

استخدام وسائل الإعلام الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي: شبكة تويتر نموذجا
- دراسة تحليلية لعينة من صفحات وسائل إعلام عبر تويتر -

**The Algerian media's use of social networks: "the Twitter network as a model"
-Analytical study of a sample of Twitter media pages-**

محمد بوحوالي

أستاذ مساعد- أ-

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

Bouhouali.med@hotmail.fr

تاريخ النشر : 2021/01/14

تاريخ القبول: 2020/12/10

تاريخ الاستلام: 2020/11/23

ملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى إظهار العلاقة القائمة بين شبكات التواصل الاجتماعي وعلى وجه الخصوص شبكة التواصل الاجتماعي "تويتر" ووسائل الإعلام الجزائرية، واستكشاف مستقبلها من خلال علاقتها بالشبكات الاجتماعية. جاءت بداية هذا العمل من الإشكالية البحثية التي ركزنا من خلالها على طبيعة العلاقة التي صارت تربط وسائل الإعلام الجزائرية مع شبكة التواصل الاجتماعي تويتر.

حيث تناولنا بالدراسة عينة من وسائل الإعلام الجزائرية بمختلف أنواعها، من الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون لمعرفة كيفية ومدى استخدامهم لهذه الوسائط الإعلامية الجديدة وبالخصوص شبكة التواصل الاجتماعي تويتر.

الكلمات المفتاحية: ويب 2.0، شبكات التواصل الاجتماعي، التفاعلية، وسائل الإعلام الجديدة، شبكة تويتر.

Abstract:

The present study seeks to show the relationship that there is between social networks in particular the social network Twitter and Algerian media and to explore the future of it through their relationship with social networks. The start of this work came from the issue that focused on the relationship aroused namely: correlation and integration of Algerian media with the social network Twitter.

We studied a sample of Algerian media of different types, written press, radio and television to find out how they use these new information and communication technologies and in particular the social network twitter.

Keywords: Web 2.0, Social Media, Interactive, New Media, Twitter.

1. مقدمة:

على ضوء الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي وتنامي استخدامها وتأثيرها، يحتدم الجدل في الأوساط الإعلامية وغيرها حول ما إذا باتت وسائل الإعلام الجديدة تشكل تهديداً أو بديلاً للإعلام الكلاسيكي. حيث نتج عن التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال أساليب ومنابر إعلامية جديدة، استطاعت في ظرف وجيز أن تستقطب أعداداً كبيرة من القراء والمشاهدين والمستمعين.

يظهر لنا جلياً أن هذه العلاقة التي صارت تربط وسائل الإعلام بشبكات التواصل الاجتماعي أصبح يشدها تداخل وارتباط وثيق أي أن التقليدي أو الكلاسيكي صار يستعمل ويعتمد على الجديد من أجل إعادة صياغة كيانه، سواء فيما يخص عملية البث (المنصات أو الوسائط المعتمدة في ذلك مثل: الانترنت، الهاتف النقال) أو العلاقة مع الجمهور أو طريقة إنتاج المضامين الإعلامية. والأهم من ذلك كله أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل أداة بالغة الأهمية والفاعلية لجمع الأخبار من جهة ونشرها و مشاركتها من جهة أخرى. فيوما بعد آخر يزداد إقبال الجهات الرسمية والمنظمات الدولية والمشاهير على استخدام الإعلام الاجتماعي، وبشكل خاص إقبال وسائل الإعلام على شبكة تويتر، لنشر أخبارها، والتقرب من رواد هذه الشبكة وزيادة انتشارها عبر هذا الفضاء الاجتماعي، وهو ما يزيد من أهميتها كوسائل إعلام جماهيرية.

الجزائر وعلى غرار البلدان الأخرى عرفت في السنوات القليلة الماضية اهتماماً واسعاً بهذه الوسائط الجديدة التي تظهر من خلال الاستعمال الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي: فيسبوك بالدرجة الأولى. نفس الشيء شهدته وسائل الإعلام الجزائرية التي عرفت على غرار مثيلاتها في العالم تطورا هاما وتغيرات جذرية في شكلها ومضمونها وطريقة عملها ونشاطها. حيث أدركت وسائل الإعلام الجزائرية باختلاف أنواعها ضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية

شبكة تويتر نموذجاً

الحديثة واعتماد التقنيات الجديدة التي صارت تسيطر على شبكة الانترنت في العالم بأسره خاصة ما يتعلق بالويب 2.0. هذا الأخير الذي غير نظام سير وعمل الانترنت, الأمر الذي أثر في جميع مستعملي الشبكة من أفراد ومؤسسات ووسائل الإعلام بما فيها الجزائرية. هذه الأخيرة التي أدركت أنها لا تستطيع تجاهل هذه التفاعلية والديناميكية الجديدة التي فرضها واقع الويب 2.0. من هذا كان على وسائل الإعلام الجزائرية الالتفات إلى هذه التغيرات و التطورات التي صارت تشهدها البيئة الإعلامية ومحاولة التأقلم معها ومسايرتها حتى تضمن بقائها واستمرارها والمحافظة على بريقها وسمعتها. الأمر الذي عملت عليه وسائل الإعلام في الجزائر التي لاحظت بدورها أن أغلب مستخدمي الإنترنت في الجزائر يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي ودائم حسب أرقام وإحصائيات محلية وعالمية (Statista.com). فصار من الضروري على هذه الوسائل الإعلامية خلق فضاء لها داخل هذه الشبكات الاجتماعية والتفاعل مع جمهورها والتواصل معه وخاصة المحافظة عليه.

