

معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لمحتوى الترنند في الفترة من (٢٠٢٤/١/١) حتى (٢٠٢٤/٢/١)

د/ علياء عبد الفتاح رمضان  
أستاذة الصحافة ورئيس قسم الإعلام  
التربوي سابقاً  
بكلية التربية النوعية جامعة طنطا

إعداد الباحثة  
ريم توفيق على الدبور

د/ نجوى عباس البنداري  
مدرس الصحافة بقسم الإعلام التربوي  
بكلية التربية النوعية جامعة طنطا

المستخلص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لمحتوى الترنند في الفترة من (٢٠٢٤/١/١) حتى (٢٠٢٤/٢/١)، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية لذلك تلجأ الباحثة إلى استخدام منهج المسح الإعلامي بشقه التحليلي وذلك بهدف وصف وتحليل معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لمحتوى الترنند بدرجة عالية من الشمول والدقة.

وتطبق هذه الدراسة على الصحف الإلكترونية التالية (الأهرام واليوم السابع والمصري اليوم) من خلال تحليل مضمون محتوى الترنند في كل منهم، وتعتمد الباحثة في تحديد محتوى الترنند على تصنيف Google trends الذي يعبر عن المحتوى الأكثر رواجاً على شبكة الإنترنت.

واعتمدت الدراسة الحالية على استمارة تحليل المضمون: وذلك بتحليل مضمون محتوى الترنند في

الصحف الإلكترونية التالية (الأهرام واليوم السابع والمصري اليوم) في الفترة من (٢٠٢٤/١/١) إلى (٢٠٢٤/٢/١). وتوصلت إلى أهم النتائج التالية:

(١) تستخدم الصحف الإلكترونية محل الدراسة اللغة العربية بشكل أساسي لتغطية محتوى الترنند مقابل استخدامها للغة العربية والإنجليزية معاً.

٢) أكثر الوسائط المتعددة المستخدمة في الصحف الإلكترونية محل الدراسة هي النص والصورة تليهما الروابط التشعبية، بينما أقل الوسائط المتعددة استخدامًا هي البث المباشر.

٣) الموضوعات الرياضية هي الأكثر انتشارًا بين محتوى الترنند بالصحف الإلكترونية محل الدراسة.

٤) الجمهور العام هو الفئة المستهدفة بشكل أكبر من محتوى الترنند بالصحف الإلكترونية محل الدراسة بينما المرأة هي أقل الفئات المستهدفة من محتوى الترنند بالصحف محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: المعالجة- الصحف الإلكترونية- محتوى الترنند- الاتجاه- الشباب الجامعي

## **Egyptian electronic newspapers' treatment of trend content in the period from (1/1/2024) to (2/1/2024).**

### **Abstract:**

The study aimed to identify Egyptian electronic newspapers' treatment of trend content in the period from (1/1/2024) to (2/1/2024). This study belongs to descriptive analytical research. Therefore, the researcher resorts to using the media survey method in its analytical part, with the aim of describing and analyzing Egyptian electronic newspapers' treatment of trend content with a high degree of comprehensiveness and accuracy.

This study is applied to 3 electronic newspapers by analyzing the content of the trend content in each of them. In determining the trend content, the researcher relies on the Google Trends classification, which expresses the most popular content on the Internet.

The current study relied on the content analysis form: by analyzing the content of the trend content in 3 electronic newspapers in the period from (1/1/2024) to (2/1/2024). The most important results of the study:

- 1) The electronic newspapers under study mainly use the Arabic language to cover trend content, compared to their use of Arabic and English together.
- 2) The most frequently used multimedia in the electronic newspapers under study are text and images, followed by hyperlinks, while the least used multimedia is live broadcasting.
- 3) Sports topics are the most prevalent among the trend content in the electronic newspapers under study.
- 4) The general public is the largest target group for trend content in the electronic newspapers under study, while women are the least targeted group for trend content in the newspapers under study.

**KEY WORDS:** journalistic treatment– Electronic newspapers – Trend content – Students – University youth.

#### مقدمة الدراسة:-

من سمات النظام الإخباري اليوم كثرة عدد الأخبار من المنصات المختلفة مثل المواقع الإخبارية على الإنترنت والنشرات الإخبارية والبودكاست ومواقع التواصل الاجتماعي، وفي كثير من الأحيان يتم استخدام منصات مختلفة داخل نفس المؤسسة الإخبارية لتقديم أخبار معينة للجمهور.

حيث سهلت التكنولوجيا وتطبيقاتها المختلفة التي أتاحتها وسائل التواصل الاجتماعي ظهور العديد من الظواهر التفاعلية ومنها: محتوى التردد الذي يشهد ديناميكية ملحوظة حيث يتغير ويتطور بسرعة فائقة تماشياً مع تفاعلات المستخدمين واحتياجاتهم. ولذلك أجاز مجمع اللغة العربية بالقاهرة استخدام كلمة "ترند" ويجمعها على "ترندات" بمعنى موضوع ساخن يثار على منصات التواصل الاجتماعي ينتشر بسرعة في فترة قصيرة ويهتم به الجمهور.

لذلك أصبحت المؤسسات الصحفية تواجه عددًا كبيرًا من التحديات التي تفرضها التطورات التكنولوجية المتلاحقة والتغيير المستمر في سلوك الجمهور، حيث تهتم المؤسسات الإخبارية بتفضيلات الجمهور وجعل الأخبار لافتة لنظر الجمهور قدر الإمكان وبالتالي تهتم بالمتابعة

اللحظية لأخبار الترنند، وتتصاعد المخاوف منذ فترة حول قدرة الإنترنت على تغيير الديناميكيات التقليدية للوصول إلى المعلومات والأخبار مما يؤدي إلى عدم تحقيق المساواة في النشر الصحفي فقد تحصل أخبار الترنند على الاهتمام الذي كان من المفترض أن يولى نحو أخبار أخرى أكثر أهمية، وبالتالي أصبح الترنند هو المتحكم في توزيع الاهتمام الصحفي بالرغم من قدرة الشبكات الاجتماعية المختلفة على توزيعه بطريقة أكثر إنصافاً ولعدد أكبر من الناس.

### مشكلة الدراسة:-

بعد الرجوع للدراسات السابقة والأدبيات نجد أن الصحف الإلكترونية تلعب دوراً بارزاً في متابعة الشباب الجامعي لمحتوى الترنند، حيث تتنوع دوافعه بين الرغبة في المعرفة، الترفيه، ومناقشة الأحداث مع الأصدقاء، كما أن طريقة معالجة محتوى الترنند تؤثر على مواقفهم معرفياً وعاطفياً وسلوكياً، كذلك تظهر الدراسات وجود علاقة إيجابية بين مستوى الثقة في الصحف الإلكترونية وطريقة تقديم الترنندات وبين تفاعل الشباب مع هذه المحتويات، مما يبرز أهمية البحث في كيفية معالجة الصحف للترنندات وتأثيرها على الشباب الجامعي.

كما لاحظت الباحثة عدم وجود معايير واضحة لمعالجة محتوى الترنند بالصحف الإلكترونية المختلفة، فلا يوجد إطار نظري محدد لمعالجة الترنندات لذلك يتم الاعتماد على معايير فردية أو عشوائية، بالإضافة إلى عدم وجود توافق بين الصحف الإلكترونية المصرية في معالجة الترنندات كما أنه يتم التركيز على الترنندات السطحية أو الترفيهية وإهمال الترنندات المهمة أو الثقافية، أي أن هناك عدم توازن في محتوى الترنند. كذلك فإنه لا يتم الاستفادة من آراء الجمهور في معالجة الترنندات بسبب عدم وجود تفاعل مباشر بين الصحف الإلكترونية والجمهور حول الترنندات.

