

تويتر «أمام مستقبل غامض بعد انسحاب ماسك من صفقة الشراء»



سان فرانسيسكو - أ ف ب

تترقب منصة «تويتر» بقلق نتيجة الدعوى القضائية التي رفعتها على إيلون ماسك، لإجباره على الالتزام بالاتفاق المبرم بينهما، والذي تعهّد الملياردير بموجبه بشراء المنصة مقابل 44 مليار دولار قبل أن ينسحب من هذه الصفقة. فبين موظفيها القلقين والمعلنين المترددين وإدارتها المقيدة، تجد المنصة نفسها قبل أيام قليلة من أول جلسة قضائية في وضع صعب.

وقال مهندس يعمل لدى موقع التواصل الاجتماعي لوكالة فرانس برس طالباً عدم الكشف عن اسمه «أفضل نتيجة بالنسبة لي ستكون إذا تركنا وشأننا، كي نمضي في سبيلنا».

وكشف المهندس عن مغادرة موظفين و«أجواء قلق لا تترك أحداً في حالة ذهنية هادئة».

وأضاف: «ما زلنا نحاول القيام بعملنا بصورة طبيعية لأن الأسباب التي تدفعنا للعمل لدى تويتر لا تزال قائمة».

لكن لم يكن هناك أي شيء طبيعي بالأساس في العرض الذي قدمه ماسك، وتراجع عنه في وقت لاحق، قائلاً: إن إدارة المنصة لم تقدم معلومات جديرة بالثقة حول عدد الحسابات المزيفة على الشبكة.

وهو بعد ذلك انتقد الشبكة، بما في ذلك على منصتها، في تغريدات تسخر من مجلس إدارتها.

وقال محامو المنصة في الدعوى التي قدموها هذا الأسبوع: إن «استخفاف ماسك المتكرر بتويتر وموظفيها يخلق حالة من القلق... تلحق الضرر بتويتر وبالمساهمين فيها».

وأضافوا أن تعليقات الملياردير «تعرض تويتر أيضاً لتداعيات سلبية تطال عملياتها التجارية وموظفيها وأسعار أسهمها».

وحدد قاضٍ موعداً للجلسة الأولى الثلاثاء في ولاية ديلاوير، شرق الولايات المتحدة.

• عائدات إعلانات ضعيفة

ديبرا وليامسون لووكالة فرانس برس: إن «منصة تويتر تواجه أزمة كبيرة في eMarketer وقالت المحللة لدى إيماركتر ما يتعلق بصورتها بينما تتراجع الثقة في قيادتها». وأضافت «لكن من غير الواضح ما إذا كان الوضع المتعلق بماسك أثر في عائداتها».

ورأت أن المعلنين الأكثر وفاء بقوا إلى جانبها على الأرجح، لكن أولئك الأقل التزاماً بتويتر ربما قلصوا إنفاقهم على الإعلانات بانتظار النتيجة النهائية.

أن الضرر حصل بالفعل لأن ماسك Media Matters ويعتقد أنجيلو كاروسون، رئيس مجموعة المراقبة ميديا ماترز دأب على انتقاد إدارة المحتوى.

وبينما تتم محاربة الكراهية والمعلومات المضللة في الداخل على نطاق واسع، يبذل العديد من المعلنين جهوداً في هذا الصدد، سعياً لمنع ارتباط علاماتهم التجارية برسائل مسيئة.

وقال كاروسون: إنه في أوائل مايو/ أيار، وخلال فعالية تسويق سنوية تتفاوض فيها الشركات على صفقات إعلانية كبيرة، لم تكن تويتر «قادرة على تقديم أي وضوح أو ثقة للمعلنين» بأنها ستبقى موقفاً آمناً لعرض إعلاناتهم.

وأضاف «كانت أرقام مبيعاتهم بعيدة جداً عما يحققونه عادة في تلك الفعاليات، ومن الواضح أن الطلب لا يزال بطيئاً منذ ذلك الحين».

ولا يمكن لمنصة التواصل الاجتماعي التي تتخذ من سان فرانسيسكو مقراً، تكبد خسارة زبائن.

وبعكس عمالقة مثل مجموعة ميتا، الشركة الأم لغوغل وفيسبوك، التي تهيمن على الإعلانات الإلكترونية وسجلت أرباحاً بمليارات الدولارات، خسرت تويتر مئات الملايين من الدولارات في 2020 و2021.