دراستنا هذه ستتناول واقع استخدام وسائل الإعلام الجزائرية لشبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد شبكة تويتر ودراسة العلاقة الجديدة التي تبلورت بين هذا الإعلام الكلاسيكي وهذه الوسائط الجديدة هنا في الجزائر. حيث سنسلط الضوء على علاقة الترابط والتكامل التي نشأت بينهما، أي مدى اعتماد واستخدام وسائل الإعلام الجزائرية من صحافة وإذاعة و تلفزيون لشبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد شبكة تويتر. من هذه الخلفية النظرية للموضوع تبلور الصيغة الاستفهامية لمشكلة دراستنا كالآتي: ما مدى استخدام وسائل الإعلام الجزائرية لشبكة تويتر في عملها الصحفي والإعلامي؟

2. ظهور وتطور شبكة تويتر:

1.2 تعريف شبكة تويتر:

يعد موقع تويتر Twitter واحد من أكبر شبكات التواصل الاجتماعي. أسسه إيفان ويليامز (Evan Williams) المولود في عام 1972 في ولاية نبراسكا الأمريكية، وانتقل إلى الجامعة التي لم يكمل فيها تعليمه (Alfred Hermida, 2010). ويعد موقع "تويتر" من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر عدد من المعلومات على الانترنت من مصادر رسمية وغير رسمية، وهو موقع تدوين مصغر. كما يمثل تويتر شبكة معلومات أنية مدعومة من الناس

شبكة تويتر نموذجاً

في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف "ماذا يحدث الآن"، حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال: "ماذا يحدث الآن What's happening now" ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور .

وعن أول تغريده تم نشرها على تويتر كانت في 21 مارس 2006م، على يد "جاك دورزي Jack Dorsey، بيز ستون Biz Stone، وإيفان ويليامز Evan Williams"، وهو عبارة عن شبكة اجتماعية وخدمة للتدوين المصغر (Micro-blogging) تسمح لمستخدميها بإرسال تحديثات (Updates) وتدوينات مصغرة لا تتجاوز 280 حرف (Jeffrey Berlin, 2012).

2.2 نشأة وتطور موقع تويتر:

ظهر تويتر كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة (Obvious) الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو ثم أطلقته رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006م، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007م من حيث تقديم التدوينات المصغرة وفي أبريل من العام نفسه قامت شركة (Obvious) بفضل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم (Twitter)، وقد سمي الموقع "تويتر" بمعنى الزقزقة تشبهاً لأصوات الهواتف عند التواصل بزقزقة العصافير. وهو فكرة جاك دورسي مهندس برمجيات، أمريكي الجنسية مواليد 1976. ويهدف الموقع إلى إمداد مستخدميها بأحدث الأخبار في شتى الموضوعات التي يهتمون بها وأطلق الموقع رسمياً على الإنترنت في أكتوبر 2006. وفي عام 2008 وصل عدد مستخدمي تويتر إلى ما يقرب من 100 مليون، ولم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية فقط ولكن في أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين في اليابان ونشاطهم البارز على الموقع ولقيت النسخته اليابانية استحسان المستخدمين وتفوقت بشكل أكبر على النسخته الإنجليزية في ذلك الوقت.

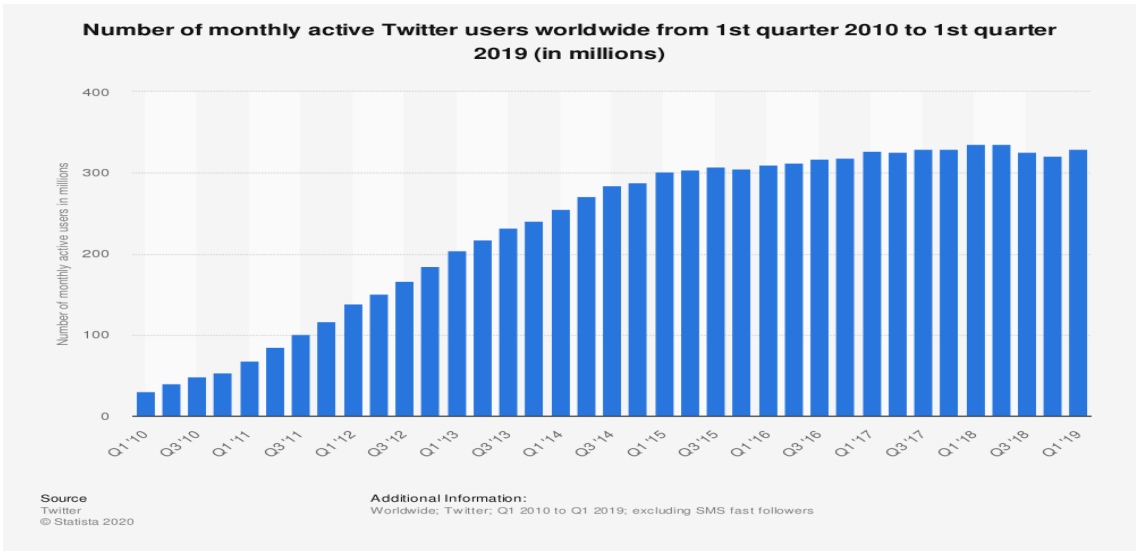
وكانت بدايات هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام 2006، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر، ثم أتاحت نفس الشركة تعميم استخدام هذه الخدمة في أكتوبر من نفس العام، (Ali Nabil Ahmad, 2010) ومن ثم أخذ الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوين المصغر، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسماً

خاصا يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام 2007. واعتبارا من أول يناير 2009، كانت أعلى ثلاث الشبكات الاجتماعية (فيسبوك، ماي سبيس، وتويتر) وبلغ متوسط تويت يوميا 2.5 مليون. وفي سبتمبر 2010 وحتى أكتوبر 2010، بدأت الشركة طرح "نيوتويتر" طبعة مجددة بالكامل من Twitter.com وشملت التغييرات القدرة على رؤية الصور ومقاطع الفيديو دون ترك التغريدة نفسها من خلال النقر على تويت الفردية التي تحتوي على روابط لصور ومقاطع من مجموعة متنوعة من الموقع (اميمة احمد رمضان، 2016).