وفيما يتعلق باتجاهات الشباب الجامعي نحو محتوى الترنند بالصحف الإلكترونية المصرية لاحظت الباحثة عدم وجود دراسات كافية حول اتجاهات الشباب الجامعي نحو محتوى الترنند وعدم فهم دوافع الشباب الجامعي لمتابعة الترنندات، وبالتالي عدم وجود فهم كاف لتأثير محتوى الترنند على الشباب الجامعي، بالإضافة إلى عدم وجود ثقافة نقدية لمحتوى الترنند، وكذلك عدم وجود برامج توعوية حول مخاطر محتوى الترنند وتأثيراته السلبية المحتملة على الشباب الجامعي.

وتأسيساً على ما سبق فإنه يمكن تحديد المشكلة في دراسة معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لمحتوى الترنند واتجاهات الشباب الجامعي نحوها.

## الدراسات السابقة:-

تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين:

المحور الأول: دراسات تناولت محتوى الترنند في الصحف الإلكترونية

المحور الثاني: دراسات تناولت اتجاهات الشباب الجامعي نحو الصحف الإلكترونية

## أولاً: دراسات تناولت محتوى الترنند في الصحف الإلكترونية:

(١) دراسة (محمد مهني البحراوي، ٢٠٢٣) بعنوان العوامل المؤثرة في انتقاء ومعالجة كتآب المقالات للمحتوى الرائج (الترنند) في الصحف الإلكترونية المصرية.. دراسة ميدانية<sup>(١)</sup> هدفت الدراسة إلى كشف ورصد العوامل المؤثرة في انتقاء ومعالجة كتآب المقالات للمحتوى الرائج (الترنند) في الصحف الإلكترونية المصرية، من خلال دراسة ميدانية على عينة من كتآب المقالات بلغت ١٠٤ كتآب، كما اعتمدت في جمع بياناتها على استمارة الاستقصاء.

وكشفت النتائج:

- أن كتآب المقالات يحرصون على متابعة المحتوى الرائج، كما بيّنت أن تصفح مواقع التواصل الاجتماعي قد جاء في مقدمة الوسائل التي يتابع من خلالها كتآب المقالات الترنند.
- كما كشفت الدراسة أن متابعة الترنند تعتبر عاملاً محفزاً بشكلٍ عام للكتابة عنه، وأن القضايا الاجتماعية أكثر قضايا الترنندات التي تفضل عينة الدراسة الكتابة عنها، تلتها القضايا السياسية، ثم الدينية.
- كما كشفت الدراسة أن العوامل الشخصية للكتآب قد جاءت في الترتيب الأول من بن العوامل المؤثرة في انتقاء ترند معين والكتابة عنه.

(٢) دراسة (Elizabeth M. Downey, 2021) بعنوان تحقق كتآب الأخبار من صحة محتوى الترنند<sup>(٢)</sup>

(١) محمد مهني البحراوي: العوامل المؤثرة في انتقاء ومعالجة كتآب المقالات للمحتوى الرائج (الترنند) في الصحف الإلكترونية المصرية.. دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد السادس والستون (الجزء الثاني)، يوليو ٢٠٢٣.  
(٢) Downey, Elizabeth M. "Fact-checking Viral Trends For News Writers". Mississippi State University. (2021).

هدفت الدراسة إلى تقييم مصادر الأخبار بشكل نقدي بغض النظر عن الشكل الذي تتخذه والتعرف على الأساليب التي تستخدم لخداع القراء، واعتمدت الدراسة على تصميم أدوات وأساليب لتقييم حسابات ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي.

وخلصت الدراسة إلى:

- تمكّن الباحثين من تقييم صحة منشورات مواقع التواصل الاجتماعي.
- تمكّن الباحثين من التعرف على كيف ولماذا يصبح المنشور ترند.

(٣) دراسة (Alon Bartal et al, 2020) بعنوان سرعة الانتشار المحلية والعالمية لمحتوى الترنّد والمحتوى العادي: تحليل سرعة الانتشار عبر شبكات التواصل الاجتماعي<sup>(١)</sup> هدفت الدراسة إلى التحقق من الاختلافات بين سرعة الانتشار المحلية والعالمية والأنماط المختلفة للمعلومات الفيروسية وغير الفيروسية، وقامت الدراسة بتحليل ومقارنة سلوك المستخدم في ثلاث مجموعات بيانات على موقع تويتر.

وخلصت الدراسة إلى:

- بخصوص سرعة الانتشار العالمية للترند (تغريدات أو موضوعات أصلية) وجدت الدراسة أنه كلما اضطر الجمهور إلى البحث عن المعلومات من صفحة مستخدم إلى صفحة مستخدم آخر وهكذا قل احتمال انتشاره عالمياً، لذلك تحدث سرعة الانتشار بسبب المحتوى الذي تُرّوج له مصادر خارجية تسهل التنقل بين صفحاته.

ثانياً: دراسات تناولت اتجاهات الشباب الجامعي نحو الصحف الإلكترونية:

(١) دراسة (أمل محمد خطاب، ٢٠٢٣) بعنوان اتجاهات الشباب نحو معالجة المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على الشبكات الاجتماعية لقضايا الفساد وتأثيرها في نشر ثقافة النزاهة والشفافية<sup>(٢)</sup>

سعت الدراسة إلى تحليل وتفسير تقييم مستخدمي المواقع الرقمية للصحف المصرية على الشبكات الاجتماعية لمدى نجاح مواقع الصحف فيما هو متوقع منها في التوعية من مخاطر

(١) (Bartal, Alon, Nava Pliskin, and Oren Tsur. "Local/Global contagion of viral/non-viral information: Analysis of contagion spread in online social networks." *Plos one* 15.4 (2020): e0230811.

(٢) أمل محمد خطاب: اتجاهات الشباب نحو معالجة المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على الشبكات الاجتماعية لقضايا الفساد وتأثيرها في نشر ثقافة النزاهة والشفافية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الخامس والعشرون (الجزء الأول)، يناير/ يونيو ٢٠٢٣.

الفساد ومكافحته ونشر مبادئ النزاهة والشفافية من خلال أنماط معالجتها الصحفية لقضايا الفساد وتتبع عواقبها مع رصد المتغيرات الوسيطة التي تؤثر في اتجاهات متابعي المواقع الصحفية عبر الشبكات الاجتماعية نحو دور المواقع الالكترونية الصحفية إزاء قضايا الفساد، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان على عينة قوامها ٣٧٥ مفردة من الشباب المتابعين للمواقع الالكترونية الصحفية الرسمية وللشبكات الاجتماعية على شبكة الويب.

