناء أو بالترحم على الشخصيات المتوفاة، وكلما زاد عدد هذه التعليقات، دلل ذلك على غلبة التمثُّلات الايجابية.

4- التمثُّلات السلبية: واعتمد البحث ما يبديه مستخدمو شبكة التواصل الاجتماعي من تفاعلات تجاه الصور المُمثلة للواقع اليمني، بأنها تُعبر عن تمثُّلاتهم السلبية، من خلال محدد نوعية التفاعلات الرمزية التالية:

5- التمثُّلات الايقونية السلبية: وتظهر من خلال نوعية الايقونات، التي يبديها المستخدمون، وتتخذ رموز (الغضب، البؤس، القلق، الاندهاش)، وكلما زاد عدد هذه التفاعلات، فهذا دليل على غلبة التمثُّلات السلبية.

6- التمثُّلات بالتعليقات السلبية: وتظهر من خلال التعليقات، التي يبديها المستخدمون، وتتلخص بالذّم والسب والقدح، وكلما زاد عدد هذه التعليقات، كلما دلل على غلبة التمثُّلات السلبية.

د- محددات وصف النتائج: تم اعتماد مؤشر النسبة المئوية في وصف مستوى التمثُّلات الايجابية أو السلبية العالية والمتوسطة والمنخفضة، بحيث تبدأ التمثُّلات العالية من (8%) وأكثر، والتمثُّلات المتوسطة من (4% - 7%)، وما دون (4%) تمثُّلات منخفضة.

الحدود الزمانية والمكانية للبحث:

ينحصر الحد الزماني في الفترة التي أجرى فيها البحث (1/15 – 3/21/ 2021)، ويتجسد الحد المكاني بحدود الفضاء الالكتروني المتاح في استخدامات الأفراد لصفحة الباحث في المجتمعات الافتراضية.

الطريقة الإحصائية في جمع البيانات:

جمع التكرارات، والنسب المئوية.

ثانياً: الإطار النظري:

ويتضمن موجزاً للمرجعية النظرية التي تم تطبيقها في البحث، والمصطلحات والمفاهيم الواردة في الموضوع، وعلى النحو الآتي:

- مفهوم التمثُّلات :**(Representations)**

التمثل لغة: جاء تعريفه في لسان العرب، " أنه من مثّل له الشيء، أي صوَره حتى كأنه نظر إليه، وأتمثله أي أتصوره، ومثّلت له كذا تمثّيلاً أي صوَرت له مِثاله بكتابة أو غيرها، وتمثيل الشيء بالشيء يعني تشبيهاً به[8]".

ويُعرف التمثُّل اصطلاحاً، "بأنه عملية استرجاع ذهني لموقف أو ظاهرة مؤثرة في حياة الفرد، بواسطة صورة أو رمز أو علامة، وبالنسبة لقاموس علم الاجتماع، تعد التمثُّلات الاجتماعية شكلاً من أشكال المعرفة الفردية والجماعية

المتميزة عن المعرفة العلمية، فالتمثُّلات الاجتماعية حسب المنظور الاجتماعي، هي نمط من التفكير التعميمي والوظيفي من طرف جماعة اجتماعية، بهدف التواصل مع محيطها الاجتماعي، ويتأثر منه بغية فهم هذا المحيط، ومحاولة التحكم فيه[9]".

ويتكون التمثُّل من مجموعة من المعلومات أو المعتقدات أو الآراء أو المواقف نحو موضوع معيّن، حيث البناء الذهني هي العمليّة الأساسية فيه، التي تُميّزه عن باقي العمليات الذهنية الأخرى[10]".

والتمثُّل الاجتماعي (social representation)؛ "هو عبارة عن مجموعة من المعلومات المتعلقة بموضوع له نفس المعنى، بالنسبة لكل أفراد المجموعة أو الجمهور، وهو في الواقع المُحرك الذي يستغل لحظة التبادلات الاجتماعية، فنحن نرجع إلى التمثُّلات لتحديد مواقفنا، وتحديد اتجاهاتنا وسط محيطنا، وللتحاور والتفاهم مع أفراد مجتمعنا. والتمثُّلات هي التي تُسيّرنا، وتساعدنا في تفسير العالم، وإعطاء مدلول لكل ما يحيط بنا[11]".

ويعرفه فيشر (Fisher)، بأنه بناءٌ اجتماعي لمعارف عادية مُهيأة، من خلال القيم والمعتقدات، يتقاسمها أفراد جماعة معينة، وتدور حول مواضيع مختلفة كأفراد، أحداث، فئات اجتماعية، وتؤدي إلى توحيد نظرتهم للأحداث، كما تظهر أثناء التفاعلات الاجتماعية[12]".

وتلعب التمثُّلات الاجتماعية دوراً مهماً في فهم الأفراد والجماعات للعالم الذي يحيط بها، وفي تحديد علاقاتها مع بعضها البعض، هدفها الأساس هو الحفاظ على صورة إيجابية للذات أو الانتماءات الثقافية والاجتماعية، وحفظ تكيُّفها واندماجها الاجتماعي.

مقاربة التمثُّلات الاجتماعية:(Representation theory)

لعل ما يستدعي الحاجة إلى البحث في التمثُّلات **(Representations)**، هو تلبية الحاجة إلى معرفة ما يجري في أذهان الآخرين، ونوعية تصوراتهم للواقع من حولهم، وكيف يرون أنفسهم فيه؟.

ويرى أرابيك (Arabic 1994)، "أن التصورات (التمثُّلات) نظام يُعبِّر عن الواقع، ويُسيِّر علاقات الأفراد مع محيطهم المادي والاجتماعي، ويحدد تصرفاتهم وممارساتهم، فالتصرفات عملية ذهنية، يصل الفرد من خلالها إلى التعامل مع الواقع وتكيّفه، فهي من هذا المنظور المُنطلق أو البوابة التي تُمكن الدارس من فهم سلوك الإنسان وردة أفعاله، وبالتالي التنبؤ أو الاستعداد للتعامل معه وفق المعطيات المحددة"[13].

وقد وضع باحثون مقاربات نظرية، حددت الأساليب المنهجية في البحث بالتمثُّلات الاجتماعية، وحسب مقاربة (موسكوفيشي) (Moscovici1965)[14] فإن القيام بأي دراسة حول التمثُّلات، يجب أن نضع لها ثلاثة أبعاد، وهي[15]:

1- المواقف: وهي الجانب المعياري للتمثل في شكل استجابة انفعالية وجدانية، تجاه موضوع معين، بمعنى أن الفرد لا يتعامل مع المواضيع بطريقة حيادية، وإنما له استجابة وجدانية تجاه المواضيع، قد تكون سلبية أو إيجابية.

2- المعلومات: وهي عبارة عن تنظيم المعارف، التي يكتسبها الفرد من تجاربه الشخصية ومن المحيط الذي يتواجد فيه، حول موضوع ما، وقد يتم تحديدها بطريقة كمية أو كيفية، وغالباً ما تحمل هذه المعلومات أحكاماً مسبقة.

3- المجال: هو المكان الذي تتبلوَّر فيه التمثُّلات، وتنشط فيه.