إلى غاية الثلاثي الأول من 2020 وحسب إحصائيات موقع Statista.com كان هناك أزيد من 330 مليون مستخدم لشبكة تويتر، منهم 145 مليون حساب فعال يوميا. كما يتبادل أعضاء تويتر نحو 500 مليون رسالة "تويت". كما هو مبين في الشكل التالي الصادر عن الموقع نفسه.



رسم بياني رقم 01: يوضح عدد الحسابات الفعالة عبر شبكة تويتر بين 2010 و2019.

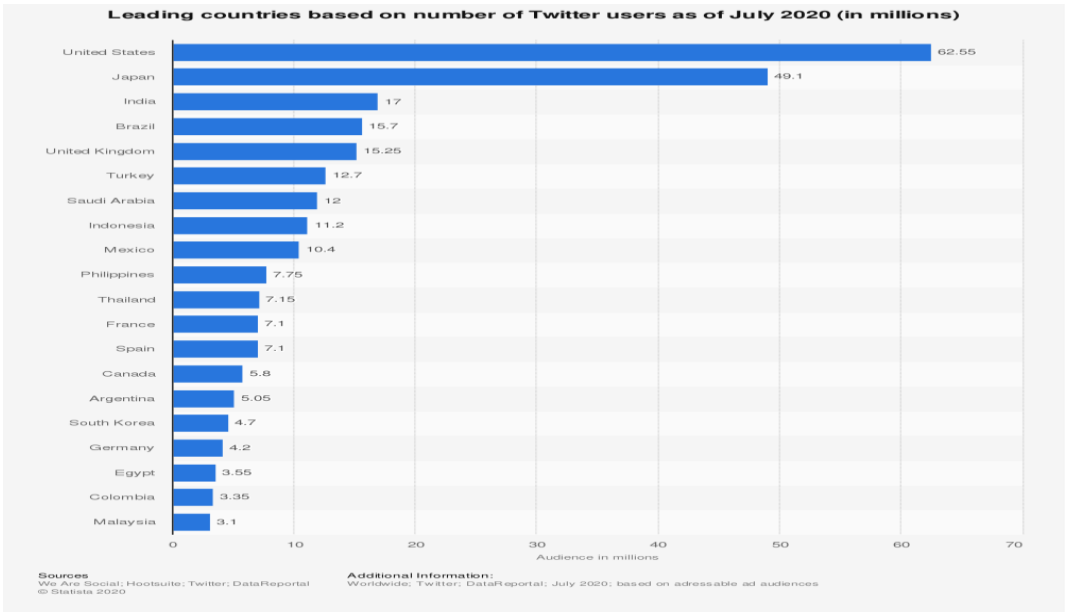


المصدر: موقع Statista 2020

شبكة تويتر نموذجا

وحسب إحصائيات موقع Statista.com الصادرة في جويلية 2020، صنف هذا الموقع الولايات المتحدة الأمريكية كأول مستعمل لشبكة تويتر بأزيد من 62 مليون مستعمل، تليها دولة اليابان بأكثر من 49 مليون مستخدم، تليها الهند بـ 17 مليون مستخدم و البرازيل بأكثر من 15 مليون مستعمل نفس الشيء بالنسبة لدولة المكسيك بأكثر من 15 مليون مشترك. (Statista.com)

رسم بياني رقم 02: يوضح ترتيب الدول الأكثر استخداما لشبكة تويتر إلى غاية جويلية 2020.



المصدر: موقع Statista.com

3. شبكة تويتر والعمل الصحفي :

1.3 الميزات الإعلامية لشبكة تويتر:

• يعمل تويتر كوسيلة إعلامية تتحدى وسائل الإعلام الأخرى فهو يساعد على تبادل المعلومات والأفكار كما يقوم بعمل إذاعة أخبار على صورة عناوين الأخبار كما أن هناك من الطرق الذكية والتي يستطيع بها الأفراد إرسال العديد من الرسائل بلا قيود بالإضافة إلى ذلك فإنه يوفر الوقت فهو يقدم الرسائل فيما لا يزيد عن سطرين فيما يشبه شريط الأنباء المتحرك في المواقع

- الصحفية والإعلامية المختلفة إلا أنه شريط يكتبه أكثر من شخص ولا يكرر نفسه ولا يتقيد بعدد معين من الأخبار.
- يقوم تويتر بنقل الأخبار العاجلة والتجارب المشتركة فيستطيع أن يعمل كجريدة عالمية فورية، ومثال على ذلك عند نقل بعض الأخبار الهامة إلى المستخدمين كنقل أخبار وفاة Jennifer Dunn الرمز الجمهوري مما ترتب عليه معرفة خبر الوفاة من الشعب قبل أن تحصل عليها مصادر وسائل الإعلام المختلفة.
 - يوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقاؤهم دائما وفي أي وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقى الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جدا والسريعة والمحيطة به. وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم فور وقوعها.
 - سهولة استخدامه فيستطيع أي أحد باستخدام الهاتف المحمول أن يرسل رسالة نصية بسرعة لأي رقم تليفون محمول من خلال تويتر، كما أن الوقت الذي يستغرقه لإرسال تغريده يعد قصيرا إذا ما قورن بإرسال مدونة أو نشر أي مادة أخرى على الانترنت. (اميمة احمد رمضان، 2016).