أظهرت النتائج:

- وجود ارتفاع نسبي في تفضيل الشباب للمواقع التي لا تنتمي لوجهة نظر معلنة ولا تظهر توجهات بعينها وهو ما يتمثل في المواقع التي تنتمي لصحف مستقلة، بينما يقل تفضيل الاعتماد على مواقع الصحف التي تحمل توجهات وهوية معلنة.
- رصدت الدراسة وجود اتجاهات إيجابية نحو الأدوار التوعوية والتنموية التي تقوم بها المعالجات الصحفية للمواقع الالكترونية للصحف الرسمية، حيث يرى الشباب إن التعرض للمعالجات دفعهم للمشاركة بالمناقشة والنشاط التطوعي لتوعية الآخرين.
- يرى الشباب تقليدية واعتيادية عرض المعالجات الصحفية لقضايا الفساد على المواقع الالكترونية للصحف الرسمية حيث أحيانا ونادرا ما تقوم المواقع بتوظيف عدد من العناصر الاتصالية التفاعلية التي يتميز به العرض الرقمي الامر الذي يفقد هذه الملفات عناصر جذب وإثارة الجمهور ولا يعطيه قيمة ترويجية.

(٢) دراسة (سامح حسانين، ٢٠٢٢) بعنوان اعتماد الشباب المصري على صحافة المواطن كمصدر للأخبار وتأثيره على المعرفة السياسية المكتسبة لديهم دراسة ميدانية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونموذج الإعلام الديمقراطي المشارك<sup>(١)</sup> هدفت الدراسة إلى رصد وتوصيف طبيعة اعتماد المبحوثين من الشباب المصري على صحافة المواطن كمصدر للأخبار وتأثيره على المعرفة السياسية المكتسبة لديهم، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة حيث طبقت الدراسة على عينة غير احتمالية بلغت ٤٠٠ مفردة واستخدمت صحيفة استقصاء كأداة لجمع البيانات في هذه الدراسة.

وكشفت النتائج عن:

(١) سامح حسانين: اعتماد الشباب المصري على صحافة المواطن كمصدر للأخبار وتأثيره على المعرفة السياسية المكتسبة لديهم دراسة ميدانية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونموذج الإعلام الديمقراطي المشارك، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد ٨٠ الجزء الأول، يوليو/سبتمبر ٢٠٢٢.

• يساهم الاعتماد على صحافة المواطن كمصدر للأخبار في رفع مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب المصري ويعمل على تشكيل رأيه تجاه الأحداث السياسية المختلفة.

(٣) دراسة (نور محمد عبد السلام وآخرون، ٢٠٢٠) بعنوان اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام وسائل الإعلام الجديد<sup>(١)</sup>

سعت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام وسائل الإعلام الجديد، وتمثلت أداة جمع البيانات في مقياس اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام وسائل الإعلام الجديد، من خلال عينة عشوائية بلغ قوامها ٤٠٠ طالب وطالبة من قسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة المنيا. وخلصت الدراسة إلى:

- أن النسبة الأكبر من عينة البحث تثق فيما يتم نشره عبر وسائل الإعلام الجديد بدرجة "متوسطة".
- أن "الموضوعات التعليمية" جاءت في الترتيب الأول من حيث الموضوعات التي يتابعها أفراد عينة البحث عبر وسائل الإعلام الجديد.

وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في التالي:

ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في فهم أبعاد مشكلة الدراسة الحالية بشكل أعمق، والوصول إلى أفضل صياغة لأهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، والتعرف على الأطر النظرية المتبعة في تلك الدراسات للتأكد أن النظريات المستخدمة في الدراسة الحالية هي الملائمة لطبيعتها، معرفة أن منهج المسح الإعلامي هو المنهج المناسب للدراسة، بالإضافة إلى الوقوف على أهم الجوانب التي أغفلتها الدراسات السابقة ليتم البحث فيها.

### الإطار النظري للدراسة:-

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الأطر الإعلامية

تفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تتطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهما من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدرًا من الاتساق من خلال التركيز

(١) نور محمد عبد السلام وآخرون: اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام وسائل الإعلام الجديد، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، المجلد السادس، العدد ٢٨، مايو ٢٠٢٠.



على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة<sup>(١)</sup>.

### فروض نظرية الأطر الإعلامية:

١. الكيفية التي يتم من خلالها طرح القضايا في وسائل الإعلام من خلال أطر إعلامية محددة، ستؤثر في الكيفية التي سيدرك بها الجمهور هذه القضايا<sup>(٢)</sup>.
٢. اختلاف وسائل الإعلام في تحديد الأطر الإعلامية يؤدي إلى اختلاف أحكام الجمهور المرتبط بكل وسيلة فيما يتعلق بتشكيل المعارف والاتجاهات نحو القضايا المثارة<sup>(٣)</sup>.
٣. تركز نظرية الإطار على ربط بعض الأحداث من أجل تكوين استنتاجات معينة فقد يركز المحرر على ربط القضايا المتشابهة واستغلال المعتقدات القائمة ويساعد ذلك الجمهور على تقييم المحتوى<sup>(٤)</sup>.

### أهمية الدراسة:-

تستمد هذه الدراسة أهميتها من النقاط التالية:

### أولاً: الأهمية النظرية:

- أنها تتطرق في صياغة إطارها النظري من فروض نظريات نشر وتبني المستحدثات، الأطر الإعلامية، الاتجاهات.
- تُساهم في سد فجوة علمية في مجال الدراسات الإعلامية من خلال تحليل ظاهرة التردد بشكل شامل ودقيق وتقديم رؤى جديدة حول تأثيرها على الصحافة الإلكترونية.

### ثانياً: الأهمية التطبيقية:

- نتيجة الانفجار المعلوماتي والتكنولوجي للعصر الراهن والذي أدى إلى انتشار أحداث بعينها بشكل مفاجئ وبسرعة كبيرة فيما يعرف بالتردد مما قد يربك المجتمعات الكبيرة

(١) عبدالله محمد عبدالله: "الأطر الخبرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا (COVID-19)" دراسة تطبيقية على الموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد ٩، (٢٠٢٠)، ص ١٦.

(٢) Druckman, James N. "On the limits of framing effects: Who can frame?." *The journal of politics* 63.4 (2001): 1041-1066, p. 1066.

(٣) محمود يوسف حجاج: "أطر التغطية الإخبارية للسياسات الحكومية بالفضائيات المصرية وعلاقتها بالإغتراب السياسي لدى الجماهير"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٥، ص ٦٧.

(٤) Josepher, Bryce. *Political Media Bias in the United States: Immigration and the Trump Administration*. University of South Florida, 2017. P.19.

لعدم القدرة على احتوائه بسهولة، ويدفع الكثير من المؤسسات الصحفية إلى محاولة الاستفادة القصوى من هذا الانتشار المدوي وتحقيق أعلى معدلات مشاهدة وبالتالي أعلى حصة من الإعلانات المدفوعة وفي سبيل ذلك تتخلى بعض المؤسسات الصحفية عن الاهتمام بالكيف والجودة مما يؤدي إلى رداءة الإنتاج الصحفي وإهانة مهنة الصحافة.

• التعرف على اتجاه الشباب الجامعي نحو معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لمحتوى الترنند باعتبارهم من أكثر الفئات المهمة بمتابعة محتوى الترنند على وسائل التواصل الاجتماعي.

### أهداف الدراسة:-

الهدف الرئيس للدراسة الحالية هو:

التعرف على معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لمحتوى الترنند في الفترة من (٢٠٢٤/١/١) حتى (٢٠٢٤/٢/١)

وينبثق من الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية هي:

- (١) رصد مضامين الترنند في الصحف الإلكترونية محل الدراسة.
- (٢) تحليل كيفية معالجة الصحف الإلكترونية محل الدراسة لمحتوى الترنند من حيث الشكل.
- (٣) تحليل كيفية معالجة الصحف الإلكترونية محل الدراسة لمحتوى الترنند من حيث المضمون.