وهذه الأبعاد الثلاثة هي التي تمكن تكنولوجيا الاتصال الحديثة من إحداث تغيرات في طبيعة العلاقة التقليدية بين مكوناتها، بفعل ما استطاعت فرضه من وسائل اتصالية جديدة، أسهمت من خلالها في فرض مساحة واسعة لحرية

الأفراد في الحصول على المعلومات والتفاعل معها، وفقاً لآليات الكترونية، استدعت تكوين مجتمعات رقمية (افتراضية)، تتواصل مع بعضها على مدار الساعة، وتؤدي إلى تبادل الأفكار والآراء والتجارب والمعارف، التي لا يمكن التقليل من تأثيرها في مواقف الأفراد في هذه المجتمعات، التي قد لا ينفك أفرادها عن واقعهم الاجتماعي؛ لذلك وجدنا أنه يمكننا تطبيق الأبعاد الثلاثة في هذه المقاربة (Moscovici 1965)، من خلال البحث في التمثُّلات بالمجتمعات الافتراضية، خاصة بعد أن تبيّن لنا إمكانية إسقاط مفهوم كل بُعد من هذه الأبعاد على المجتمعات الافتراضية، وعلى النحو الذي نبينه بالآتي:

- المواقف (Situation): وجدنا أن المواقف والاستجابات الانفعالية الوجدانية، السلبية أو الايجابية، تتمظهر في المجتمعات الافتراضية – من خلال ما يُعبر به الأفراد في الفضاء الالكتروني العمومي، وما يبدون من تفاعلات تجاه مختلف الموضوعات في واقعهم الاجتماعي – قد انتقلت إلى المجتمعات الافتراضية، متخذة الأساليب التعبيرية الالكترونية، المحققة لأهدافهم الاتصالية، وباستخدام الكتابة والرسائل المرئية والمسموعة والرسوم والأشكال، أو التعبيرات الأيقونية. وقد تم تطبيقها في هذا البحث، باعتبار أن المواقف هي أشكال (أنواع) التفاعلات التي يبديها الأفراد (أصدقاء ومتابعي صفحة الباحث) في منصة التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، تجاه الصور المعروضة في إطار "إنشاء قصة".
- المعلومات (the information): وتتمظهر في المجتمعات الافتراضية على هيئة مضامين اتصالية متنوعة، في نشر موضوعات يتم تداولها أو مناقشتها، وتفاعلات ايجابية وسلبية تجاهها، وهي في جوهرها تعبر عن مرجعياتهم الثقافية والاجتماعية والسياسية وغيرها، ولا يمكن أن تكون بمعزل عنها. وقد تم استخدام الصورة الرقمية الثابتة في هذا البحث، باعتبارها تعرض معلومة

لها أهدافها، تثير اهتمامات الأفراد (أصدقاء ومتابعي صفحة الباحث) وتستدعي مناقشتهم لها، تبعاً لمرجعياتهم الثقافية والاجتماعية والظروف المحيطة بهم.

- المجال (the field): وهو الفضاء الالكتروني (Electronic space)، وصارت شبكات التواصل الاجتماعي (Social networks) من أبرز المجالات الحيوية، التي لم يعد ممكناً تجاهل دورها في تشكيل تمثلات الأفراد للواقع من حولهم، ولهذا تعتبر صفحة الباحث وأصدقائه ومتابعيه في منصة التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، جزءاً من الفضاء الالكتروني اليمني.

التمثُّلات الإفتراضية: (virtual representations):

ظهر مصطلح المجتمعات الافتراضية في صورته الإنجليزية عنواناً لكتاب (هووارد راينجولد) (Rheingold) (1993)، ويعني جماعة من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية أو أواصر عرقية أو قبلية أو سياسية أو دينية، يتفاعلون عبر وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، ويطوّرون فيما بينهم شروط الانتساب إلى الجماعة وقواعد الدخول والخروج وآليات التعامل والقواعد والأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها".[16]

ويعرّفها محمد منير حجاب في معجمه الإعلامي؛ بأنها "مجتمع يتكوَّن من أشخاص متباعدين جغرافياً، ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتم عبر الشبكات الالكترونية، وينتج بينهم – نتيجة لذلك – نوعاً من الإحساس بالولاء والمشاركةً [17]".

وهي عبارة عن شبكة اجتماعية لمجموعة من الأفراد الذين يتفاعلون فيما بينهم باستخدام وسيلة تواصل ما، متجاوزين كل الحواجز الجغرافية والسياسية سعياً وراء الاهتمامات والأهداف المشتركة، أحد أكثر أنواع

المجتمعات الافتراضية انتشاراً هو خدمة شبكات التواصل الاجتماعية، والتي تشمل مجتمعات الإنترنت".[18]

وقد أدى الاتصال الالكتروني إلى تغيير جوهري في المفهوم التقليدي للتفاعل الاجتماعي، وأحدث تغيُرات في تمثُّلات الواقع الاجتماعي، "وبخاصة ذلك الذي يقتضي تزامن الأطراف المتفاعلة في مكان واحد، فلم تعد هناك ضرورة في عصر الاتصال الالكتروني لمثل هذا التزامن أو التواجد في مكان واحد، ولم يعد الاتصال وجهاً لوجه شرطاً أساسياً من شروط هذه العملية الاجتماعية، فقد أوجد الانترنت بتقنيته المتطورة شكلاً جديداً من أشكال التفاعل الاجتماعي، أطلق عليه الباحث (ثومبسيون) (Thompson) مصطلحاً خاصاً، هو شبه التفاعل، ويتصف هذا النوع من التفاعل بالخصائص نفسها التي يتصف بها التفاعل المباشر إلى حد كبير"[19].

فالظاهرة الاجتماعية بمختلف جوانب تمثُّلاتها الثقافية، التقنية، السلوكية، الاقتصادية، السياسية، القانونية، قد انتقلت من أنها تتمثل طبيعياً في المجتمع البشري الطبيعي، إلى أن تتمثل – أيضاً – صناعياً (رمزياً، رقمياً، آلياً)، وأيضاً بمختلف تمثُّلاتها الأصلية، أنها أضحت في شكلها الالكتروني المُصنّع من الذرة إلى إلكترون. إن الحياة الاجتماعية بهذا المُعطى الجديد، هي حياة رقمية على الانترنت في الفضاء المُصنّع، الأمر الذي يفرض على علم الاجتماع أن يتسع قليلاً أو أكثر ليشمل بحثه المجتمع البشري الالكتروني"[20]

"وغالباً ما يتمثل الأشخاص الرقميون بما يرغبون أن يتمثلوا به، أي يتظاهرون بالأشياء التي يحبونها في الحديث، وفي التعريف بأنفسهم وبآرائهم وأفكارهم وغير ذلك، وليس شرطاً أن يكونوا كما هم في واقع الأمر، لكن هذا لا ينفي أن كثيراً منهم يحاول أن يكون صادقاً في كل ذلك، ولكن الأمر المشترك في معظم المتمثلين افتراضياً، هو تمثلهم بما يريدون من الآخرين أن يروهم به،

إنهم غالباً لا يريدون أن يُروا بما لا يرغبون، في الكلام والآراء والرغبات والمعلومات الخاصة والعامة عن أنفسهم"[21].

الصورة والتمثُّلات (Picture):

الصورة لغة: جاء معناها في المعجم الوسيط "صوَرَهُ، جعل له صورة مُجسمة، وفي التنزيل، (هو الذي يصوركم في الأرحام كيف يشاء) آل عمران آية (6)، وصوَر الشيء، أو الشخص رسمه على الورق أو الحائط أو نحوهما بالقلم أو الفرجون أو بآلة التصوير، وصُورة الأمر أي وصفه وصفاً يكشف عن جزئياته"[22].

وجاء تعريف الصورة في قاموس (Robert)، بأنها إعادة إنتاج طبق الأصل، أو تمثيل مُشابه لكل شيء"[23].

فالصورة عبارة عن رموز بصرية، أشكال، ألوان، حركات تحمل دلالاتٍ ومعانٍ، فالرموز كما يرى (قدور) تحمل معنى بحسب الكلمات أو المخططات أو الرسوم أو حركات أو إشارات، وبناءً على هذه التفرعات، تم تقسيم الرموز إلى عدة أنواع"[24].

وتشتمل الصورة على علامات ورموز وقواعد ودلالات لها جذور في التمثُّلات الاجتماعية والفكرية السائدة في المجتمع، وتكمُن سيميائية الصُورة في فهمنا لهذه الرموز والقواعد والدلالات الموجودة بالصورة، وبالتالي إمكانية قراءتها ومعرفة دلالاتها، أو بمعنى آخر التعرف على سيميائية الصورة"[25].