2.3 شبكة تويتر والممارسة الصحفية:

لقد تم ربط تويتر بشكل بارز بالصحافة في كل من التغييرات في الممارسة الصحفية وتسهيلات لصحافة المواطنين، ومظهر هام من مظاهر تويتر هو وظيفته كموقع يحتوي على الأخبار المحيطة بنا. كما أن هذه الأخبار ينتجها ويستهلكها شريحة عريضة من الأفراد بدأ من الصحفيين المحترفين إلى غير المحترفين من الصحفيين المواطنين. وبهذه الطريقة يقدم تويتر فرصة مناسبة لأنماط متنوعة من الصحافة أفضل تماما من النمط التقليدي للإنتاج والاستهلاك الصحفي وعلاوة على ذلك فإن أدور منتجي ومستهلكي الأخبار تكون متداخلة على موقع تويتر، كما أثر هذا الوسيط أيضا على بعض الطرق التي يتم من خلالها تحكم الصحفيين في العمل الصحفي، ويفيد تويتر الصحفي أيضا في التعرف على أحدث الأخبار في قضية ما أو بلد معين، من خلال محرك البحث على تويتر، وتتبع الأخبار السابقة عبر معرفة اسم الاختصار المتداول على شبكة تويتر فيما يسمى بعلامة الشباك # أو Hashtag. (وسام كمال، 2014).

شبكة تويتر نموذجا

بالنسبة للصحفيين المحترفين والمنظمات الإخبارية، يرى بيزستون المؤسس المشارك في إنشاء تويتر هذه الأداة بوصفها نقطة بداية ممتازة لتطوير الأخبار الصحفية والبحث عن أبطال محتملين لنصوص تثير الاهتمام من الناحية الإنسانية وهو أداة للصحفيين والمنظمات الإخبارية. كما يبدو أيضا أداة مثلى للذين يشهدون حدثا إخباريا جديرا بالنقل وإرسال صورة له، ويوفر تويتر للعاملين في مجال صحافة المواطنين جمهورا في اللحظة التي ينقلون فيها الخبر ويمكنهم من تحقيق سبق صحفي عن وسائل الإعلام الكبرى. (حسنين شفيق، 2011)

بالإضافة إلى المصادر المختلفة التي يعتمد عليها الصحفيين فقد قام تويتر بتغيير الممارسات والمعايير الصحفية، على سبيل المثال فقد وجد لازورسا وآخرون Lasorsa et al. أن تويتر قد أنتج صحفيين أكثر حرية في التعبير عن آرائهم وهو السلوك الذي يشكل تحديدا مباشرا كمعيار لعدم التحيز والحيادية. حيث اشار تقرير لمحطة ال سي أن أن (CNN) 6 نوفمبر 2013، أن شبكة تويتر استطاعت هزيمة المحطة التلفزيونية في تغطية العديد من الأحداث نظرا لسرعته في جمع ونشر الاخبار والمعلومات. (عبد الله الغدامي، 2016)

عندما لا يستعمل تويتر لتنمية الأخبار ساعة وقوعها أو لتطوير أفكار الأخبار جديدة، يمكن له أن يعين الصحفيين في جهد العمل الذي تنطوي عليه إدارة المقابلات الصحفية، فإذا لم تحضر في ذهنهم أسئلة مثيرة للاهتمام أو ذات صلة فبمقدورهم أن يطلبوا أسئلة من متابعيهم في شبكة تويتر، فالقراء قد يكونون أكثر اهتماما في قراءة المقابلات التي تجيب مباشرة على تلك الأسئلة التي يرغبون في طرحه، ويسهل تويتر كذلك المقابلات العامة واستطلاعات الرأي ذلك أنه في مقدور الصحفي أن يطرح سؤالا كتحديث سريع ثم ينتظر الإجابات الواردة من متابعيه ومن مستخدمين آخرين يتصادف وجودهم على الشبكة. (اميمة احمد رمضان، 2016)

بالاقتراب أكثر إلى الممارسة الإعلامية على تويتر فإنه يمكن تحديد ثلاثة مسارات لهذه الممارسة: أولها توسيع نطاق المواد المنشورة عبر وسائل أخرى، وذلك عبر بث العنوان، أو مقدمة موجزة للمادة، مع رابط يحيل إلى متن المادة المكتوبة أو المصورة، أو عبر بث تنويه بحوار تلفزيوني أو إذاعي متوقع. في هذا المسار تنشط وسائل إعلامية متعددة، وكذلك مجموعة من كتاب الرأي، بالإضافة إلى صحفيين يقدمون الأخبار بصفتهم الفردية، ويضاف إلى كل هذا إمكان الحصول على رجع صدى إضافي من خلال المتابعين. حيث يمكن القائم بالاتصال على الانترنت أن يقوم بقدر من النشاط على موقع تويتر "تتبع" Follow الشخصيات والمؤسسات التي تدخل في إطار

شبكة تويتر نموذجا

اهتمامه، وعمل صفحة لموقع واختيار أهم الموضوعات والأخبار العاجلة لبثها عبر تويتر. والمسار الثاني يتمثل في كونه حسابات الشخصيات العامة على تويتر مصدرا للمعلومات تستفيد منه وسائل الإعلام، وكذلك نشاط المدونين على حساباتهم في تغطية أحداث يتعذر على وسائل الإعلام بلوغها. وثالث المسارات هو اقتفاء مؤشرات الانتشار للقضايا والشخصيات، وإمكان طرح استطلاعات للرأي العام. (اميمة احمد رمضان، 2016)

4. وسائل الإعلام الجزائرية وشبكة تويتر :