### فروض الدراسة:

- (١) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين سياق الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة محتوى الترنند بالصحف الإلكترونية محل الدراسة واتجاهات الشباب الجامعي نحوها.
- (٢) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأدوات التي تستخدمها الصحف الإلكترونية محل الدراسة في تشكيل الأطر الإعلامية لمعالجة محتوى الترنند واتجاهات الشباب الجامعي نحوها.

### الإطار المعرفي:

### صناعة المحتوى بالصحف الإلكترونية:

قامت تكنولوجيا الإعلام الرقمي بفرض واقعاً مختلفاً لممارسي العمل الصحفي، فقد مكنت القائمين بالاتصال من إنتاج المواد الإعلامية الإخبارية بطرق حديثة ونشرها بأشكال متعددة في كافة الوسائل الرقمية المتاحة، مما عمل على تغيير دور القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية، وتوسع المسؤوليات على عاتقه، وتحديده لنوعية المهارات التي يجب اكتسابها للوصول إلى جمهوره:

- ولعل أبرز اختلاف طراً على مفهوم الصحفي في البيئة الرقمية الحديثة هو ظهور مصطلح "الصحفي الشامل" حيث قدمت وسائل الإعلام الرقمية طرق أكثر كفاءة للصحفيين ومحترفي الوسائل الأخرى لأداء وظائفهم والتي جعلتهم قادرين على الكتابة وتحرير القصص بسرعة ودقة وإنتاجها عبر الفيديو وتسجيل البودكاست وتمييز الأخبار والتحقق من المعلومات والعمل تحت الضغط، وترتيب المعلومات وفقاً لأهميتها عند استخدام تكنولوجيا الاتصال، والتي تشكل ضغطاً على الصحفيين والعاملين في مجال الصحف الرقمية حيث ينبغي عليهم متابعة تغيراتها والتدريب على كيفية عملها واستخدامها بشكل مستمر وضرورة حمل أجهزتهم أو هواتفهم الذكية للقيام بالمهمة من موقع الحدث نفسه<sup>(١)</sup>.
- كما تلعب مهارة سرد القصص أهمية بالغة للصحفيين اليوم، غالباً ما تكون التقنيات المرئية لمحتوى الأخبار عاملاً رئيسياً في طريقة فهم القارئ لأبعاد القضية، على عكس إذا ما تمت تغطيتها كقصة مكتوبة وبدخول الصحيفة مجال إنتاج الفيديو ظهرت طريقة جديدة في عرض المواضيع تعرف بمسمى "السرد القصصي الرقمي" وقد أوضحت شبكة الأربح للصحافة الاستقصائية بأنه مفهوم حديث ظهر إلى العالم منذ أقل من عشرة أعوام ويمكن تعريفه بالأسلوب المستخدم السرد أي قصة وتحويلها من نص مكتوب غير تفاعلي إلى قصة رقمية مرئية تفاعلية ولا بد من مناسبة تكنولوجيا الإعلام الرقمي للمضمون حتى يمكن عرض القصص بالطريقة الأمثل<sup>(٢)</sup>.

### الترند على وسائل التواصل الاجتماعي:

(١) مياسر وليد سبواه: تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي -دراسة ميدانية على القائم بالاتصال- مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، المجلد ٦، العدد ٥، ٣٠ مايو ٢٠٢٢، ص ١٢٦.

(٢) صفاء خليل محمد أبو جليوب: "توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الأداء الصحفي: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من الصحف السودانية"، مركز ركائز المعرفة للدراسات والبحوث، مجلد ٤، العدد ١، (٢٠١٦): ١١٩-١٥٨.

يُستخدم مصطلح "الترند" للإشارة إلى نموذج المعلومات الجديد الذي يؤثر على اختيار الأخبار وعمليات الإنتاج الإعلامي، ويربطها بالاستخدام المكثف للشبكات الاجتماعية من أجل أغراض صحفية، ولكن بأساليب معينة تسعى إلى زيادة نجاح الأخبار في بيئة تنافسية للغاية.

لذلك قد تستخدم وسائل الإعلام تستخدم عناوين خادعة لإجبار المستخدم على النقر، كما تقوم بنشر الأخبار في لحظات استراتيجية لمضاعفة تأثيرها. الهدف باختصار، هو إنشاء نوع من الصحافة ينتشر بسهولة الفيروس لذلك يُطلق عليها الصحافة الفيروسية<sup>(١)</sup>.

ومرت دلالات كلمة "فيروسي" بتطورات عديدة حيث ظهرت الكلمة في البداية كمصطلح طبي يصف مرضاً معدياً وقد يكون هذا التطور قد حجب استخدام "الفيروسية" في المناقشات على وسائل الإعلام. ومن منظور آخر، تشير كلمة "الفيروسي" في المجال الإعلامي إلى مدى سرعة انتشار المحتوى لدرجة تجعله لا يمكن السيطرة عليه<sup>(٢)</sup>.

وتعكس قوة هذه التقنية الجديدة لإنتاج المحتوى الصحفي ونشره في السياسة التحريرية لصحيفة نيويورك تايمز، التي تحت صحفيها على الكتابة مع الأخذ في الاعتبار ما هو منتشر ورائج، والتواصل مع مشاعر المستخدمين والقيام بمشاركة ما له تأثير عليهم، بحيث يصبح محتوى الترند طريقة جديدة لرواية العالم<sup>(٣)</sup>.

ويتحدث (Rodríguez, 2013) عن ظاهرة الترند في الصحف الإلكترونية قائلاً:

١. ينشأ الترند نتيجة الصدفة ويرتبط بجودة وفرصة المحتوى المنشور.
٢. تركز وسائل الإعلام على الكشف عن الأخبار التي تحقق نجاحاً أكبر على الشبكات الاجتماعية والمدونات. بعد ذلك، يقومون بدمج هذه الأخبار في أجندتهم، وتحولها إلى محتوى إخباري وإعادة نشرها على الشبكات الاجتماعية لمواصلة انتشارها.
٣. تعتمد وسائل الإعلام نشر المحتوى المصمم فقط للنتشار ليكون ترند فيما بعد<sup>(٤)</sup>.

(١) Salaverria, Ramón. "Periodismo en 2014: balance y tendencias." *Cuadernos de periodistas* 29 (2015): 9-22.

(٢) Denisova, Anastasia. "Viral journalism. Strategy, tactics and limitations of the fast spread of content on social media: Case study of the United Kingdom quality publications." *Journalism* (2022): p.14.

(٣) Borrego, Francisco. "¿ Puede existir un verdadero periodismo alternativo en redes sociales?: estructuras virales de poder y estrategias de información a través de perfiles falsos." *Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicracia y desarrollo social* (2016), p 1180-1197.

(٤) Bazaco, Ángela, Marta Redondo, and Pilar Sánchez-García. "Clickbait as a strategy of viral journalism: conceptualisation and methods." *Revista Latina de Comunicación Social* 74 (2019): 94.

### نوع ومنهج الدراسة:-

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية لذلك تلجأ الباحثة إلى استخدام منهج المسح الإعلامي بشقه التحليلي وذلك بهدف وصف وتحليل معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لمحتوى الترنند بدرجة عالية من الشمول والدقة.

### عينة الدراسة:-

تطبق هذه الدراسة على الصحف الإلكترونية التالية (الأهرام واليوم السابع والمصري اليوم) من خلال تحليل مضمون محتوى الترنند في كل منهم، وتعتمد الباحثة في تحديد محتوى الترنند على تصنيف Google trends الذي يعبر عن المحتوى الأكثر رواجًا على شبكة الإنترنت، من خلال حساب عمليات البحث التي يقوم بها الأفراد في الوقت الفعلي ويتم تحديث ذلك لحظة بلحظة.

