

## آشنایی با ترند و نحوه معرفی داغ‌ترین‌های ایتا

### • ترند چیست؟

ترند (Trend) در لغت به معنی روند است. این کلمه در چندین زمینه مختلف از جمله مدیریت، صنعت مد، بازاریابی دیجیتال و... مورد استفاده است و در هر کدام از آنها هم بار معنایی خاصی دارد. در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، ترند به موضوعات داغ روز اطلاق می‌شود.

وقتی کاربران شبکه‌های اجتماعی به یک پست در مدت زمانی مشخص، بیش از حد معمول واکنش نشان می‌دهند (یعنی پست فوق لایک‌ها، کامنت‌ها و بازنشرهای زیادی پیدا می‌کند)، موضوع آن ترند می‌شود. موضوع یک پست چگونه مشخص می‌شود؟ **با هشتگ**.

### • هشتگ چیست؟

علامت # یا **هشتگ** (Hashtag) یک نماد پیش‌وند است که قبل از واژه و چسبیده به آن درج می‌شود. کاربران در شبکه‌های اجتماعی کلیدواژه‌ها و موضوعات مهم را با علامت هشتگ مشخص می‌کنند. با این کار مطالب و موضوعات مختلف به سهولت **دسته‌بندی** و **جستجو** می‌شوند.

برای روشن شدن بحث، یکی از پست‌های حساب [@khamenei\\_fa](https://t.me/khamenei_fa) در یکی از شبکه‌های اجتماعی را با هم مرور می‌کنیم:

اصلی‌ترین توصیه‌ی اینجانب، **#تداوم\_مبارزه** و سامان بخشیدن به سازمانهای جهادی و همکاری آنان با یکدیگر و گسترش عرصه‌ی جهاد در همه‌ی سرزمین‌های فلسطینی است. همه باید ملت **#فلسطین** را در این **#جهاد\_مقدس** یاری، و دست مبارز فلسطینی را پُر، و پشت او را محکم کنند.  
**#روز\_قدس**

می‌توان به چند نکته آموزشی در این متن اشاره کرد:

۱. هشتگ می‌تواند یکی از کلمات متن باشد یا بصورت مجزا در انتهای آن درج شود. البته هشتگ‌هایی که در خود متن قرار گیرند، به آن زیبایی و قوام بیشتری می‌بخشند. در پست بالا چهار هشتگ به عنوان موضوع کلیدی انتخاب شده است که سه تای آن‌ها در داخل متن هستند و یکی (#روز\_قدس) در انتها درج شده است.

۲. از نظر فنی و **هنگام جستجو، هر عبارت هشتگ شده به مثابه یک کلمه محسوب می‌شود**. لذا اگر موضوع ما بیش از یک واژه داشته باشد، نمی‌توانیم بین کلمه‌های آن فاصله

بگذاریم و باید از  (underline) استفاده کنیم. مثل #تداوم\_مبارزه یا #روز\_قدس

۳. کلمات یا عباراتی که آن‌ها را هشتگ می‌زنیم، باید **مهم‌ترین فرازهای متن بوده و به تنهایی**

**واجد معنای مشخصی باشند**. دوباره متن را بخوانید. اگر نویسنده بجای هشتگ‌های فوق

**#توصیه، #همکاری یا #مبارز** را انتخاب کرده بود، متن به هیچ وجه گویایی و اثرگذاری

فعلی را نداشت. زیرا این هشتگ‌ها عباراتی کلی هستند و جستجوی آن‌ها نتایج گسترده و

نامرتبلی را گردآوری خواهد کرد. **لذا بهتر است کلمه‌ای را هشتگ کنیم که جستجوی آن،**

**مخاطب را دقیقاً به منظور ما برساند.**

### • الگوریتم ترند چگونه است؟

هیچ کدام از موتورهای جستجو (مثل گوگل) یا شبکه‌های اجتماعی (مثل توئیتر، فیس‌بوک، اینستاگرام و...) هرگز الگوریتم‌های استخراج و معرفی ترندها و حذف هشتگ‌های فیک خود را بصورت شفاف اعلام نمی‌کنند. زیرا این کار موجب افزایش احتمال فریب سیستم و دور زدن آن توسط کاربران می‌شود که در پی مقاصد تبلیغاتی خود هستند. لذا در هیچ کدام از شبکه‌های اجتماعی کاربران نمی‌توانند **همه‌ی عوامل اثرگذار برای ترند شدن یک بحث و نیز وزن و اهمیت نسبی هر عامل** را به صورت دقیق شناسایی کنند.

آنچه مسلم است این است که همه شبکه‌های اجتماعی و از جمله ایتا از الگوهای متعدد هوش مصنوعی برای استخراج و معرفی ترندها استفاده می‌کنند و طبیعتاً برای نیل به کارآمدی بالاتر، این الگوها بصورت مستمر بروزرسانی شده و ارتقا می‌یابند.