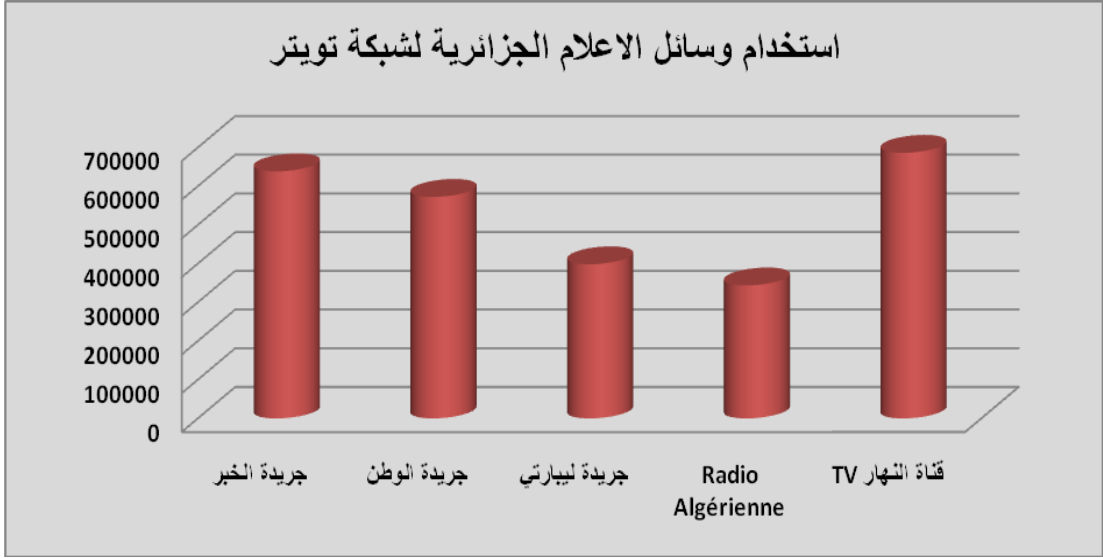
تعتبر شبكة تويتر من بين شبكات التواصل الاجتماعي الأقل استخداما في الجزائر مقارنة بباقي شبكات التواصل الاجتماعي خاصة شبكة فيسبوك و شبكة انستغرام. حيث أشارت الأرقام الأخيرة التي صدرت عن الموقع المتخصص Alexa أن عدد مستخدمي شبكة تويتر في الجزائر لسنة 2020 لا يتجاوز 846 ألف مستخدم محققا بذلك نسبة انتشار قدرها 2,86 ٪ وهي نسبة تبقى ضعيفة جدا. (Alexa.com)

جدول رقم1: يوضح صفحات تويتر التابعة لوسائل إعلام جزائرية إلى غاية سبتمبر 2020:

العدد	عنوان الصفحة	تاريخ الإنشاء	عدد المتابعين	اشتراكات الصفحة	عدد التغريدات
01	جريدة الخبر	مارس 2011	638410	1530	40231
02	Journal EL WATAN	أوت 2010	572376	69	45807
03	Journal Liberté	سبتمبر 2011	398387	48	30169
04	Radio Algérienne	جانفي 2012	343698	59	24917
05	قناة النهار TV	جانفي 2010	686325	215	233817

المصدر: اعتماد إحصائيات موقع سوسيال بيكرز (سبتمبر 2020).

رسم بياني رقم 03: يوضح مدى استخدام وسائل الاعلام الجزائرية لشبكة تويتر.



من اجل تحديد أهم و أكثر الصفحات الإعلامية متابعة عبر شبكة تويتر في الجزائر، اعتمادنا نتائج قدمها موقع Sociabakers.com المتخصص في دراسة و تتبع وسائل الإعلام و شبكات التواصل الاجتماعي في العالم. حيث نشر عبر موقعه الرسمي في نهاية مارس 2020 ترتيب أهم صفحات تويتر التابعة لوسائل إعلام جزائرية . هذه الصفحات كلها رسمية و تم التحقق منها من طرف إدارة شبكة تويتر و الموقع كذلك، و هي معروفة لدى رواد شبكة تويتر بحملها للإشارة الزرقاء "Badge Bleu" . من خلال هذا الترتيب استطعنا تحديد 5 وسائل إعلامية جزائرية تستخدم شبكة تويتر بانتظام و هي صفحات رسمية تم التحقق منها و تسجيلها بطريقة قانونية حسب القانون الخاص بشبكة تويتر.(Socialbakers.com) و فيما يلي تحليل و تقديم لأهم صفحات تويتر التابعة لوسائل إعلام جزائرية من حيث المتابعة و التفاعل من طرف الجمهور الجزائري خلال فترة الدراسة الممتدة بين 1 سبتمبر 2020 و 30 سبتمبر 2020:

شبكة تويتر نموذجا

1.4- صفحة تويتر لجريدة الخبر: هي صفحة تنشط عبر شبكة تويتر تم إنشاؤها في مارس 2011 تقوم بإصدار مضامين عامة مرتبطة بالشأن العام الجزائري. كما تنشر تغريدات ذات طابع إعلامي، متنوعة و متعددة تمس كل الجوانب التي تهم المواطن سواء تعلق الأمر بالأحداث السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية و كذلك الرياضة و غيرها من المنشورات الثقافية والتكنولوجية و الفنية.

استطاعت هذه الصفحة من الوصول إلى أزيد من 638.410 متابع للصفحة. كما أن الصفحة لديها اشتراكات في حسابات أخرى تهتم بها كمصدر من مصادر الحصول على المعلومة عددها 1530 اشتراك. و قد قامت هذه الصفحة بنشر أزيد من 40.231 تغريده منذ إنشاء هذا الحساب عبر شبكة تويتر. هذه الإحصائيات جعلت من جريدة "الخبر" تتصدر قائمة الصحف الكلاسيكية المكتوبة الأكثر متابعة عبر شبكة تويتر في الجزائر. و للصفحة رابط مباشر نحو الموقع الرئيسي للجريدة عبر شبكة الانترنت و هو www.elkhabar.com.

هذه الصفحة عرفت خلال الفترة الممتدة بين جوان- سبتمبر 2020 ارتفاعا ملحوظا في عدد المتابعين. حيث في غضون 5 أشهر فقط بلغ عدد المتابعين (Les Followers) للصفحة حوالي 100.000 متابع، حسب الإحصائيات المقدمة من طرف موقع سوسيال بيكرز.