### مبررات اختيار الصحف الإلكترونية:

طبقًا لدراسة (آية حسين عبد الوهاب خليفة، ٢٠٢٤) احتلت المواقع الإلكترونية المرتبة الثانية بالنسبة لوسائل الإعلام المفضلة لدى جمهور الدراسة<sup>(١)</sup>.

### أدوات الدراسة لجمع البيانات:-

اعتمدت الدراسة الحالية على استمارة تحليل المضمون: وذلك بتحليل مضمون محتوى الترنند في الصحف الإلكترونية التالية (الأهرام واليوم السابع والمصري اليوم) في الفترة من (١/١/٢٠٢٤) إلى (١/٢/٢٠٢٤).

(١) آية حسين عبد الوهاب خليفة: اتجاهات الجمهور نحو مصداقية صحافة الفيديو في الصحافة المصرية في ضوء المعايير المهنية والأخلاقية دراسة ميدانية وتحليلية

على عينة من المواقع الإلكترونية للصحف، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، إبريل ٢٠٢٤.

نتائج الدراسة:

أولاً التحليل من حيث الشكل:

جدول (١) يوضح اللغة المستخدمة في تغطية محتوى الترنند بالصحف الإلكترونية:

المجموع	المصري اليوم	اليوم السابع	الأهرام	الصحيفة	
				اللغة	
٤٣٠٩	١٢٣٨	١٦٧٨	١٣٩٣	ك	العربية
٨٣	٧٤.٦	٨٤.٣	٩٠.٤	%	
٨٨١	٤٢١	٣١٢	١٤٨	ك	العربية والإنجليزية
١٧	٢٥.٤	١٥.٧	٩.٦	%	
٥١٩٠	١٦٥٩	١٩٩٠	١٥٤١	ك	المجموع
١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	%	

يتضح من الجدول السابق ان:

- الصحف الإلكترونية محل الدراسة تستخدم اللغة العربية بشكل أساسي لتغطية محتوى الترنند مقابل استخدامها للغة العربية والإنجليزية معاً.

وذلك حتى لا يشعر القارئ بالانفصال عن المحتوى، بالإضافة لمرعاة مستوى فهم القارئ. وتلجأ هذه الصحف للاستعانة بالكلمات الإنجليزية عند ذكر حدث أجنبي، أحد الشخصيات أو الأعمال الأجنبية، أو عند ذكر كلمة مستحدثة ليس لها مقابل في اللغة العربية. أما فيما عدا ذلك يتم الاعتماد على اللغة العربية بشكل أساسي.

جدول (٢) يوضح الوسائط المتعددة المستخدمة في تغطية الترنند بالصحف الإلكترونية:

المجموع	المصري اليوم	اليوم السابع	الأهرام	الصحيفة	
				الوسائط المتعددة	
٥١٩٠	١٦٥٩	١٩٩٠	١٥٤١	ك	نص
٣٧.٩	٣٥.٢	٣٣.٩	٤٩.٤	%	
٥١٩٠	١٦٥٩	١٩٩٠	١٥٤١	ك	صورة
٣٧.٩	٣٥.٢	٣٣.٩	٤٩.٤	%	

٦١٣	٣٣٤	٢٦٧	١٢	ك	فيديو
٤.٥	٧.١	٤.٦	٠.٤	%	
١٩٩	٥٥	١٣٤	١٠	ك	انفوجراف
١.٥	١.١	٢.٣	٠.٣	%	
٢٢٨٣	٧٨٦	١٤٨٤	١٣	ك	رابط تشعبي
١٦.٧	١٦.٧	٢٥.١	٠.٤	%	
٦١	٥٦	١	٤	ك	بث مباشر
٠.٤	١.٢	٠.٠١	٠.١	%	
١٦٧	١٦٦	١	-	ك	جدول
١.٢	٣.٥	٠.٠١	-	%	
١٣٧٠.٣	٤٧١٥	٥٨٦٧	٣١٢١	ك	المجموع
١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	%	

يتضح من الجدول السابق أن:

- أكثر الوسائط المتعددة المستخدمة في الصحف الإلكترونية محل الدراسة هي النص والصورة تليهما الروابط التشعبية، بينما أقل الوسائط المتعددة استخدامًا هي البث المباشر.

وترجع الباحثة ذلك إلى انه طالما اعتمدت الصحف على النص والصورة بشكل أساسي وهذا تقليد راسخ يصعب تغييره بين عشية وضحاها، بالإضافة إلى ارتفاع تكلفة بعض الوسائط المتعددة مثل مقاطع الفيديو عالية الجودة، كما انه من السهل نشر النصوص والصور على المواقع الإلكترونية عكس الوسائط المتعددة الأخرى التي تتطلب تقنيات خاصة، وأيضًا من السهل تعديل النصوص والصور قبل وبعد النشر، بينما قد يكون تعديل الوسائط المتعددة الأخرى أكثر صعوبة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سارة طلعت عباس، روايح عبد الحميد، ٢٠٢٣) التي توصلت إلى اهتمام الصحف الإلكترونية بتوظيف الوسائط المتعددة مع المواد الصحفية المتعلقة بحوادث القتل والانتحار فجاء توظيف (النص والصورة) في الترتيب الأول بنسبة (٣٨,٨٥)<sup>(١)</sup>.

جدول (٣) يوضح الفنون الصحفية المستخدمة في تغطية محتوى الترنند بالصحف الإلكترونية:

المجموع	المصري اليوم	اليوم السابع	الأهرام	الصحيفة	
				الفنون الصحفية	
٤٩٥٠	١٦٠٥	١٨٣٩	١٥٠٦	ك	خبر
٩٥.٤	٩٦.٧	٩٢.٤	٩٧.٧	%	
٧٤	١	٧٣	-	ك	تحقيق
١.٤	٠.١	٣.٧	-	%	
٩	٢	١	٦	ك	حديث
٠.٢	٠.١	٠.١	٠.٤	%	
١١٩	٣٨	٦٠	٢١	ك	تقرير مكتوب
٢.٣	٢.٣	٣	١.٤	%	
٢٥	١١	٩	٥	ك	تقرير مصور
٠.٥	٠.٧	٠.٥	٠.٣	%	
١٣	٢	٨	٣	ك	مقال
٠.٣	٠.١	٠.٤	٠.٢	%	
٥١٩٠	١٦٥٩	١٩٩٠	١٥٤١	ك	المجموع
١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	%	

يتضح من الجدول السابق ان:

(١) سارة طلعت عباس، روايح عبد الحميد، أطر معالجة الصحف الإلكترونية لحوادث القتل والانتحار وعلاقتها بمستوى الصمود النفسي لدى المراهقين، المجلة العلمية لكلية الآداب جامعة أسيوط، العدد (٨٨) أكتوبر ٢٠٢٣، ص ١٢٥٩.



• الخبر الصحفي هو أكثر الفنون الصحفية استخداماً في تغطية محتوى الترنند بينما الحديث الصحفي والمقال هما الفنان الصحفيان الأقل استخداماً في الصحف الإلكترونية محل الدراسة.