فمضمون الدلالة للصورة (The meaning of the picture)، هو نتاج تركيب وتجميع بين ما ينتمي إلى البُعد الأيقوني، أي التمثيل البصري الذي يشير إلى المحاكاة الخاصة، بكائنات أو أشياء، وبين ما ينتمي إلى البُعد التشكيلي، مُجسداً في أشكال من صنع الإنسان وتصرفاته في العناصر الطبيعية، وما تركها من تجارب أودعها عن أثاثه ومعماره وألوان وأشكال وخطوط.[26]".

وفي اعتقادنا أن التغيير الذي أحدثته الاستخدامات التكنولوجية للصورة، قد خلق فضاءات اجتماعية إضافية، تمكن من خلالها الأفراد الانتقال إليها، ووضع تصورات إضافية تُعبر عن واقعهم الاجتماعي، وتتوافق مع احتياجاتهم الجديدة، بل وتزيد من ثرائهم المعرفي والثقافي.

وأدى ذلك إلى حدوث تحولات في المجتمعات من مجتمعات عضوية وآلية إلى مجتمعات افتراضية موجودة في اللا مكان، فتحوَّلت العواطف، الحب والكراهية والغضب من انفعالات واقعية إلى مجرد أيقونات مرئية، حيت أصبحت الصورة أهم من الفرد. أما قيّم التقدير والاحترام فهي مفاهيم و قيّم مُتلاشية؛ لأن قيمة الفرد تحددها صورته، وعدد المتفاعلين معها يتم توظيفه من أجل التفاعل مع الآخرين، وبناء العلاقات الايجابية أو السلبية مع الآخر الافتراضي، عبر أيقونة[27].

فالصورة التي تُحظى بأكبر كم من الإجابات؛ يعني أنها ذات افتراضية اجتماعية، ولها أكبر عدد من الأصدقاء المنتشرين في كل مكان، عكس الصورة التي لا تحظى بأهمية تقدير إيجابي، فإن صاحبها يعيش عُزلة افتراضية، ويعيش في فضاءٍ أزرق بلا أصدقاء. فالتواصل أصبح مرئياً وصامتاً، يتم عن طريق الصورة التي التهمت الذات وحولتها إلى مُجرد صورة قابلة للتداول والتقييم والإعجاب في فضاء مفتوح. التواصل الافتراضي هو تواصل غير اجتماعي؛ لأنه مؤسس على صورَ وليس على تفاعل حي يفترض ذوات متحاورة وسياق ولغة حوار، إضافة إلى كتلة من الانفعالات المرتبطة بطبيعة التواصل ومضمونه[28].

التفاعلات الرقمية في منصة "فيسبوك"(digital interactions):

كشفت الإحصاءات عن زيادة عدد مستخدمي الشبكة الاجتماعية الأشهر (فيسبوك)، والذي بلغ (2.91) مليار مستخدم نشط شهرياً اعتباراً من الربع

الثالث من عام (2021)[29]، ما يعني أن ربع سكان الأرض يستخدمون هذه الشبكة التي تمتلك اليوم أيضاً اثنين من أشهر تطبيقات الهواتف الذكية والتراسُل والتواصل: (انستغرام، واتساب). وكانت "فيسبوك" بلغت حاجز المليار مستخدم نشط شهرياً حول العالم في العام (2012)، ما يعني أن الأمر استغرق خمس سنوات لمضاعفة هذا الرقم والوصول اليوم إلى (2) مليار مستخدم نشط. وانطلقت شبكة "فيسبوك" الاجتماعية رسمياً في شهر كانون الثاني (فبراير) من العام (2004)، حيث تسمح هذه الشبكة للمستخدمين بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من نفس الموقع، تصُب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية محددة أو مدرسة معينة، وغيرها من الأماكن التي تساعد على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون في نفس فئة الشبكة، كما أنه يعمل على تكوين مجموعات من الأصدقاء، ويساعدهم على تبادل المعلومات والصوَر ومقاطع الفيديو، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة"[30].

وقد نشرت منصة قياس نفوذ مواقع التواصل الاجتماعي (سوشل بايكرز) (Social Bikers) مؤخراً، تقريراً حول استخدام رموز ردود الفعل الجديدة على "فيسبوك"، والذي خلُّص إلى أن التعبير عن المشاعر ما زال "إيجابياً" بنسبة (95%)، وشَرع "فيسبوك" في العمل بالأيقونات التفاعلية الجديدة، في فبراير (2016)، وهي أيقونات الحب، والضحك، والدهشة، والغضب، والحزن، إضافة إلى أيقونة "لايك" التقليدية. وأظهرت الأرقام التي نشرتها فيسبوك في شهر يوليو (2021)، بأن أكثر من (800) مليون مستخدم ينقرون على زر الإعجاب "لايك" يومياً. كما أشارت الأرقام إلى أن حوالي (175) مليون مستخدم يتفاعلون مع الأيقونة التفاعلية القلب[31]".

التعريفات الإجرائية:

وردت في هذا البحث مفاهيم ومصطلحات، ونعرفها إجرائياً على النحو الآتي:

- التمثُّلات: هي مختلف التصورات والمواقف، التي يُبديها المجتمع تجاه محيطه، وتنحصر في هذا البحث بتصورات الأفراد في المجتمعات الافتراضية (فيسبوك)، تجاه صورَ الموضوعات المتعلقة بالواقع اليمني في ظروف الحرب اليمنية الراهنة.
- الواقع اليمني: هو الظروف التي يعيشها المجتمع اليمني، وتنحصر في هذا البحث بصورَ الموضوعات المشتملة على:- الشخصيات السياسية اليمنية الممثلة لأطراف الحرب. - الشخصيات العامة؛ رجال أعمال، نُخب نسوية، علماء ومفكرون، شعراء وأدباء معاصرون، ممثلون.- الرموز التراثية والحضارية اليمنية.- والشخصيات الممثلة لقضايا الرأي العام، والدمار الذي خلفته الحرب.
- الحرب: ينحصر مفهومها بالحرب اليمنية القائمة، منذ مارس (2015) وما تزال.
- التفاعلات: هي مجموع المشاهدات والتعبيرات الأيقونية (إعجاب، حُب، غضب، بؤس، فرح) والتعليقات الإيجابية أو السلبية، التي يبديها مستخدمو شبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، تجاه كل صورة في موضوعات البحث.
- الصورة: هي مجموعة الصورَ الرقمية الثابتة، التي يتم عرضها في مربع إنشاء قصة على حائط الصفحة الرئيسة للباحث في شبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك).
- المجتمعات الافتراضية (فيسبوك): هي شبكة التواصل الاجتماعي العالمية، التي تتخذ من شبكة المعلومات العالمية (انترنت) مكاناً لها، وتتيح لمستخدميها من مختلف أنحاء العالم عرض وتبادل البيانات والمعلومات والمعارف فيما

بينهم، باستخدام اللغة المكتوبة والرموز والأيقونات ومختلف الوسائط الحديثة، وإبداء تفاعلاتهم تجاهها.