فيما يتعلق بمدى تفاعل الجمهور مع هذه الصفحة فقد قامت بنشر 716 تغريده Tweets حققت من خلالها على مجموع 11057 تفاعل(تعليق و اعجاب) وكانت كل مضامين هذه الصفحة عبارة عن صور مرفقة بروابط نحو المقال الأصلي الموجود عبر الموقع الإلكتروني للجريدة المكتوبة وهو أمر منطقي بالنظر إلى طبيعة الوسيلة الإعلامية الكلاسيكية التي تنتهي للصحافة المكتوبة وهو ما يبرر غياب المحتويات السمعية البصرية. كما كانت هناك بعض التغريدات التي كانت عبارة عن محتويات خاصة بشبكة تويتر متكونة من صورة و تعليق بسيطو مختصر.

2.4- صفحة تويتر لجريدة الوطن EL Watan: هي صفحة تنشط عبر شبكة تويتر تم إنشاؤها في اوت 2010. تقوم بإصدار مضامين عامة مرتبطة بالشأن العام الجزائري. تنشر جريدة الوطن من خلال صفحتها عبر تويتر مختلف المضامين التي تنشرها من خلال جريدتها الورقية أو موقعها الإلكتروني سواء كان ذلك في المجال السياسي أو الرياضي أو الاقتصادي أو الاجتماعي و حتى

شبكة تويتر نموذجاً

الدولي و كل ما هو مرتبط بحياة المواطن في الداخل أو الخارج. استطاعت هذه الصفحة الوصول إلى أزيد من 572.376 متابع للصفحة و هو رقم أكبر إذا قارناه بصفحة الجريدة عبر فيسبوك، هذا ما جعل موقع سوسيال بيكرز يصنف هذه الصفحة كواحدة من أهم الصفحات الإعلامية و الإخبارية عبر تويتر في الجزائر. و يضاف لعدد المتابعين للصفحة عدد من الاشتراكات الخاصة بالصفحة تقوم بمتابعتها واعتمادها كمصدر للمعلومة تقدر ب 69 اشتراك. و قد قامت هذه الصفحة بنشر أزيد من 45.807 تغريده منذ إنشاء هذا الحساب عبر شبكة تويتر. و في الصفحة رابط مباشر نحو موقعها الإلكتروني و هو www.elwatan.com

هذه الصفحة عرفت خلال فترة جوان_ سبتمبر من سنة 2020 ارتفاعا واضحا في عدد المتابعين للصفحة بلغ حوالي 15.000 متابع حسب الموقع المتخصص سوسيال بيكرز.

أما ما يتعلق بمدى تفاعل الجمهور مع هذه الصفحة خلال فترة الدراسة المقدرة ب 30 يوم قامت من خلالها بنشر 1322 تغريده Tweets حققت من خلالها على مجموع 11063 تفاعل وكانت كل مضامين هذه الصفحة عبارة عن صور مرفقة بروابط نحو المقال الأصلي الموجود عبر الموقع الإلكتروني للجريدة المكتوبة و هو أمر منطقي بالنظر إلى طبيعة الوسيلة الإعلامية الكلاسيكية التي تنتمي للصحافة المكتوبة و هو ما يبرر غياب المحتويات السمعية البصرية. كما كانت هناك بعض التغريدات التي كانت عبارة عن محتويات خاصة بشبكة تويتر متكونة من صورة و تعليق بسيط حيث كما سبق الإشارة إليه فان هذه الشبكة لا تسمح بنشر أزيد من 280 حرف أو رمز وهي خاصية عمل شبكة تويتر.

3.4- صفحة تويتر لجريدة ليبارتي **Journal Liberté** : هي صفحة تنشط عبر شبكة تويتر تم إنشاءها في سبتمبر 2011. تقوم بإصدار مضامين عامة مرتبطة بالشأن العام الجزائري. تنشر جريدة ليبارتي من خلال صفحتها عبر تويتر مختلف المضامين التي تنشرها من خلال جريدتها الورقية أو موقعها الإلكتروني و المرتبطة بكل المجالات محليا أو على الصعيد الدولي. استطاعت هذه الصفحة الوصول إلى أزيد من 398.387 متابع للصفحة، هذا ما جعل موقع سوسيال بيكرز يصنفها كواحدة من أهم الصفحات الإعلامية و الإخبارية القليلة جدا عبر تويتر في الجزائر. و يضاف لعدد المتابعين للصفحة عدد من الاشتراكات الخاصة بالصفحة تقوم بمتابعتها و اعتمادها مصدر للمعلومة تقدر ب 48 اشتراك. و قد قامت هذه الصفحة بنشر أزيد

من 30.169 تغريده منذ إنشاء هذا الحساب عبر شبكة تويتر. وفي الصفحة رابط مباشر نحو موقعها الإلكتروني وهو www.liberté-algerie.com.

هذه الصفحة عرفت خلال أشهر جوان _ سبتمبر من سنة 2020 ارتفاعاً واضحاً في عدد المتابعين للصفحة بلغ حوالي 13.000 متابع و هو ما تؤكدُه إحصائيات الموقع المتخصص سوسيال بيكرز.

أما ما يتعلق بمدى تفاعل الجمهور مع هذه الصفحة خلال فترة الدراسة المقدرة ب 30 يوم قامت من خلالها بنشر 416 تغريده Tweets حققت من خلالها على مجموع 2088 تفاعل وكانت كل مضامين هذه الصفحة عبارة عن صور مرفقة بروابط نحو المقال الأصلي الموجود عبر الموقع الإلكتروني للجريدة المكتوبة و هو أمر منطقي بالنظر إلى طبيعة الوسيلة الإعلامية الكلاسيكية التي تنتهي للصحافة المكتوبة و هو ما يبرر غياب المحتويات السمعية البصرية. كما كانت هناك بعض التغريدات التي كانت عبارة عن محتويات خاصة بشبكة تويتر متكونة من صورة و تعليق بسيط حيث كما سبق الإشارة إليه فان هذه الشبكة لا تسمح بنشر أزيد من 280 حرف أو رمز وهي خاصة عمل شبكة تويتر.