وترجع الباحثة ذلك لأن السرعة تعد ميزة أساسية للصحف الإلكترونية، كما أنها مطلوبة بشكل أكبر لتغطية محتوى الترنند ويساعد الخبر الصحفي على تلبية هذه الحاجة حيث يمكن للخبر الصحفي أن ينتشر في غضون دقائق من وقوع الحدث بينما تستغرق الأنواع الأخرى من الفنون الصحفية وقتاً أطول، كما ان الخبر الصحفي يعد قصيراً ومباشراً مما يجعله سهل القراءة والمشاركة وهذا يتناسب مع محتوى الترنند الذي يتسم بسرعة الانتشار مما يؤدي إلى جذب المزيد من الزوار إلى موقع الصحيفة الإلكترونية.

ويتفق ذلك مع دراسة (شريف درويش اللبان وآخرون، ٢٠٢٣) التي أشارت ان الخبر جاء في مقدمة الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة الأزمات بالصحف الإلكترونية<sup>(١)</sup>، وقد يرجع ذلك إلى كون الخبر هو أبو الفنون الصحفية لذلك يحتل النسبة الأكبر بالصحف بين مختلف الفنون.

بينما يختلف ذلك مع دراسة (مريم عصمت محمود العطيبي، ٢٠٢٣) التي أشارت إلى اعتماد التغطية الصحفية للبوابات الإلكترونية محل الدراسة على التقرير الصحفي بشكل أكبر، ويرجع هذا إلى اختلاف طبيعة الموضوع فقضايا الأسرة تحتاج إلى مزيد من السرد الذي يتناسب مع فن التقرير الصحفي، عكس محتوى الترنند الذي يعتمد على سرعة الانتشار ويناسبه الخبر الصحفي<sup>(٢)</sup>.

(١) شريف درويش اللبان وآخرون: معالجة الصحف الإلكترونية للأزمات في المجتمع المصري - دراسة تحليلية،

المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد الرابع والثلاثون، إبريل ٢٠٢٣ ج١، ص٣٢٩.

(٢) مريم عصمت محمود العطيبي: معالجة الصحف الإلكترونية لقضايا الأبناء داخل الأسرة في المجتمع، مجلة

كلية الآداب والعلوم الإنسانية، العدد السادس والأربعون، الجزء الرابع، ٢٠٢٣، ص١٦٩.

ثانياً التحليل من حيث المضمون:

جدول (٤) يوضح موضوعات التردد المتضمنة في الصحف الإلكترونية:

المجموع		المصري اليوم		اليوم السابع		الأهرام		الصحيفة مضامين التردد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٥.٤١	٨٠٠	١١.٢٧	١٨٧	١٦.٣٣	٣٢٥	١٨.٦٩	٢٨٨	سياسي
٤.٩٥	٢٥٧	٣.٣٨	٥٦	٥.٨٨	١١٧	٥.٤٥	٨٤	اجتماعي
٦٣.٦٤	٣٣٠٣	٦٨.٢٩	١١٣٣	٦٠.٣٠	١٢٠٠	٦٢.٩٥	٩٧٠	رياضي
٣.٧٨	١٩٦	٥.٣٦	٨٩	٣.١٧	٦٣	٢.٨٦	٤٤	اقتصادي
٠.٧١	٣٧	٠.٧٢	١٢	٠.٩٠	١٨	٠.٤٥	٧	ديني
٥.٨٤	٣٠٣	٧.١٧	١١٩	٦.١٣	١٢٢	٤.٠٢	٦٢	فني
١.٣٣	٦٩	١.٤٥	٢٤	١.٣٦	٢٧	١.١٧	١٨	تعليمي
١.٨١	٩٤	٠.٣٦	٦	٢.٣٦	٤٧	٢.٦٦	٤١	تثقيفي
٠.٩٦	٥٠	٠.٥٤	٩	١.٢٦	٢٥	١.٠٤	١٦	بيئي
١	٥٢	١.٤٥	٢٤	٠.٨٥	١٧	٠.٧١	١١	حوادث
٠.٥٦	٢٩	-	-	١.٤٦	٢٩	-	-	متعلق بمشاهير السوشيال ميديا
١٠٠	٥١٩٠	١٠٠	١٦٥٩	١٠٠	١٩٩٠	١٠٠	١٥٤١	المجموع

يتضح من الجدول السابق ان:

- الموضوعات الرياضية هي الأكثر انتشاراً بين محتوى التردد بالصحف الإلكترونية محل الدراسة حيث تحظى بالتغطية الأكبر مقارنة بغيرها من الموضوعات بينما الموضوعات المتعلقة بمشاهير السوشيال ميديا هي الأقل انتشاراً بين محتوى التردد بالصحف الإلكترونية محل الدراسة.

وذلك لعدة أسباب منها ان الرياضة لغة عالمية تفهم من قبل جميع الناس بغض النظر عن ثقافتهم أو لغتهم وهذا يجعل الأخبار الرياضية ذات صلة للجميع مما يساعد على انتشارها بشكل أسرع، كما الأحداث الرياضية مليئة باللحظات المثيرة مثل الأهداف الحاسمة واللحظات الأخيرة الحاسمة التي تثير مشاعر الترقب والاندهاش مما يحفز الناس على مشاركة الأخبار مع الآخرين.

ويختلف ذلك مع دراسة (محمد مهني البحراوي، ٢٠٢٣) التي توصلت أن القضايا الاجتماعية أكثر قضايا الترنادات التي تفضل عينة الدراسة الكتابة عنها، تليها الترنادات السياسية ثم الترنادات الدينية<sup>(١)</sup>، وقد يرجع هذا الاختلاف إلى انه في وقت تطبيق الدراسة الحالية كان موعد كأس الأمم الإفريقية وكأس آسيا لكرة القدم، وهذا يزيد من انتشار الموضوعات الرياضية. جدول (٥) يوضح الجمهور المستهدف من محتوى الترناد بالصحف الإلكترونية:

المجموع	المصري اليوم	اليوم السابع	الأهرام	الصحيفة	
				ك	الجمهور
٤٩٧٣	١٦٠٩	١٨٨٧	١٤٧٧	ك	جمهور عام
٩٥.٥	٩٦.٩	٩٤.٦	٩٥	%	
٦٨	٢٢	٢٦	٢٠	ك	شباب ومراهقين
١.٣	١.٣	١.٣	١.٣	%	
١	-	١	-	ك	مرأة
٠.٠١	-	٠.١	-	%	
٢١	٨	١٣	-	ك	مسلمين
٠.٠٤	٠.٥	٠.٧	-	%	
١١٩	١٧	٥٥	٤٧	ك	أقباط
٢.٣	١	٢.٨	٣	%	
٢٧	٤	١٢	١١	ك	محافظات

(١) محمد مهني البحراوي: مرجع سابق، ص ٦٦٢.

٠.٥	٠.٢	٠.٦	٠.٧	%	
٥٢٠٩	١٦٦٠	١٩٩٤	١٥٥٥	ك	المجموع
١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	%	

يتضح من الجدول السابق ان:

- الجمهور العام هو الفئة المستهدفة بشكل أكبر من محتوى التردد بالصحف الإلكترونية محل الدراسة بينما المرأة هي أقل الفئات المستهدفة من محتوى التردد بالصحف محل الدراسة.

وقد يرجع ذلك إلى ان الجمهور العام يشكل قاعدة جماهيرية كبيرة لذلك فنشر الأخبار التي تهمهم يساعد على جذب المزيد من القراء مما يؤدي لزيادة إيرادات الصحيفة من خلال الإعلانات، كما يضيف المحتوى الذي يستهدف الجمهور العام تنوعاً إلى محتوى الصحيفة مما يساعد على جذب قراء من مختلف الاهتمامات.