ثالثاً: عرض وتحليل النتائج:

1- الإجابة عن التساؤل الأول: ما تمثُّلات صوَر موضوعات الواقع اليمني في ظروف الحرب، من خلال التفاعل بالمشاهدة في المجتمعات الافتراضية في صفحة الباحث على(فيسبوك)؟

الجدول(1) يبين تمثُّلات الواقع اليمني أثناء الحرب من خلال التفاعل بمشاهدة الصورة في المجتمعات الافتراضية (فيسبوك)

م	موضوعات الواقع اليمني	تمثُّلات الواقع اليمني من خلال التفاعلات بمشاهدة الصورة				
		ع التفاعلات	%	إجمالي	%	مستوى التمثُّلات
1	نُخب نسوية يمنية	1952	13.16	4477	30.20	عالية
2	يمنيات بأزياء تراثية	1292	8.71			
3	ممثلون	1233	8.31			
1	حزب التجمع اليمني للإصلاح	1209	8.15	7335	49.50	متوسطة
2	الحوثيون أنصار الله	914	6.16			
3	رقص شعبي مشترك(نساء، رجال)	894	6.02			
4	إتباع الرئيس السابق صالح	863	5.82			
5	السلطة الشرعية	757	5.10			
6	الانتقالي الجنوبي	716	4.83			
7	مطربون معاصرون	697	4.71			
8	تجار ورجال أعمال	678	4.57			
9	الأحزاب اليسارية	607	4.10			
1	قضايا الرأي العام	580	3.91	3017	20.35	منخفضة
2	علماء ومفكرون معاصرون	545	3.70			
3	شعراء وأدباء معاصرون	541	3.65			
4	الآثار اليمنية القديمة	482	3.30			

5	الدمار الذي خلفته الحرب	440	3.11			
6	فنون العمارة والتحصين	429	2.90			
19	الإجمالي	14830	100	14829	100	

كشفت النتائج في الجدول (1) عن تمثلات الواقع اليمني، من خلال التفاعل بمشاهدة الصورة النحو الآتي:

أولاً: صوَر الموضوعات ذات التمثلات العالية:

بيَّنت النتائج أن مستوى التمثُّلات العالية، من خلال التفاعل بمشاهدة صوَر الموضوعات الثلاثة المتعلقة بالمرأة اليمنية فقط، وبنسبة بلغت (30.20%)، وعدم ظهور أية تمثُّلات لصوَر في موضوعات أخرى، وظهرت هذه التمثُّلات على النحو التالي:

- تصدّرت المرتبة الأولى تمثلات صوَر النُخب النسوية اليمنية، بنسبة عالية بلغت (13.16%)، ويمكن تفسير هذه النتائج، بأنها تُعبر عن غلبة فئة الشباب في المجتمعات الافتراضية، التي تتجه اهتماماتها – عادة – نحو المظاهر الجمالية والنجومية الشابة في المجتمع، كما يمكن الاستنتاج بأن التمثُّلات في المجتمعات الافتراضية أثناء الحرب، تتجه نحو التركيز على سمات وجماليات الوسط النسوي الشاب، وأنها لم تعتد بغيرها مهما تمتعت بالفروق العلمية والثقافية والسياسية.
- جاءت في المرتبة الثانية تمثلات صوَر يمنيات بأزياء تراثية، بنسبة بلغت (8.71%)، ويمكن اعتبار هذه النتيجة بأنها واحدة من التمثُّلات الناتجة عن استفحال الآثار الناتجة عن طول أمد الحرب، ما فرض على المجتمعات الافتراضية الاتجاه نحو التركيز على سمات وجماليات الوسط النسوي بالدرجة الأولى، للحيلولة دون تأثير القلق والخوف وعدم الاستقرار المعيشي.

- وجاءت في المرتبة الثالثة، تمثلات صورَ الممثلين اليمنيين، بنسبة بلغت (8.31%)، وتؤكد هذه النتيجة سلامة تفسيرنا للنتائج السابقة، من حيث تمحوُّر التمثُّلات في المجتمعات الافتراضية في ظروف الحرب بسمات وجماليات الوسط النسوي الشاب، وتؤكد هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة بضياف سهيلة، "أن الشباب يحملون نظرة متوازية وعقلانية عن الفيسبوك، حيث يفرقون بين الايجابي والسلبي". كما تُظهر هذه النتائج الآثار التي فرضتها الحرب في الواقع اليمني، وهي في عامها السابع، ومنها تمثُّلات المرأة اليمنية في المجتمعات الافتراضية (فيسبوك)، لاعتبارات عاطفية ووجدانية بالدرجة الأولى، كونها تلبي حاجتهم في النفور مما كرّسته الحرب من هلاك ودمار في واقعهم.

ثانياً: صورَ الموضوعات ذات التمثلات المتوسطة:

بيّنت النتائج أن صورَ الموضوعات ذات التمثلات المتوسطة، بلغت (49.50%)، وشملت تسعة موضوعات جوهرية في الواقع اليمني، أي قرابة نصف صور الموضوعات المحددة في العينة، انحصرَّت صور خمسة موضوعات بالأطراف السياسية اليمنية المشاركة في الحرب، بنسبة عالية، بلغت (69.11%)، فيما النسبة المتبقية (30.89%)، تنوَّعت في موضوعاتها الفنية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية، وجاءت على النحو الآتي:

1- الموضوعات السياسية:

تصدَّرتها التمثُّلات المتوسطة لصورَ "الشخصيات السياسية في حزب التجمع اليمني للإصلاح"، من خلال المشاهدة، بنسبة بلغت (8.15%)، تلتها تمثلات صورَ الشخصيات القيادية الحوثية (أنصار الله)، بنسبة (6.16%)، وفي المرتبة الثالثة، جاءت تمثلات صورَ الشخصيات القيادية الموالية للرئيس السابق علي عبد الله صالح، بنسبة (5.82%)، وجاءت تمثلات صورَ الشخصيات

القيادية في السلطة الشرعية في المرتبة الرابعة، بنسبة (5.10%). ويُمكننا تفسير ارتفاع المواقف الاجتماعية السلبية تجاه السلطة الشرعية، أن ذلك جاء نتيجة لغيابها الكامل عن الواقع اليمني، وتنصلها عن مسئولياتها الدستورية، وارتباط ذلك بالغياب الكامل لمختلف وسائل الإعلام الحكومية (الرسمية)، واكتفاء البعض منها في العمل المحدود جداً من الخارج.

وجاءت في المرتبة الخامسة، تمثلات صوَر الشخصيات القيادية في المجلس الانتقالي الجنوبي، بنسبة (4.83%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت تمثلات صوَر الشخصيات من الأحزاب اليسارية (الاشتراكي، الناصري)، وبنسبة بلغت (4.10%)، ولعل مرد ذلك أن هذين الحزبين لا يملكان وسائل اتصال جماهيرية، مقارنة ببقية الأحزاب والمنظمات الرئيسة الفاعلة في الحرب، وربما ينحصر نشاطهما الإعلامي بحدود الإمكانيات الفردية لأعضائهما، عبر منصات التواصل الاجتماعي.

ويمكن تفسير الأسباب التي تقف خلف التقارب الكبير في مستوى التمثُّلات المتوسطة لصوَر الموضوعات المتعلقة بالأطراف السياسية اليمنية المشاركة في الحرب، من خلال التفاعل بمشاهدة الصورة؛ أبرز تلك الأسباب عدم وجود أية فارق ايجابي واضح، يمكن أن ينفرد به طرفاً سياسياً حتى يتميَّز به عن غيره من الأطراف الأخرى. بالإضافة إلى دور وسائل الإعلام التابعة لهذه الأطراف، التي لا تتوقف عن الدعاية والترويج لأنشطتها الحربية والسياسية، باستخدام مختلف القوالب الصحفية في الإقناع وإحداث التأثير، ودور وسائل الإعلام الخارجية، التي تهتم بمتابعة وتحليل وضع المعارك الميدانية بين هذه الأطراف وارتباطاتها السياسية والعسكرية والإنسانية. وكذلك أدوار الجماعات التنافسية النشطة والمتفرغة للمواجهات الدعائية الحربية والسياسية

الالكترونية (الذباب الإلكتروني)، والتي تعمد فرض أراء ومواقف هذه الأطراف في المجتمعات الافتراضية.

2- الموضوعات غير السياسية:

وبيّنت النتائج أن النسبة المتبقية (30.89%)، من التمثُّلات المتوسطة، من خلال التفاعل بمشاهدة الصورة، قد انحصرت بأربعة موضوعات متفرقة في الواقع اليمني، وهي:

-تمثلات صوَر الرقص الشعبي المشترك (نساء، رجال)، بنسبة (6.02%)، تلاها تمثلات صوَر المطربين اليمنيين المعاصرين، بنسبة (4.71%)، ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن المجتمعات الافتراضية لا تُعنى بفن الطرب الموصوف بالأصالة والرُّقي، وأنها تتجه لتفضيل الوجوه الفنية النسوّية، على الرغم من محدودية إمكاناتها وانتشارها، ولعل هذا لم يكن بمعزل عن تأثير الحرب، التي فرضّت تمثُّلات بديلة للفنون، بفعل الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام، الناتج عن توجيه اهتمامها للحرب، وشحة ظهور الفنون والطَّرب في مضامينها، ثم تمثلات صوَر التجار ورجال الأعمال، بنسبة (4.57%)، ويمكن اعتبار هذه النتيجة مؤشراً على تدني اهتمام المجتمعات الافتراضية بشخصيات التجار ورجال الأعمال.