4.4- صفحة تويتر Radio Algérienne: هي صفحة تنشط عبر شبكة تويتر تم إنشاءها في جانفي 2012. تقوم بإصدار مضامين عامة مرتبطة بالشأن العام الجزائري و كل ما له علاقة بحياة المواطن و اهتماماته. استطاعت هذه الصفحة من الوصول إلى أزيد من 343.698 متابع للصفحة، كما أن للصفحة اشتراكات عبر حسابات أخرى تعتمد عليها كمصدر من مصادر الحصول على المعلومة عددها 59 اشتراك. قامت هذه الصفحة بنشر أزيد من 24.917 تغريده منذ إنشاء هذا الحساب عبر شبكة تويتر. هذه الأرقام جعلت من صفحة Radio Algérienne تصنف ضمن قائمة الصفحات الإذاعية الكلاسيكية الأكثر متابعة عبر شبكة تويتر في الجزائر. وللصفحة رابط مباشر نحو الموقع الرئيسي للإذاعة الوطنية عبر شبكة الانترنت وهو www.radioalgerie.dz. هذه الصفحة عرفت خلال فترة جوان- سبتمبر 2020 ارتفاعاً مهماً جداً في عدد المتابعين. حيث في غضون هذه الأشهر فقط زاد عدد المتابعين (Les Followers) لصفحة حوالي 35.000 من المتابعين، وهذا استناداً لإحصائيات مقدمة من طرف موقع سوسيال بيكرز.

شبكة تويتر نموذجاً

أما ما يتعلق بمدى تفاعل الجمهور مع هذه الصفحة خلال فترة الدراسة المقدرة بـ 30 يوم قامت من خلالها بنشر 496 تغريدة Tweets حققت من خلالها على مجموع 10.406 تفاعل. ونفس ما لاحظناه بشأن صفحة الإذاعة الجزائرية كذلك وجدنا أن صفحة Radio Algérienne تنوعت تغريداتها بين مقاطع فيديو معدلة بما يتلاءم و طبيعة تويتر حيث أن هذه الفيديوهات كانت مدتها الزمنية بين دقيقة و دقيقتين فقط و هذا لتماشي و خصوصية شبكة تويتر التي تعرف بأنها شبكة الأخبار السريعة و الآتية. كما لاحظنا أيضا نشر صور مصحوبة بتعليق موجزة أو في بعض الأحيان رابط نحو الموقع الرئيسي للإذاعة الجزائرية. و ما سجلناه من خلال معاينة كل هذه التغريدات و المضامين كان نفسه أيضا بالمقارنة مع صفحة إذاعة الجزائر حيث أن كل تغريدات و منشورات Radio Algérienne كانت تحمل توقيع باسم مؤسسة الإذاعة الوطنية الجزائرية بطريقة تقنية احترافية و هذا من اجل حماية حقوق الملكية الخاصة بالإذاعة الجزائرية و عدم تعريض هذه المضامين للسرقة و إعادة النشر من طرف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي و أيضا وسائل إعلام أخرى.

5.4- صفحة تويتر للقناة التلفزيونية النهار TV: هي صفحة تنشط عبر شبكة تويتر تم إنشاؤها في جانفي 2010 تقوم بإصدار مضامين عامة مرتبطة بالشأن العام الجزائري. هذه الصفحة تنشر كل ما يتعلق بالمواطن الجزائري و حياته اليومية في مختلف الميادين. استطاعت هذه الصفحة من الوصول إلى أزيد من 686.325 متابع للصفحة. كما أن للصفحة اشتراكات عبر حسابات تويتر أخرى تتابعها و تهتم بتغريداتها التي تعتبر كمصدر من مصادر الحصول على المعلومة وعددها 215 اشتراك. و قد قامت هذه الصفحة بنشر أزيد من 233.817 تغريدة منذ إنشاء هذا الحساب عبر شبكة تويتر. هذه الأرقام جعلت من قناة النهار تصنف كالوسيلة الإعلامية الوحيدة في قائمة القنوات التلفزيونية الكلاسيكية الأكثر متابعة عبر شبكة تويتر في الجزائر. و للصفحة رابط مباشر نحو الموقع الرئيسي للجريدة عبر شبكة الانترنت و هو www.ennaharonline.com.

هذه الصفحة عرفت في الأشهر الماضية (جوان- سبتمبر 2020) ارتفاعا ملحوظا في عدد المتابعين خاصة و نحن نعلم أن استخدام شبكة تويتر في الجزائر لا يزال ضعيفا جدا مقارنة بشبكات

التواصل الاجتماعي الأخرى. حيث في غضون 5 أشهر فقط زاد عدد المتابعين (Les Followers) لصفحة بحوالي 130.000 من المتابعين، حسب إحصائيات موقع سوسيال بيكرز. أما ما يتعلق بمدى تفاعل الجمهور مع هذه الصفحة فقد قامت بنشر 3964 تغريدة Tweets حققت من خلالها على مجموع 96.478 تفاعل. وهي أرقام جد مهمة بالنسبة لقناة تلفزيونية عبر تويتر. وما لاحظناه خلال فترة الدراسة أن قناة النهار تقوم بصناعة محتويات خاصة بشبكة تويتر و بطريقة جد احترافية سواء برامج فيديو أو صور و تعاليق. من بين هذه التغريدات لدينا محتوى فيديو أطلقت عليه القناة تسمية "باختصار" وهو مقطع فيديو مدته من دقيقة إلى دقيقتين يقدم أهم الأحداث الموجودة في مجال معين سواء الرياضة، الفن و السياسة وغيرها و هو مضمون يتماشى و خاصة شبكة تويتر التي تهتم بالأخبار العاجلة و المختصرة. كما لاحظنا أيضا أن القناة تقوم بإمضاء جميع محتوياتها المنشورة عبر شبكة تويتر و حماية ملكيتها من القرصنة و السرقة و هو دليل على اهتمام القناة بهذه الشبكة الاجتماعية و التعامل معها بطريقة احترافية و مهنية.