جدول (٦) يوضح القوى الفاعلة للتغطية الصحفية لمحتوى التردد بالصحف الإلكترونية:

المجموع	المصري اليوم	اليوم السابع	الأهرام	الصحيفة القوى الفاعلة
٣٣١٣	١١٤٦	١٢٠٧	٩٦٠	ك رياضيون
٦١.٣	٦٧.١	٥٧.٥	٦٠	%
١١٠.٢	٢٦٣	٤٩١	٣٤٨	ك مسئولون
٢٠.٤	١٥.٤	٢٣.٤	٢١.٨	%
٢١٥	٣٢	١٠٤	٧٩	ك سياسيون
٤	١.٩	٥	٤.٩	%
١٠	٧	-	٣	ك اقتصاديون
٠.٢	٠.٤	-	٠.٢	%
٣٣٨	١٣٦	١٣٣	٦٩	ك فنانون
٦.٣	٨	٦.٣	٤.٣	%
٩٢	١٨	٤٧	٢٧	ك رجال دين

١.٧	١.١	٢.٢	١.٧	%	
١٧٣	٤٨	٦٦	٥٩	ك	اعلاميون وكتاب
٣.٢	٢.٨	٣.١	٣.٧	%	
٢	١	١	-	ك	أطباء
٠.٠٣	٠.١	٠.٠٤	-	%	
١٩	٦	-	١٣	ك	خبراء فلك
٠.٤	٠.٤	-	٠.٨	%	
٣٣	٤	١٩	١٠	ك	مواطنون
٠.٦	٠.٢	٠.٩	٠.٦	%	
١٠٧	٤٨	٣٠	٢٩	ك	لا يوجد
٢	٢.٨	١.٤	١.٨	%	
٥٤٠.٤	١٧٠.٩	٢٠٩.٨	١٥٩.٧	ك	المجموع
١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	%	

يتضح من الجدول السابق أن:

- الشخصيات الرياضية هي أكثر الشخصيات البارزة التي يتضمنها محتوى التردد بالصحف الإلكترونية محل الدراسة يليها المسئولون، بينما يأتي الأطباء في المركز الأخير.

وهذا يتفق مع كون الموضوعات الرياضية هي موضوعات التردد الأكثر انتشارًا بالصحف الإلكترونية محل الدراسة، حيث يمكن أن تقدم أخبار مشاهير الرياضة معلومات حول الأحداث الرياضية وآخر أخبار الرياضيين مما يساعد القراء على فهم الرياضة بشكل أفضل، وكذلك يمكن ان تحفز قصص نجاح مشاهير الرياضة بعض الناس على تحقيق أهدافهم مما يدفعهم لمتابعتها. وقد أتى الأطباء في المركز الأخير نظرًا لقلة لندرة الموضوعات الطبية في محتوى التردد.

ويختلف ذلك مع دراسة التي أشارت ان القوى الفاعلة الرئيسية في معالجة المشروعات القومية والمبادرات الرئاسية بالصحف الإلكترونية كانت رئيس الجمهورية في المركز الأول، ويرجع اختلاف النتيجة إلى اختلاف المحتوى في كلا الدراستين<sup>(١)</sup>.

جدول (٧) يوضح أنواع الأطر الإعلامية التي استخدمتها الصحف الإلكترونية في تأطير محتوى الترنز:

المجموع		المصري اليوم		اليوم السابع		الأهرام		الصحيفة أنواع الأطر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٤.٣٩	٧٤٧	٩.٧٦	١٦٢	١٥.٣٣	٣٠٥	١٨.١٧	٢٨٠	إطار استراتيجي
١.٩٣	١٠٠	٠.٦٠	١٠	١.٠١	٢٠	٤.٥٤	٧٠	إطار الصراع
٦٣.٦٤	٣٣٠٣	٦٨.٢٩	١١٣٣	٦٠.٣٠	١٢٠٠	٦٢.٩٥	٩٧٠	إطار المنافسة
٤.٣٤	٢٢٥	٣.٠١	٥٠	٦.٥٣	١٣٠	٢.٩٢	٤٥	الاهتمامات الإنسانية
٤.٠٥	٢١٠	٥.٦١	٩٣	٤.٠٢	٨٠	٢.٤٠	٣٧	النتائج الاقتصادية
٠.٩٦	٥٠	٠.٩٠	١٥	١.١٦	٢٣	٠.٧٨	١٢	إطار المسؤولية
١.٤٥	٧٥	١.٥١	٢٥	١.٥١	٣٠	١.٣٠	٢٠	إطار أخلاقي
٠.٧٩	٤١	٠.٤٢	٧	١.٠١	٢٠	٠.٩١	١٤	إطار الكوارث
١.١٢	٥٨	١.٢١	٢٠	١.٣٦	٢٧	٠.٧١	١١	إطار التكنولوجيا
٥.٨٤	٣٠٣	٧.١٧	١١٩	٦.١٣	١٢٢	٤.٠٢	٦٢	إطار ترفيهي
١.٥٠	٧٨	١.٥١	٢٥	١.٦٦	٣٣	١.٣٠	٢٠	أكثر من إطار
١٠٠	٥١٩٠	١٠٠	١٦٥٩	١٠٠	١٩٩٠	١٠٠	١٥٤١	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن:

(١) وفاء محمد إبراهيم الشراوي وآخرون: معالجة الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية والمبادرات الرئاسية (بحث تحليلي)، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد الثالث والثلاثون، يناير ٢٠٢٣، ج١، ص١٣٦.

• إطار الصراع هو أكثر الأطر الإعلامية المستخدمة في تأطير محتوى الترنند بالصحف الإلكترونية محل الدراسة، بينما إطار الكوارث هو الأقل استخدامًا في تأطير محتوى الترنند.

وقد يرجع ذلك لأن إطار الصراع يثير مشاعر قوية لدى القراء مثل الغضب والحزن والفرح مما يساعد على جذب انتباههم، كما يركز إطار الصراع على التناقض والتوتر مما يثير فضول الجمهور ويدفعهم للرغبة في معرفة المزيد، ويساعد إطار الصراع على تبسيط المعلومات المعقدة وجعلها أكثر فهمًا بالنسبة للقراء، ويساعد أيضًا على إثارة النقاش والجدل بين الجمهور مما يزيد من تفاعلهم مع المحتوى وبالتالي جذب المزيد من الإعلانات.

ويتفق ذلك مع دراسة (Valenzuela, Sebastián, et al, 2017) التي ترى أن إطار الصراع هو الإطار الأكثر شيوعًا واستخدامًا بين الصحفيين ومحترفي صناعة الأخبار<sup>(١)</sup>. وقد يرجع هذا الاتفاق إلى رغبة الصحفيين في جذب انتباه القراء لتحقيق أكبر قدر من التفاعل مع المحتوى الصحفي، وبالتالي زيادة إنقرائية الصحيفة وزيادة نسبتها من الإعلانات.

بينما يختلف ذلك مع دراسة (شريف درويش اللبان وآخرون، ٢٠٢٣) التي توصلت أن إطار المسؤولية جاء في المركز الأول بين الإطارات المستخدمة في معالجة الأزمات بالصحف الإلكترونية، ويرجع هذا لاختلاف طبيعة محتوى الأزمات عن طبيعة محتوى الترنند<sup>(٢)</sup>.