ثالثاً: صوَر الموضوعات ذات التمثلات المنخفضة:

بيّنت النتائج انخفاض مستوى التمثُّلات لصوَر سبعة موضوعات مهمة في الواقع اليمني، من خلال التفاعل بالمشاهدة، وبنسبة بلغت (24.44%)، نستعرضها على النحو التالي:

أظهرت النتائج انخفاض مستوى تمثُّلات صوَر الآثار اليمنية القديمة، والتي بلغت (2.11%)، تلاها انخفاض مستوى تمثلات صوَر فنون العمارة والتحصين في أدنى مستوى، بنسبة بلغت (2.80%). انخفاض مستوى تمثُّلات

صورَ الدمار الذي خلفته الحرب، بنسبة (2.84%)، ثم تمثُّلات صورَ الشعراء والأدباء المعاصرين، بنسبة بلغت (3.32%)، تلاها انخفاض مستوى تمثُّلات صورَ العلماء والمفكرين اليمنيين، بنسبة بلغت (3.52%)، ثم تمثُّلات قضايا الرأي العام، والتي بلغت (3.75%).

وبموجب هذه النتائج؛ يبدو جلياً التأثير العميق للحرب، التي فرّضت تمثُّلات مجافية للصورَ المتعلقة بالعلوم والفكر والثقافة والأدب، ونأت بالأفراد عن القضايا العامة، بالنظر إلى ما تحدثه الحرب من نتائج أكثر عمقاً في الواقع الاجتماعي اليمني، وقد تجلى ذلك في ضُعف التمثُّلات، من خلال التفاعل بمشاهدة صورَ الموضوعات المتعلقة بفنون العمارة والتحصين، والدمار الناتج عن الحرب، والآثار الحضارية اليمنية، والشعراء والأدباء العاصرين، والعلماء والمفكرين، وقضايا الرأي العام في الواقع اليمني أثناء الحرب، من خلال الصورة في المجتمعات الافتراضية (فيسبوك).

ب – الإجابة عن التساؤل الثاني: ما تمثُّلات صورَ موضوعات الواقع اليمني في ظروف الحرب، من خلال التفاعل بالأيقونات في المجتمعات الافتراضية في صفحة الباحث (فيسبوك)؟

الجدول(2) يبين تمثُّلات الواقع اليمني أثناء الحرب، من خلال التفاعلات الأيقونية مع الصورة في المجتمعات الافتراضية في صفحة الباحث على (فيسبوك)

م	صور الواقع اليمني	التمثُّلات من خلال التفاعلات الايقونية مع الصورة								
		التمثُّلات الايجابية		مستوى التمثُّلات الايجابية			التمثُّلات السلبية		مستوى التمثُّلات السلبية		
		ع	%	العدد	%	م التمثُّلات	ع	%	ع	%	م التمثُّلات
1	نُخب نسوية	133	12.58	345	32.21	عالية	6	6.50	7	7.81	منخفضة

	بارزة									
2	يمنيات بأزياء تراثية	115	10.91				0	0		
3	ممثلون	97	9.18				1	0		
1	الأحزاب اليسارية	66	6.24	458	42.76	متوسطة	2	2.20	12	13.50	منخفضة
3	علماء ومفكرون معاصرون	64	6.05				0	0			
4	رقص شعبي مشترك	63	6.00				0	0			
5	شعراء وأدباء معاصرون	62	5.91				0	0			
6	مطربون معاصرون	56	5.31				0	0			
7	الانتقالي الجنوبي	49	4.61				10	10.80			
8	الآثار اليمنية القديمة	48	4.20				0	0			
9	فنون العمارة والتحصين	46	4.03				0	0			
1	حزب التجمع اليمني للإصلاح	44	3.90	268	25.02	منخفضة	25	26.90	70	78.70	عالية
2	تجار ورجال	43	3.81				9	10.23			

	أعمال									
3	السلطة الشرعية	41	3.60				17	18.31		
4	اتباع الرئيس السابق صالح	40	3.50				7	7.53		
5	قضايا الرأي العام	40	3.50				0	0		
6	الحوثيون أنصار الله	32	2.80				12	12.90		
7	الدمار الذي خلفته الحرب	28	2.50				0	0		
19	الإجمالي	1071	100	1071	100		89	100	89	100

كشفت النتائج في الجدول (2) عن التمثلات التالية:

أولاً: صور الموضوعات ذات التمثلات الايجابية العالية:

انحصرت التمثُّلات الايجابية العالية، من خلال التفاعلات الأيقونية بصور ثلاثة موضوعات في الواقع اليمني، وبنسبة بلغت (32.21%)، وفي المقابل تدنت تمثُّلاتها السلبية إلى أدنى حد، بنسبة بلغت (7.81%)، واتخذت هذه التمثُّلات الترتيب التالي:

- جاءت في المرتبة الأولى النُّخب النسوية البارزة، بنسبة عالية، بلغت (12.58%)، وجاءت في المرتبة الثانية، صوَر يمنيات بأزياء تراثية، بنسبة (10.91%)، وظهر الممثلون اليمنيون في المرتبة الثالثة، بنسبة (9.18%)، يتضح من هذه النتائج اتفاقها مع النتائج التي تم التوصل إليها في الإجابة عن السؤال الأول، والتي تصدّرت فيها تمثُّلات صوَر هذه الموضوعات من خلال

التفاعل بالمشاهدة، ما يعني أن التفاعلات في المجتمعات الافتراضية تكمل بعضها في الأهداف، وأنها اتخذت المستوى العالي من التمثُّلات، نتيجة لغلبة فئة الشباب، التي تتجه اهتماماتها نحو المظاهر والنجومية الشابة في المجتمع، وتؤكد هذه النتائج أن التمثُّلات في المجتمعات الافتراضية في ظروف الحرب، تتجه نحو التركيز على سمات وجماليات الوسط النسوي الشاب، وأنها لم تعتد بغيرها مهما تمتعت بالفروق العلمية والثقافية والسياسية، لتؤكد هذه النتائج ما توصلت إليه دراسة بضياف سهيلة، "أن الشباب يتمثل شبكة فيسبوك كوسيلة تواصل اجتماعي وترفيه بالدرجة الأولى، ويحملون نظرة متوازية وعقلانية عن الفيسبوك، حيث يفرقون بين الايجابي والسلبي".

ثانياً: صور الموضوعات ذات التمثلات المتوسطة:

بيّنت النتائج ارتفاع مستوى التمثُّلات الايجابية المتوسطة، لعدد صوَر تسعة موضوعات في الواقع اليمني، من خلال التفاعلات الأيقونية، بنسبة عالية، بلغت (42.76%)، أي قرابة نصف الموضوعات المحددة في العينة، اتجهت غالبيتها نحو تمثُّلات صوَر ستة موضوعات متعلقة بالتراث والحضارة اليمنية والعلوم والثقافة والفنون، بنسبة عالية، بلغت (59.74%)، فيما توزعت النسبة المتبقية (41.26%) على التمثُّلات لصور الموضوعات المتعلقة بالموضوعين السياسيين (الانتقالي الجنوبي، والأحزاب اليسارية)، وفي المقابل بلغت نسبة التمثُّلات السلبية (13.50%)، وانحصرت بالموضوعين السياسيين المذكورين فقط، واتخذت هذه النتائج الترتيب التالي:

ظهرت في المرتبة الأولى تمثُّلات صوَر الشخصيات من الأحزاب اليسارية (الاشتراكي، الناصري)، بنسبة بلغت (6.24%) من التمثُّلات الايجابية المتوسطة، فيما بلغت نسبة التمثُّلات السلبية (2.20%)، وجاءت في المرتبة الثالثة تمثُّلات صوَر علماء ومفكرين معاصرين، بنسبة بلغت (6.05%) من

