

رسانه های اجتماعی نقش مهمی در معرفی برنامه ها و شعارهای نامزدهای انتخاباتی دارند. از این رو جریان ها، گروه های سیاسی و هواداران آن ها نگاه ویژه ای به ابزارهای نوین ارتباطی دارند.

به گزارش گروه پژوهش و تحلیل خبری ایرنا، کمتر از 40 روز دیگر انتخابات دوازدهمین دوره ریاست جمهوری ایران برگزار می شود. از این رو، این روزها در فضای اجتماعی و رسانه ها تحلیل و ارزیابی های مختلفی مطرح می شود.

یکی از این مقوله ها، نقش رسانه های اجتماعی در تبلیغات انتخاباتی است. چرا که نقش فضای مجازی در شکل دهی به روندهای مدنی و سیاسی در گذر زمان دچار دگرگونی و نوآوری هایی شده تا جایی که در عصر کنونی بخش مهمی از تبلیغات انتخاباتی در حال رخت بربستن از فضای واقعی و کوچ کردن به سمت فضای مجازی است.

نظر به اهمیت رسانه های نوین در تبلیغات انتخاباتی به بیان نکته هایی در این زمینه می پردازیم:

1- تبلیغات از فرایندهای طبیعی معرفی نامزدهای انتخاباتی است که از جانب ستادهای انتخاباتی نامزدها و هواداران آنها در طول دوره مجاز تبلیغات صورت می پذیرد.

این مساله نشانگر آن است که پیوند بشر با جامعه و زمانه اش از دیرباز تاکنون در مسیر دگرگونی بوده است. همانطور که بشر با بهره گیری از صنعت چاپ از دوران شفاهی گذر کرد و به سمت دوره مدرن (نوگرایی) پیش رفت، اکنون نیز با برداشته شدن فاصله ها و گسترش ارتباطات، رسانه های کاغذی رفته رفته جای خود را به رسانه های مجازی می دهند.

در واقع با گسترش ابزارهای پیشرفته ارتباطی به ویژه در فضای دیجیتال و دنیای مجازی، عرصه های تازه ای رو به زندگی بشر گشوده شده است. در این میان می توان به نقش شبکه های موسوم به رسانه های اجتماعی پرداخت که سبب طرح نوینی در عرصه خبررسانی و رسانه شده اند.

یکی از مقوله های مهم در ساحت سیاسی فرایند تبلیغات انتخاباتی است که با دگرگونی هایی روبرو شده است. به ویژه رسانه های مجازی و شبکه اجتماعی نظیر «تلگرام» با امکان نصب آسان روی تلفن همراه نسبت به شبکه های اجتماعی نسل پیش از خود نظیر «فیسبوک» و «توییتر» قابلیت دسترسی آسان تری دارند و گستره بیشتری را پوشش می دهند.

3- در زمینه عللی که باعث روی آوری به تبلیغات انتخاباتی در رسانه های اجتماعی شده می توان به سهولت دسترسی، کاهش هزینه ها و فراگیری شبکه های اجتماعی اشاره کرد. به ویژه این که با ورود تبلیغات به فضای مجازی تا حدودی از اسراف و هزینه برای تبلیغات کاغذی جلوگیری می شود. این صرفه جویی در وقت، هزینه و نیروی انسانی است.

با این حال به نظر می‌رسد در کنار اثرگذاری مثبت این دست از شبکه‌ها که در مقام رسانه قرار گرفته‌اند، نمی‌توان آسیب‌ها و چالش‌های ناشی از آن را نادیده گرفت. به عنوان مثال در جریان آزاد اطلاعات احتمال انتشار گزاره‌های تایید نشده، دروغین و انواع شایعه‌افزایش می‌یابد.

پس هر چند به نظر می رسد با فراگیری و رشد سریع رسانه های نوین در سراسر جهان، رسانه های اجتماعی ابعاد تازه ای یافته است. با این حال، برخی معتقدند که هنوز جریان سازی اصلی رسانه ای با رسانه های مرجع صورت می گیرد.