### النتائج العامة للدراسة:

- أثبتت الدراسة الحالية اهتمام الصحف الإلكترونية بتغطية محتوى الترنند بصورة كبيرة وذلك لنتوائهم مع متطلبات العصر الحالي، حيث يعد محتوى الترنند انعكاسًا للأحداث الجارية في المجتمع لذلك يهتم به الجمهور للبقاء على إطلاع دائم على آخر الأخبار والأحداث.
- تتنوع موضوعات محتوى الترنند بالصحف الإلكترونية محل الدراسة، لكن الموضوعات الرياضية تحظى بالانتشار والتغطية الأكبر بين محتوى الترنند.

<sup>(١)</sup> Valenzuela, Sebastián, Martina Piña, and Josefina Ramírez. "Behavioral effects of framing on social media users: How conflict, economic, human interest, and morality frames drive news sharing." *Journal of communication* 67.5 (2017): 821.

<sup>(٢)</sup> شريف درويش اللبان وآخرون، مرجع سابق، ص ٣٣٠.

- أكثر الوسائط المتعددة المستخدمة في الصحف الإلكترونية محل الدراسة هي النص والصورة تليهما الروابط التشعبية، بينما أقل الوسائط المتعددة استخدامًا هي البث المباشر.
- الجمهور العام هو الفئة المستهدفة بشكل أكبر من محتوى التردد بالصحف الإلكترونية محل الدراسة بينما المرأة هي أقل الفئات المستهدفة من محتوى التردد بالصحف محل الدراسة.

### توصيات الدراسة:

توصي الدراسة الحالية بالتالي:

- لاحظت الباحثة اهتمام الصحف الإلكترونية بتغطية بعض أحداث التردد الخفيفة بصورة أكبر من اللازم، مما يؤثر على جودة المحتوى الصحفي المقدم، لذلك يمكن التوصية بضرورة اهتمام الصحف الإلكترونية بالتركيز على تقديم محتوى مفيد وجذاب للجمهور بدلاً من التركيز على التردد بشكل مبالغ به.
- يجب على الصحف الإلكترونية استخدام التكنولوجيا الحديثة لتقديم محتوى مبتكر وجذاب للجمهور، وعدم الاكتفاء بالوسائط المتعددة التقليدية.
- كما يجب على الصحف الإلكترونية وضع معايير أخلاقية لنشر المحتوى والتأكد من إلزام جميع الصحفيين بهذه المعايير.

### مراجع الدراسة:

#### أولاً المراجع العربية

#### أ- الدراسات العلمية غير المنشورة

- (١) محمود يوسف حجاج، "أطر التغطية الإخبارية للسياسات الحكومية بالفضائيات المصرية وعلاقتها بالإغتراب السياسي لدى الجماهير"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٥.

#### ب- الدراسات العلمية المنشورة



- (١) أمل محمد خطاب، اتجاهات الشباب نحو معالجة المواقع الإلكترونية للصحف المصرية على الشبكات الاجتماعية لقضايا الفساد وتأثيرها في نشر ثقافة النزاهة والشفافية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الخامس والعشرون (الجزء الأول)، يناير/ يونيو ٢٠٢٣.
- (٢) سارة طلعت عباس، رويح عبد الحميد، أطر معالجة الصحف الإلكترونية لحوادث القتل والانتحار وعلاقتها بمستوى الصمود النفسي لدى المراهقين، المجلة العلمية لكلية الآداب جامعة أسيوط، العدد (٨٨) أكتوبر ٢٠٢٣.
- (٣) سامح حسنين، اعتماد الشباب المصري على صحافة المواطن كمصدر للأخبار وتأثيره على المعرفة السياسية المكتسبة لديهم دراسة ميدانية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونموذج الإعلام الديمقراطي المشارك، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد ٨٠ الجزء الأول، يوليو/ سبتمبر ٢٠٢٢.
- (٤) شريف درويش اللبان وآخرون: معالجة الصحف الإلكترونية للأزمات في المجتمع المصري - دراسة تحليلية، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد الرابع والثلاثون، ج١، إبريل ٢٠٢٣.
- (٥) صفاء خليل محمد أبو جنبو، "توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الأداء الصحفي: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من الصحف السودانية"، مركز ركائز المعرفة للدراسات والبحوث، مجلد ٤، العدد ١، (٢٠١٦).
- (٦) عبدالله محمد عبدالله، "الأطر الخيرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا (COVID-19)" دراسة تطبيقية على الموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية"، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد ٩، (٢٠٢٠).
- (٧) محمد مهني البحراوي، العوامل المؤثرة في انتقاء ومعالجة كتاب المقالات للمحتوى الرائج (الترند) في الصحف الإلكترونية المصرية.. دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد السادس والستون (الجزء الثاني)، يوليو ٢٠٢٣.
- (٨) مياسر وليد سمباوه، تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي - دراسة ميدانية على القائم بالاتصال - مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، المجلد ٦، العدد ٥، ٣٠ مايو ٢٠٢٢.

٩) نور محمد عبد السلام وآخرون، اتجاهات الشباب الجامعي نحو استخدام وسائل الإعلام الجديد، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، المجلد السادس، العدد ٢٨، مايو ٢٠٢٠.

١٠) وفاء محمد إبراهيم الشرقاوي وآخرون، معالجة الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية والمبادرات الرئاسية (بحث تحليلي)، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد الثالث والثلاثون، ج ١، يناير ٢٠٢٣.

#### ثانياً المراجع الأجنبية:

#### أ- الرسائل العلمية الغير منشورة

- 1) Borrego, Francisco. "¿ Puede existir un verdadero periodismo alternativo en redes sociales?: estructuras virales de poder y estrategias de información a través de perfiles falsos." Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicacia y desarrollo social (2016).
- 2) Denisova, Anastasia. "Viral journalism. Strategy, tactics and limitations of the fast spread of content on social media: Case study of the United Kingdom quality publications." Journalism (2022).
- 3) Downey, Elizabeth M. "Fact-checking Viral Trends For News Writers". Mississippi State University. (2021).
- 4) Josepher, Bryce. Political Media Bias in the United States: Immigration and the Trump Administration. University of South Florida, 2017.

#### ب- الأبحاث العلمية المنشورة:

- 1) Al-Shrouf, Abed Al-Qader and Belal Khasawneh. "ATTITUDES OF YOUNG PEOPLE IN HEBRON GOVERNORATE TOWARDS SOURCES OF INFORMATION AND NEWS IN THE NEW MEDIA: FACEBOOK AND TWITTER PERSPECTIVE." American Journal of Research in Humanities and Social Sciences 12 (2023).
- 2) Bartal, Alon, Nava Pliskin, and Oren Tsur. "Local/Global contagion of viral/non-viral information: Analysis of contagion spread in online social networks." Plos one 15.4 (2020).
- 3) Bazaco, Ángela, Marta Redondo, and Pilar Sánchez-García. "Clickbait as a strategy of viral journalism: conceptualisation and methods." Revista Latina de Comunicación Social 74 (2019).

- 4) Druckman, James N. "On the limits of framing effects: Who can frame?." *The journal of politics* 63.4 (2001).
- 5) Salaverría, Ramón. "Periodismo en 2014: balance y tendencias." *Cuadernos de periodistas* 29 (2015).
- 6) Valenzuela, Sebastián, Martina Piña, and Josefina Ramírez. "Behavioral effects of framing on social media users: How conflict, economic, human interest, and morality frames drive news sharing." *Journal of communication* 67.5 (2017).