التمثُّلات الايجابية المتوسطة، وفي المرتبة الرابعة جاءت تمثُّلات الرقص الشعبي اليمني المشترك (رجال، نساء)، بنسبة بلغت (6.00%)، ولم تُقابل أياً منها بأي تفاعلٍ سلبي. وجاءت في المرتبة الخامسة تمثُّلات صوَر الشعراء والأدباء اليمنيين المعاصرين، بنسبة بلغت (5.91%)، ولم تُقابل أياً منها بأي تفاعلٍ سلبي. وظهرت في المرتبة السادسة تمثُّلات صوَر المطربين اليمنيين المعاصرين، بنسبة بلغت (4.90%)، وجميعها لم تقابل بأي تفاعل سلبي. وجاءت في المرتبة السابعة تمثُّلات صوَر قيادات المجلس الانتقالي الجنوبي، بنسبة تفاعلات ايجابية (4.61%)، ونسبة تفاعلات سلبية، بلغت (10.80%). وظهرت في المرتبة الثامنة تمثُّلات صوَر الآثار اليمنية القديمة، بنسبة تفاعلات ايجابية، بلغت (4.20%)، وفي المرتبة التاسعة، جاءت تمثُّلات صوَر فنون العمارة والتحصين، بنسبة، (4.03%)، وجميعها لم تقابل بأي تفاعل سلبي.

ويمكننا تفسير غلَّبة المستوى المتوسط في التمثُّلات، من خلال التفاعلات الأيقونية مع صوَر الموضوعات المتعلقة بالتراث الفني والحضاري اليمني وصوَر العلماء والمفكرين والمطربين والشعراء والأدباء اليمنيين المعاصرين، من خلال غلَّبة التفاعلات الايقونية الايجابية، وخلوها من أية تفاعلات سلبية، بأن هذه الموضوعات تقع موضع تقدير في المجتمعات الافتراضية، لذلك فهي لم تخضع إلى الإسفاف أو التقليل من أهميتها، مقارنة بصوَر الموضوعات المتعلقة بالأطراف السياسية اليمنية المتحاربة، وبهذا المستوى المتوسط في تمثُّلات هذه الموضوعات، وتتوافق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليه دراسة، بضياف سهيلة، "بأن أغلبية الشباب تميل إلى الاطلاع فقط، أي نحو القيمة الاستعمالية في مستويات بسيطة".

ثالثاً: صوَر الموضوعات ذات التمثلات السلبية العالية:

أظهرّت النتائج ارتفاع مستوى التمثُّلات السلبية إلى أعلى مستوى لصوَر أربعة موضوعات في الواقع اليمني، من خلال التفاعلات الأيقونية، وبنسبة (78.70%)، قابلها انخفاض في مستوى التمثُّلات الايجابية، والتي بلغت (23.51%)، وتبيَّن أن أبرز التمثُّلات السلبية قد تمحوُرت في صور الموضوعات المتعلقة بالأطراف السياسية اليمنية المشاركة في الحرب، والتي ظهر فيها غلبة مستوى التمثُّلات السلبية، بنسبة عالية، بلغت (66.14%)، مقارنة بالتمثُّلات الايجابية، التي بلغت (58.60%)، من النسبتين الاجماليتين في تمثُّلات السبعة موضوعات السلبية والايجابية، فيما ارتفعت النسبة الايجابية المتبقية في التمثُّلات لصور ثلاثة موضوعات غير سياسية إلى (40.42%)، وتدنَّت نسبة تمثُّلاتها السلبية إلى (12.86%)، وهي: التجار ورجال الأعمال، قضايا الرأي العام، الدمار الذي خلفته الحرب، واتخذت تمثُّلات صوَر هذه الموضوعات الترتيب التالي:

جاءت في المرتبة الأولى صوَر حزب التجمع اليمني للإصلاح، من حيث انخفاض مستوى التمثُّلات الإيجابية، بنسبة (3.90%)، وارتفاع مستوى التمثُّلات السلبية، بنسبة (26.90%)، وظهرت في المرتبة الثانية انخفاض مستوى تمثُّلات صوَر التجار ورجال الأعمال، بنسبة تفاعلات ايجابية، بلغت (3.81%)، وبنسبة تفاعلات سلبية عالية، بلغت (10.23%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت تمثُّلات صوَر السلطة الشرعية، بنسبة تفاعلات ايجابية منخفضة، بلغت (3.60%)، ونسبة تفاعلات سلبية عالية، بلغت (18.31%)، وظهرت في المرتبة الخامسة تمثُّلات صوَر قضايا الرأي العام، بنسبة تفاعلات ايجابية منخفضة، بلغت (3.50%)، ولا توجد أية تفاعلات سلبية. وجاءت في المرتبة السادسة تمثُّلات صوَر الحوثيين (أنصار الله)، بنسبة تفاعلات ايجابية منخفضة،

بلغت (2.80%)، ونسبة تفاعلات سلبية عالية، بلغت (12.90%). وفي المرتبة السابعة، جاءت صورَ الدمار الذي خلفته الحرب، بنسبة تفاعلات ايجابية (2.50%).

ومن خلال هذه النتائج، يمكننا تفسير دلالة ارتفاع مستوى التمثُّلات السلبية، من خلال التفاعلات الأيقونية لصورَ الموضوعات المتعلقة بالأطراف السياسية اليمنية المشاركة في الحرب: حزب التجمع اليمني للإصلاح، السلطة الشرعية، أتباع الرئيس السابق علي عبد الله صالح، جماعة أنصار الله (الحوثيين)، بأنها تعبِّر بجلاء عن أن المجتمعات الافتراضية (فيسبوك)، تعيش أجواء الحرب في الواقع اليمني (حرب افتراضية)، وأن كل طرفٍ له جيشه ومناصرينه، ويتخذون من الأيقونات المتاحة، وسيلة للتعبير عن المواقف المؤيدة أو المعارضة لكل طرف من هذه الأطراف، وتؤكد هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة "بن مفتاح خيرة ومولاي حاج"، بأن "الحروف والأرقام والأيقونات، تحاكي التعبير الصوتي المنطوق في الاتصال الشفوي، وتعبر عن الأفكار وتصف العواطف والمشاعر". كما يمكننا تفسير انخفاض نسبة التمثُّلات الايجابية لهذه الموضوعات، بأنها بمثابة مؤشرٍ عن تدني نسبة الفئة التي تتخذ مواقف واضحة من الأطراف اليمنية في الحرب في المجتمعات الافتراضية، وتتفق هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة "غزال وبو رحلي"،" أن كل الأنماط والأشكال التفاعلية، تمارس من قبل المستخدمين، لكن وفق إدراكات ومستويات مختلفة".

