

أفريقيا تتخطى الولايات المتحدة والمملكة المتحدة في استخدام تويتر لإجراء المحادثات السياسية

«بورتلاند للاتصالات» إلى أن واحد من بين كل ١٠ من الهاشتاق الأكثر شعبية في أفريقيا خلال عام ٢٠١٥ كان مرتبطاً بالمشكلات السياسية والسياسيين، مقارنةً بنسبة ٢ في المائة من الهاشتاق في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة. وتعلق أبرز هاشتاغ سياسي في أفريقيا بالانتخابات الأبرز في تلك القارة خلال العام الماضي – #NigeriaDecides.

وقد أجرت بورتلاند، وهي شركة اتصالات متكاملة تتخذ من لندن مقراً لها، تحليلاً شمل ١,٦ مليار تغريدة مُحددة الموقع الجغرافي فضلاً عن أبرز ٥,٠٠٠ هاشتاغ في أفريقيا، وذلك ضمن تقريرها الثالث بعنوان [How Africa Tweets](#) (كيف تغرد أفريقيا). وفيما يلي النتائج الرئيسية للتقرير:

- على الرغم من أن التغريدات المتعلقة في مجال الإستعراض والترفيه أخذت الحصة الأكبر من المحادثات خلال العام الماضي، إذ مثلت ما يزيد عن ٢٠ في المائة من موضوعات الهاشتاق، شهد النقاش السياسي نمواً وصل إلى ١٠ في المائة وكانت نيجيريا وجنوب أفريقيا وأثيوبيا وبوروندي ومصر من بين الدول الأكثر نشاطاً. كما وجد التقرير أن الإهتمام بالسياسة تخطى الحدود الوطنية، فعلى سبيل المثال، كانت موضوعات الهاشتاق المتعلقة بالانتخابات النيجيرية الرئاسية والخلاف السياسي في بوروندي من بين موضوعات الهاشتاق الأكثر شعبية وانتشاراً في مختلف أنحاء أفريقيا.

- وتظل الإنجليزية اللغة الأكثر انتشاراً على تويتر في القارة الأفريقية إذ ساعدت هذه اللغة المشتركة على تجاوز الحواجز الوطنية والثقافية بين مختلف أرجاء القارة. وأتاح تويتر للمزيد من المحادثات الواسعة النطاق بالمقارنة مع تلك التي يتم تداولها من خلال وسائل الإعلام التقليدية. ومن بين أبرز ٥,٠٠٠ موضوع هاشتاغ قامت الشركة بتحليله، كانت ٧٧٪ من التغريدات باللغة الإنجليزية. وكانت نسبة التغريدات باللغات الأخرى – العربية والفرنسية – أقل إذ لم تتعدى ٧٪ و ٤٪ على التوالي.

- تقل نسبة استخدام تويتر في أفريقيا بدرجة ملحوظة في مجال الحملات الإعلانية بالمقارنة مع الأجزاء الأخرى من العالم. وتظل نسبة موضوعات الهاشتاق، مثل أسماء العلامات التجارية والعروض الترويجية، أقل استخداماً بمقدار ٢٥ مرة في أفريقيا عند مقارنتها مع الولايات المتحدة على سبيل المثال.

- وتتصدر مصر قائمة البلدان المفردة في القارة الأفريقية، إذ استحوذت على نسبة ٢٨٪ من إجمالي حجم تغريدات تويتر مُحددة الموقع (بواقع ٥٠٠ مليون تغريدة). وجاءت نيجيريا (بواقع ٣٦٠ مليون تغريدة مُحددة الموقع)، وجنوب أفريقيا (٣٢٥ مليون تغريدة مُحددة الموقع)، وكينيا (١٢٥ مليون تغريدة مُحددة الموقع)، وغانا (٧٠ مليون تغريدة مُحددة الموقع) على رأس أبرز خمسة بلدان أفريقيا من حيث حجم التغريدات. وبشكل عام، صدرت ١,٦ مليار تغريدة مُحددة الموقع في أفريقيا خلال عام ٢٠١٥، بزيادة قدرها ٣٤ مرة عن البحث الذي تم إجراؤه عام ٢٠١٢.

وفي تعليق له بهذه المناسبة قال السيد مارك فلاناغان، المختص الأول في بورتلاند في شؤون المحتوى والإستراتيجيات الرقمية: «أشارت الدراسات السابقة التي أجريتها إلى أن تويتر في أفريقيا كان يعد مساحة للتواصل الاجتماعي والدردشات العابرة وتوضح هذه الدراسة في نسختها الثالثة أن منصة تويتر وصلت إلى مرحلة النضج من خلال شيوع النقاش الجاد حول السياسة وشؤون الحكم».

وأضاف السيد آلان كاماو الذي يرأس مكتب بورتلاند في نيروبي قائلاً: «يتضح من خلال التقرير أن الحدود تتلاشى بين سكان أفريقيا عند حديثهم عن المشكلات المشتركة فيما بينهم والتعليق عليها. إن الوسيلة المثلى للمشاركة الناجحة في هذه المحادثات التي تجريها المجتمعات الناشئة عبر القارة الأفريقية لا تزال تمثل تحدياً لجميع العلامات التجارية والمؤسسات التي تسعى إلى بناء وجود لها في هذا الحيز».

وعلى رأس هذه البيانات، يتألف التقرير من ١٢ حالة دراسية تنظر في موضوعات متنوعة مثل علاقة تويتر بالإرهاب في أفريقيا، والاستجابة لمرض الإيبولا، والتنمية الاقتصادية وغيرها. للتعرف على هذه الحالات الدراسية ورؤية عرض المعلومات التفاعلي (الإنفوغرافيك) الذي تقدمه شركة بورتلاند للاتصالات، يرجى زيارة [www.HowAfricaTweets.com](#)

ملاحظة للسادة المحررين

بورتلاند هي شركة اتصالات وعلاقات عامة تتخذ من لندن مقراً لها كما تنتشر مكاتبها في كل من نيويورك وواشنطن والدوحة ونيروبي. وتختص بورتلاند في مجال الحملات الإعلامية والرقمية في أفريقيا. ومن خلال نشر تقريرها الثالث بعنوان «كيف تغرّد أفريقيا»، باتت بورتلاند تتصدر مجال المعرفة بالخريطة الرقمية للقارة الأفريقية.

ولجمع البيانات المطلوبة في هذا التقرير، استغلت بورتلاند نظام تحليل وسائل التواصل الاجتماعي، Sysomos. ومن خلال هذه الأداة، نجحت بورتلاند في جمع أبرز 5,000 هاشتاق من أفريقيا خلال عام 2015، والتي مثلت أكثر من 1,6 مليار تغريدة مُحدّدة الموقع. عندما يُشار إلى تغريدة على أنها «مُحدّدة الموقع (Geolocated)»، فيعني ذلك أن المستخدم سمح بعرض موقعه الجغرافي على تويتر إذ يقوم بعض المستخدمين بإخفاء موقعهم الجغرافي فيتعذر بذلك تحديد موقعهم.

وبعد جمع أبرز 5,000 هاشتاق، قامت بورتلاند بتحليل كل منها لفهم اللغة التي كتبت بها وموضوعها وبذلك تمكنت بورتلاند من احتساب الإحصائيات المذكورة في هذا التقرير.

ولم تتمكن بورتلاند من جمع المعلومات حول جنوب السودان وجمهورية الكونغو بسبب نقص البيانات المتوافرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

للتواصل مع بورتلاند:

Mae Dobbs

+44 (0)20 7554 1714

+44 (0)75 3874 6366

Mae.dobbs@portland-communications.com