## • هشتگ ربایی (Hashtag Hijacking) چیست؟

هایجک در صنعت هوایی به وضعیتی اطلاق می‌شود که هواپیما از مسیر اصلی خود منحرف شده و به سمت مقصد مورد نظر هواپیما با پرواز می‌کند. **هشتگ ربایی** در فضای مجازی به معنی استفاده از هشتگ غیرمرتبط برای دیده شدن یا تبلیغ است. در همه شبکه‌های اجتماعی این عمل کاری ناپسند و غیرحرفه‌ای محسوب شده و با آن برخورد می‌شود.

**در این کانال‌هایی که از هشتگ‌های ترند شده در پست غیرمرتبط استفاده کنند، بصورت دائمی از چرخه جستجوی سراسری هشتگ‌ها حذف می‌شوند.**

## • آیا ایتا برای ترند شدن یک عبارت تلاش می‌کند؟

به هیچ وجه. تنها عامل ترند شدن یک هشتگ، پسند مخاطبان است. حتما دیده‌اید که ایتا بارها در پیام‌های کانال اطلاع رسانی رسمی به مناسبت انتشار نسخه جدید و... از هشتگ‌هایی استفاده کرده است.

با وجود آن که دیده‌شدن این مطالب برای ما بسیار مهم است، ولی هرگز اقدامی جهت ترند شدن آن‌ها نکرده‌ایم. اگر بنا بود ایتا موضوعی را ترند کند، این کار را درباره هشتگ‌های مورد استفاده خود انجام می‌داد!

## • آیا هر هشتگی که مورد باز نشر کاربران قرار گیرد ترند می‌شود؟

خیر. توجه داشته باشید **ترند ناظر به موضوع روز** است. لذا هشتگ‌هایی ترند می‌شوند که:

اولاً دارای معنای مشخصی باشند

تاکنون صدها هشتگ مانند **#توجه**، **#پیشنهاد\_دانلود**، **#اطلاعیه**، **#نشر\_حداکثری** و... یا هشتگ‌های حاوی اسامی کانال‌ها علیرغم استفاده زیاد در ایتا به لیست سیاه هدایت شده‌اند.

## ثانیاً درباره موضوع روز باشند

هشتگ‌هایی مانند **#همسرداری**، **#تربیت\_فرزند** و... معنای مشخصی دارند و مباحث ارزشمندی هم هستند، **ولی موضوع روز محسوب نمی‌شوند**. البته اگر خبر، تحلیل یا واقعه‌ای با این عناوین به موضوع روز جامعه تبدیل شود، طبیعتاً می‌تواند ترند شود. (مثلاً اخیراً به مناسبت هفته عفاف و حجاب (۱۵-۲۱ تیرماه)، عباراتی با مضمون **#حجاب** ترند شده‌اند)

به دلیل نوپا بودن این قابلیت در پیام‌رسان‌های داخلی و کم‌اطلاعی بخشی از مخاطبان نسبت به ویژگی‌های آن، تاکنون در رعایت این شرایط مسامحه زیادی انجام شده است که انتظار می‌رود با همراهی کاربران گرامی ترندهای ایتا روزبه روز به جایگاه واقعی خود نزدیک‌تر شود.

### • آیا اسامی اشخاص هم می‌تواند ترند شود؟

هم بله و هم خیر. اگر اسم شخصی به دلیلی موضوع روز شود، طبیعتاً به ترند هم راه می‌یابد. مثلاً هشتگ‌های **#سردار\_سلیمانی** در ایام شهادت ایشان، **#سردار\_حاجی\_زاده** در زمان حمله موشکی ایران به پایگاه عین‌الاسد و حوادث پس از آن ترند شدند یا اسامی رئیس جمهور، وزیر امور خارجه و سایر مسئولین بارها در مناسبت‌های مختلف به ترندهای ایتا راه یافته‌اند.

ولی تصور کنید علاقمندان آقای مهندس غفاری بخواهند در هر مناسبتی یک واکنش یا مصاحبه از ایشان را ترند کنند و برای آن هم **#محسن\_غفاری** را انتخاب کنند! پر واضح است که **حضور این هشتگ در ۳۶۵ روز سال در لیست داغ‌ترین‌های ایتا تهی کردن ترند از معنا و هدف آن است** و بدون شک از این کار ممانعت می‌شود.

**علاقمندان به شخصیت‌ها می‌توانند اظهار نظر آنان درباره موضوعات مختلف را ترند کنند، ولی باید از هشتگ مرتبط با موضوع استفاده کنند.** طبیعتاً با این کار و پس از مطالعه مطلب توسط کاربران، اسم شخصیت فوق هم دیده خواهد شد.