ج- الإجابة عن التساؤل الثالث: ما تمثُّلات صورَ موضوعات الواقع اليمني في ظروف الحرب، من خلال التفاعل بالتعليقات في المجتمعات الافتراضية (فيسبوك)؟

الجدول (3) يبين تمثُّلات الواقع اليمني أثناء الحرب، من خلال التفاعل بالتعليقات على الصورة في المجتمعات الافتراضية (فيسبوك)

م	صور الواقع اليمني	التمثُّلات من خلال التفاعلات بالتعليقات على الصورة								
		التمثُّلات الايجابية		إجمالي التمثُّلات الايجابية			التمثُّلات السلبية		إجمالي التمثُّلات السلبية		
		ع	%	ع	%	ما التمثُّلات	ع	%	ع	%	م التمثُّلات
1	نُخب نسوية بارزة	19	19.61	71	73.21	عالية	16	16.33	17	17.40	منخفضة
2	علماء ومفكرون معاصرون	13	13.40				0	0			
3	ممثلون	13	13.40				1	1.02			
4	يمنيات بأزياء تراثية	9	9.31				0	0			
5	رقص شعبي مشترك	9	9.31				0	0			
6	شعراء وأدباء معاصرون	8	8.30				0	0			
1	الأحزاب اليسارية	6	6.21	22	22.70	متوسطة	1	1.02	1	1.02	منخفضة
2	الآثار اليمنية القديمة	6	6.21				0	0			
3	مطربون معاصرون	6	6.21				0	0			
4	قضايا الرأي العام	4	4.12				00	00			
1	الدمار الذي خلفته الحرب	2	2.10	4	4.12	منخفضة	00	00	81	82.70	عالية
2	فنون العمارة والتحصين	2	2.10				0	0			
3	حزب التجمع اليمني للإصلاح	0	0				31	31.63			
4	السلطة الشرعية	0	0				21	21.43			
5	الانتقالي الجنوبي	0	0				10	10.20			
6	تجار ورجال أعمال	0	0				9	9.30			
7	الحوثيون أنصار الله	0	0				6	6.12			
8	إتباع الرئيس السابق صالح	0	0				4	4.10			
9	الاتصال الاجتماعي للباحث	00	00				00	00			
19	الإجمالي	97	100	97	100		98	100	89	100	

كشفت النتائج في الجدول (3) عن التمثلات من خلال التفاعل بالتعليقات، على النحو الآتي:

أولاً: صور الموضوعات ذات التمثلات الايجابية العالية:

أظهرت النتائج ارتفاع مستوى التمثُّلات الايجابية العالية لصوَر ثلاثة موضوعات في الواقع اليمني، من خلال التفاعل بالتعليقات، بنسبة بلغت (73.21%)، واتضح أنها تتجه نحو تمثل صوَر الموضوعات المتعلقة بالنُّخب النسوية البارزة، بنسبة عالية، بلغت (19.61%)، تضمنت التغزُّل والمدح والثناء والاستحسان والإشادة بالتفوُّق. تلتها صوَر العلماء والمفكرين اليمنيين المعاصرين، بنسبة (13.40%)، موجزها الإشادة والتبجيل والترحم والمدح والثناء والإشارة إلى المناقب. وهي ذات النسبة في تمثُّلات صوَر الممثلين اليمنيين، موجزها التغزُّل والإشادة والترحم، ثم صوَر اليمنيات بأزياء تراثية، بنسبة (9.31%)، موجزها الإطراء والثناء والتغزُّل، وهي ذات النسبة في تمثُّلات صوَر الرقص الشعبي المشترك. وأخيراً، صوَر الشعراء والأدباء المعاصرين، بنسبة (8.30%)، موجزها الإشادة بالتميُّز والإبداع وترحمات.

ثانياً: صور الموضوعات ذات التمثلات المتوسطة:

بيّنت النتائج أن التمثُّلات المتوسطة، من خلال التفاعلات بالتعليقات، التي بلغت (22.70%)، قد تمحوَّرت حول صور موضوعات بعيدة عن الأطراف السياسية اليمنية المشاركة في الحرب، وانحصرت بصوَر أربعة موضوعات، هي صوَر: شخصيات حزبية يسارية، ونماذج من الآثار اليمنية القديمة، ومطربين يمنيين معاصرين، بنسبة متساوية لكل منها، بلغت (6.21%)، تلتها صوَر القضايا المتعلقة بالرأي العام، وهي صوَر الموضوعات التي انخفض فيها مستوى التمثُّلات السلبية إلى أدنى حدٍ، (1.02%)، انحصرت بتعليق سلبي واحد، تجاه صورة لشخصية قيادية يسارية.

كما أظهرت النتائج انخفاض مستوى التمثل الايجابي لصورَ موضوعي: الدمار الذي خلفته الحرب، وفنون العمارة والتحصين، بنسبة (2.10%) لكل منهما. ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن طول أمد الحرب قد فرض على المجتمعات الافتراضية (فيسبوك) تمثُّلات سلبية قاسية، حتى إنها لم تعد تكترث بحجم الدمار والخراب الناتج عن الحرب، وأنها صارت متعايشة معه وجزء من حياتها، وهي اللامبالاة ذاتها التي فرضتها الحرب، والتي ظهرت في تدني مستوى تمثُّلاتها لفنون العمارة والتحصين.

ثالثاً: صور الموضوعات ذات التمثلات السلبية العالية:

أظهرت النتائج أن التمثُّلات السلبية العالية، من خلال التفاعل بالتعليقات على صورَ الموضوعات قد بلغت (82.70%)، وأنها انحصرت بصور ستة موضوعات، وهي الموضوعات المتعلقة بالأطراف اليمنية المشاركة في الحرب، بنسبة بلغت (74.22%)، تصدرتها التمثُّلات السلبية لصورَ الشخصيات القيادية في حزب التجمع اليمني للإصلاح، بنسبة (43.11%)، وانحصرت مضامينها بالسب والتجريم بالإرهاب والوصف بالنفاق، تلتها صورَ القيادات في السلطة الشرعية، بنسبة (29.21%)، وانحصرت بالسب والاتهام بالفشل والعمالة وتحميلهم مسئولية الهزيمة، ثم صورَ قيادات المجلس الانتقالي الجنوبي، بنسبة (13.88%)، وانحصرت بالتذمر والاتهام بالعمالة والإرهاب، تلاها صورَ جماعة الحوثيين (أنصار الله)، بنسبة (8.33%)، وانحصرت بالاتهام بالعمالة والعنصرية والنفعية والخيانة، وأخيراً، جاء أتباع الرئيس السابق علي عبد الله صالح، بنسبة (5.55%)، وانحصرت بالاتهام بالفشل والعمالة ونهب الثروات. كما بيّنت النتائج خلو هذه الموضوعات من أية تمثُّلات ايجابية، من خلال التفاعل بالتعليقات.

ويمكن تفسير التمثُّلات السلبية العالية للواقع اليمني أثناء الحرب، من خلال التفاعل بالتعليقات مع صوَر الموضوعات المتعلقة بالأطراف السياسية اليمنية المشاركة بالحرب، وعدم وجود أي تعليق ايجابي، بأن المجتمعات الافتراضية تعيش تمثُّلات الحرب بكل مساوئها وأثارها المُدمِرة، وتعبر عن ذلك بوضوح. وعلى العكس من ذلك، يؤكد انحصار التمثُّلات الايجابية العالية بصوَر الموضوعات العلمية والفنية والثقافية والنُّخب النسوية، على أهمية بقاء الأمل بالحياة النقية، خالية من المنغصات التي ألفها السياسيون اليمنيون، الممثلون في أطراف الحرب.

الخاتمة: وتتضمن أبرز النتائج والتوصيات، ونستعرضها على النحو الآتي:

أولاً: النتائج:

أظهرت النتائج مدى فاعلية متغير طول أمد الحرب في توجيه تمثلات اليمنيين للواقع في المجتمعات الافتراضية، من خلال التفاعلات الايجابية والسلبية مع صوَر مختلف الموضوعات في المجتمعات الافتراضية (فيسبوك)، ما مكننا الخروج بالاستنتاجات التالية:

1- ارتفاع مستوى التمثُّلات الايجابية لصوَر الموضوعات المتعلقة بالمرأة اليمنية (نُخّب نسوية بارزة، يمنيات بأزياء تراثية، رقص شعبي مشترك، ممثلون)، من خلال مختلف التفاعلات (المشاهدة، الايقونية، التعليقات).

2- أن المجتمعات الافتراضية اليمنية في ظروف الحرب تتمثل الموضوعات المتعلقة بالمرأة اليمنية إيجابياً، مقارنة بالانخفاض إلى أدنى حدٍ في تمثلاتها لصوَر الموضوعات المتعلقة بالآثار الناتجة عن الحرب، وفنون العمارة والتحصين، وقضايا الرأي العام.

3- التفاوُت في مستوى تمثُّلات صوَر الموضوعات المتعلقة بالثقافة والعلوم والفنون: العلماء والمفكرون، الشعراء والأدباء المعاصرون، الآثار اليمنية القديمة، بين المنخفضة والمتوسطة.