5. نتائج الدراسة:

- بالرغم من الأهمية الإعلامية و الإخبارية لشبكة تويتر غير أن اغلب وسائل الإعلام الجزائرية لا تعتمد على هذه الشبكة و ليس لديها حساب خاص بالمؤسسة الإعلامية نظرا لتركيزهم البالغ بشبكة فيسبوك التي تعتبر الشبكة الاجتماعية الأكثر استخداما في الجزائر.
- معظم وسائل الإعلام التي تمتلك حساب عبر شبكة تويتر لا تقوم بتحديث إصدارتها و تغريداتها إلا نادرا و هو دليل على عدم اهتمام المؤسسات الإعلامية بهذه الشبكة و عدم إدراجها ضمن أولوياتها الإعلامية و الاتصالية.
- وسائل الإعلام الجزائرية التي تستخدم شبكة تويتر اغلبها لا تقوم بتوثيق و ترسيم صفحاتها عبر شبكة تويتر و لا تحمل الشارة الزرقاء التي تجعل منها صفحة رسمية و موثوقة، الأمر الذي جعلها غير مصنفة ضمن دراسات و إحصائيات أهم المواقع الدولية المتخصصة في شبكات التواصل الاجتماعي.

شبكة تويتر نموذجاً

- تعتبر قناة النهار TV و الإذاعة الجزائرية من أحسن مستخدمي شبكة تويتر بين وسائل الإعلام الجزائرية وهذا من خلال نسب التفاعل التي تحققها هذه الصفحات و أيضا عدد متابعيها. كما أن هذه الصفحات تقوم بإنتاج مضامين إعلامية مناسبة و طبيعة عمل شبكة تويتر.
- تعتبر الوسيلتين الإعلاميتين النهار TV و الإذاعة الوطنية الجزائرية الوسيلتين الوحيدتين اللتان تقومان بإنتاج محتويات و مضامين إعلامية خاصة بشبكة تويتر لا نجدها في الشبكات الاجتماعية الأخرى و لا حتى عبر وسائلهما الإعلامية الكلاسيكية.
- اغلب وسائل الإعلام لا تقوم بحماية مضامينها الإعلامية عبر شبكة تويتر و توقيعيها باسم المؤسسة الإعلامية و هو ما يجعلها عرضة للسرقة الفكرية من طرف صفحات أخرى عبر تويتر أو فيسبوك.
- يبقى تفاعل الجمهور مع إصدارات و تغريدات صفحات شبكة تويتر ضعيف جدا مقارنة بشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى خاصة شبكة فيسبوك وانستغرام و يعود سبب ذلك في الأساس إلى العديد القليل لمستخدمي هذه الشبكة في الجزائر كما أوضحته الإحصائيات، و تفضيل الجزائريين لشبكات أخرى.

6. خاتمة:

من خلال هذه الدراسة يظهر لنا جليا مدى أهمية شبكة تويتر التي تعتبر من أهم شبكات التواصل الاجتماعي استخداما في مجال الصحافة و الإعلام في العديد من دول العالم، حيث أنها غيرت طريقة إنتاج و تلقي الخبر الصحفي و تقديم الأخبار بسرعة و سهولة، للوصول إلى أكبر عدد من الجماهير بأقل مجهود ممكن. غير أن واقع استخدام هذه الشبكة من طرف وسائل الإعلام الجزائرية يبقى محدودا جدا و بعيد عن المستوى المطلوب خاصة إذا قارننا هذا الاستخدام بشبكة فيسبوك. فأصبح ضروريا لوسائل الإعلام الجزائرية الالتفات لأهمية هذه الشبكة فحتى الصحفيون الذين يتمسكون بأشكال المصادر و التحرير و الكتابة التقليدية للأخبار والآراء لم يعد بإمكانهم غض النظر عن أهمية و قوة هذه الشبكة لهذا أصبح ضروريا و مهما جدا ربط مختلف المواقع الإعلامية الالكترونية الجزائرية بشبكة تويتر و اعتمادها كأداة أساسية للإبلاغ العاجل عن الأخبار، وإجراء المحادثات و النقاشات و مشاركتها مع الجمهور الحصول على آرائهم.

7.الهوامش:

- 1- Alfred Hermida, *Twittering the News : The emergence of Ambient Journalism*, Journalism Practice, Vol4, 2010, p 301.
- 2- Jeffrey Berlin, *Facebook, Twitter and the uncertain future of present sens impressions*, university of pennsylvania law review, 2012, p331.
- 3- Ahmad, A. N. (2010). *Is Twitter a Useful Tool for Journalists?* Journal of Media Practice, 11(2), 145-155
- 4- د. اميمة احمد رمضان، العمل الصحفي في عصر الإعلام الجديد، (الأردن: دار امجد للنشر والتوزيع) 2016 ، ص.49
- 5- وسام كمال، الإعلام الالكتروني و المحمول بين المهنية و تحديات التطور التكنولوجي، (القاهرة: دار الفجر للنشر). 2014، ص.53.
- 6- حسنين شفيق، الإعلام الجديد و الإعلام البديل: تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، (القاهرة: دارفكر وفن للطباعة)، 2011، ص.208.
- 7- عبد الله الغدامي، ثقافة تويتر، (المغرب:المركز الثقافي العربي)، 2016، ص.14.
- 8- د. اميمة احمد رمضان، مرجع سبق ذكره، ص.63.
- 9- Leading countries based on Twitter audience : <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-twitter-users/> (Consulté le 17 Aout 2020) à 14h20.
- 10- د. اميمة احمد رمضان، مرجع سبق ذكره، ص.70.
- 11- Top site in Algeria, <https://www.alexa.com/topsites/countries/DZ> (Consulté le 23 septembre 2020) à 16h50.
- 12-Twitter Statistics for algeria: <https://www.socialbakers.com/twitter/algeria> (Consulté le 24 septembre 2020) à 10h05.