4- ارتفاع مستوى التمثُّلات السلبية، من خلال التفاعلات الايقونية لصوَر الموضوعات المتعلقة بالأطراف السياسية اليمنية المشاركة في الحرب: حزب التجمع اليمني للإصلاح، السلطة الشرعية، أتباع الرئيس السابق علي عبد الله صالح، جماعة أنصار الله (الحوثيين)، وتعبِّر هذه النتائج عن أن المجتمعات الافتراضية (فيسبوك)، تعيش أجواء الحرب في الواقع اليمني (حرب افتراضية).

5- انحصار التمثلات المتوسطة الايجابية بصوَر الخمسة الموضوعات المتعلقة بالأطراف السياسية اليمنية المشاركة بالحرب (التجمع اليمني للإصلاح، الشرعية، إتباع الرئيس السابق علي عبد الله صالح، الانتقالي الجنوبي، الحوثيين "أنصار الله")، وانخفاض مستوى تمثُّلات صوَر الأحزاب اليسارية (الاشتراكي، الناصري)، من خلال مختلف التفاعلات (المشاهدة، الأيقونية، التعليقات).

6- تصدرت تمثلات صور القيادات الأولى في الأحزاب والجماعات السياسية الدينية (التجمع اليمني للإصلاح، الحوثيين- أنصار الله)، من حيث التفاعلات بالمشاهدة، فيما تدنت تمثلات صور بقية القيادات السياسية الأخرى.

7- تصدُّر التمثُّلات السلبية لصوَر الشخصيات الأولى في قيادة حزب التجمع اليمني للإصلاح مختلف الشخصيات السياسية اليمنية، من خلال التفاعلات الأيقونية والتعليقات.

8- أن المجتمعات الافتراضية (فيسبوك) لا تضع اعتباراً في تمثُّلاتها الايجابية لفئة التجار ورجال الأعمال، إلا أنها تتمثل سلباً ذوي النفوذ السياسي من هذه الفئة، من خلال التفاعلات الأيقونية والتعليقات، وبنسبة عالية.

ثانياً: التوصيات:

ويضع الباحث المقترحات التالية:

1- بإمكان مراكز ومخابر البحث العربية المعنية بالدراسات الاتصالية والإعلامية البحث في نظريات نماذج التفاعلية، وتطبيقها في المجتمعات الافتراضية، والتعرف على نوعية الموضوعات التي تحظى باهتماماتها، خاصة أن هذه المجتمعات تشهد تطورات متسارعة، وتجذب فئات واسعة في المجتمعات العربية، وأضحى الفضاء الالكتروني متسعاً لتكوين الأفكار والآراء والمواقف، التي لها تأثيراتها على الواقع المعاش لهذه المجتمعات.

2- بإمكان الباحثين متابعة البحث في نفس موضوع البحث والإجابة عن ذات التساؤلات، واتخاذ نفس الموضوعات المتوافقة مع البيئات والظروف العربية المختلفة، وعقد مقارنات بين نتائجها ونتائج هذا البحث، لما لذلك من أهمية في الكشف عن شكل التوافق أو الاختلاف في تمثُّلات الشخصية العربية لواقعها المعاش.

الهوامش والمراجع:

1- بضياف سهيلة: الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر – دراسة في تمثُّلات واستخدامات الشباب لشبكة فيسبوك، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الإعلام وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة (1)، (2017 – 2018).

2- أباهر السقا: التمثُّلات الجديدة في المجتمع الفلسطيني: التخبط التمثلي والمعيارات الجديدة، نموذج محمد عساف، مجلة إضافات، العدد (35)، صيف (2016)، ص ص 9 – 24.

3- عبد الرزاق غزال ووفاء بو رحلي: تكريس التعددية الإعلامية عبر تحقيق التنوع الثقافي في وسائل الإعلام الرقمية، الملامح، المقومات والعوائق، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (46)، (31/ ديسمبر/ 2019)، ص ص 117- 132.

4- بن مفتاح خيرة ومولاي حاج مراد: الرموز اللغوية في الرسائل النصية أثناء التواصل الاجتماعي الافتراضي: دراسة في الدلالة والمعنى، دراسة ميدانية لدى طلبة المركز الجامعي نور البشير- ولاية البيض، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، المجلد (05)، العدد (02)، (2020)، 728 – 759.

5- Joonghwa Lee, Hyojung Park and Kevin Wise, Brand interactivity and its effects on the outcomes of advergame playm, 0(0) 1-19, published online (18) Septemer New Media Society, (2013).

6- علي محمد رحومة: علم الاجتماع الآلي مقاربة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، يناير (2008)، ص 162.

7- المرجع نفسه: ص 169.

8- محمد بن مكرم بن علي ابن منظور: لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، (1997).

9- جميل صليبيا: المعجم الفلسفي، الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، (1982)، ص 282.

10- نور الدين السعداوي: التمثُّلات الاجتماعية محدد مهم للسلوك: علاقة المواطن بـــ"كوفيد -19" مثالاً، موقع جواد، متاح على الرابط https://jawak.com/%،أخر تحديث 19 Aug 2020.

11- قويدري بشاوي مليكة: تمثل صورة الذات وصورة الأخر في العلاقة الاجتماعية، دراسة ميدانية مع عينة من مرضى المستشفى الجامعي لمدينة وهران، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة وهران السانيا، كلية العلوم الاجتماعية، (2013-2014)، ص 25.

12- Gustave Nicolas Ficher, Les Concepts Fondamentaux de La PsyehologieSociale, edition3, paris, (2005), P 131.

13- حديدي محمد: من التصورات الاجتماعية إلى نظرية النواة المركزية لجان كلود ابريك، مجلة آفاق وأفكار، مخبر حوار الحضارات والتنوع الثقافي وفلسفة السلم،

كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، المجلد (9)، العدد (1)، السنة (2021)، ص 36.

14- see more: Moscovici serge: La Psychologiesociale, P. U. F, 2Ed, France, 1984.

15- Kaerene: Image de laculure chez lesoveriesFrancais, 1968, p 33.

16- عبد الحميد بسيوني: فكرة واحدة على "المجتمعات الإفتراضية"، مؤتمر حروب الفضاء السبراني، الهيئة العامة لقصور الثقافة، القاهرة، (15/ مايو / 2015)، متاح على الرابط، https://seconf.wordpress.com/2015/05/15/

17- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر، القاهرة، ((2004، ص 47.

18- عبد الحميد بسيوني: مرجع سبق ذكره.

19- حلمي خضر ساري: ثقافة في الأنترنت "دراسة في التواصل الاجتماعي"، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط (1)، عمان الأردن، (2005)، ص 220.

20- علي محمد رحومة: مرجع سبق ذكره، ص 23.

21- المرجع نفسه، ص 145.

22- إبراهيم أنيس وآخرون: المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية – مكتبة الشروق الدولية، (2004).

23- لؤي الزعبي: مدخل الى الصورة والسينما، الجامعة الافتراضية السورية، (2020)، ص 1.

24- إبراهيم محمد سليمان: مدخل إلى مفهوم سيميائية الصورة، المجلة الجامعة، العدد (16)، المجلد (2)، ابريل (2014) ص ص 153 – 178.

25- المرجع نفسه: ص 174.

26- قدور عبد الله ثاني: سيميائية الصورة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، (2008)، ص 127.

27- الفرفار العياشي: المجتمع الافتراضي و التصور الدور كايمي: قراءة في طبيعة التحولات الاجتماعية، موقع الحوار المتمدن، متاح على الرابطhttps://m.ahewar.org/s.asp?aid=640845&r، أخر تحديث، 19 / 6 / 2019.

28- المرجع نفسه.

29- Facebook monthly active worldwide as of Q3 (2021). :Statista: The global business data platform 30)

30- إبراهيم المبيضين: صحيفة الغد،750)) مليون صداقة جديدة تنشأ على ''فيسبوك'' في اليوم الواحد، العدد (6065)، الخميس (8/ يوليو/ 2021)، عمان، الأردن.

31- المرجع نفسه