

صفا آرای نامزدها در فضای مجازی

همزمان با نزدیک شدن به روز رای گیری، رقابت نامزدها در فضای مجازی بسیار داغ شده است

هر چه به روز رای گیری نزدیک می شویم صف بندی های سیاسی در کشور شفاف تر و فضای انتخاباتی داغ تر می شود.

تبلیغات نامزدها از طریق صدا و سیما ادامه دارد و البته همان طور که از قبل انتظار می رفت مناظر مهمی انتخاباتی نامزدها پیش از هر برنامه دیگری باعث گرمی فضای انتخابات شد.

اگرچه تبلیغات نامزدها از صدا و سیما باعث شده است تبلیغات سنتی از جمله چاپ و توزیع پوستر و بروشور تا حد زیادی به حاشیه برود اما نامزدها در حد امکان از فضای مجازی برای تبلیغات بهره می برند و تبلیغات از طریق سایت ها، وبلاگ ها و شبکه های اجتماعی این روزها رونق فراوانی دارد و بخش عمده ای از خوراک خبری دیگر رسانه ها از جمله روزنامه ها را نیز تامین می کند. استفاده از شبکه های اجتماعی در تبلیغات از دوره قبلی انتخابات ریاست جمهوری مرسوم شد و در این دوره نیز شدت متداول است و نامزدها و هواداران شان حساب و پیجی برای این بخش باز کرده اند. کافی است سری به یکی از شبکه های اجتماعی بزنید تا به اهمیت این ظرفیت تبلیغاتی میان هواداران نامزدها پی ببرید.

البته گستره مخاطبان تبلیغات مجازی نسبت به

گستره تبلیغات نامزدها در صدا و سیما بسیار محدودتر است و این نوع از تبلیغات، اقبال خاصی را به عنوان مخاطب در بر می گیرد.

تبلیغات از فضای مجازی تفاوت دیگری هم با تبلیغات از رسانه ملی دارد و آن اینکه نامزدها بسته به ارتباطش با سایت ها و پایگاه های مجازی مختلف می توانند از امکانات آنها استفاده کنند و بر این اساس، توازن می کنند که در تبلیغات نامزدها در صدا و سیما وجود دارد در فضای مجازی برقرار نیست همین مساله باعث می شود تا برخی نامزدها در فضای مجازی نسبت به دیگر نامزدها موقعیت بالاتری داشته باشند اما کارشناسان معتقدند که نمی توان دست بالای یک نامزد در فضای مجازی را به کل جامعه از تقاداد.

در همین زمینه کاظم انبار لویی، فعال سیاسی و رسانه ای با تاکید بر اینکه برتری یک نامزد در استفاده از فضای مجازی را به هیچ وجه نمی توان به جامعه تعمیم داد معتقد است: در شهرهای کوچک و روستاها که مردم دسترسی زیادی به فضای مجازی ندارند، این میدان اصلا وجود خارجی ندارد و بیشتر در مورد کلان شهرها و شهرهای بزرگ، سایت ها و فضای مجازی می تواند تاثیر گذاری داشته باشد و ی هم چنین در باره نظرسنجی هایی هم که از

سوی سایت ها انجام می شود می گوید: با توجه به اینکه هر ایرانی یک رای دارد، بنابراین شمار زیادی از مردمی که به فضای مجازی دسترسی ندارند در نظرسنجی های اینترنتی حضور ندارند که ما بتوانیم یک داوری درست در باره آنها داشته باشیم.

انبار لویی با تاکید بر اینکه نظرسنجی های اینترنتی واقعی نیست معتقد است: آنچه که در نظرسنجی های با روش های علمی وجود دارد با نظرسنجی های اینترنتی متفاوت است دلیل آن

هم جامعه ای است که به فضای مجازی دسترسی دارد. وی تاکید می کند: فضای مجازی سیر و سلوک خاص خودش را در زمینه انتخابات ریاست جمهوری دارد و نمی توان گفت قدرت فضای مجازی به بقدرت فضای حقیقی که در کوچه ها و خیابان ها و در متن مردم و در ستلاهای انتخاباتی وجود دارد برتری داشته باشد.

■ کدام سایت ها از کدام نامزدها حمایت می کنند

با این حال فضای مجازی با همساز مخاطبانی که دارد این روزها به محلی برای پاسخگویی نامزدها به شایعات در باره خود یا واکنش آنها نسبت به اظهارات رقیبانشان تبدیل شده است و بخصوص

پس از مناظره جمعه گذشته و انتقال نامزدها از مواضع یکدیگر، سایت های مختلف در حمایت از نامزدها مورد نظر خود به تولید محتوا مشغولند تا شایعه هایی را که احتمالا پس از برنامه در مورد آن نامزد ایجاد شده است به نوعی بر طرف کنند.

در این میان برخی سایتها به روشنی از یک نامزد حمایت می کنند اما بعضی در این زمینه صراحت ندارند و فقط از چینش اخبار و تیتروهای که برای اخبار مربوطه به هر یک از نامزدها انتخاب می کنند می توان متوجه شد که آن سایت به کدام یک از نامزدها تمایلی

و نزدیکی بیشتری دارد. از میان نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری به نظر می رسد محمد باقر قالیباف در استفاده از فضای مجازی پیشتر است و سایت هایی که از سال ها قبل از سوی برخی حامیان این نامزد ایجاد شده و به او وابسته هستند این روزها رشدت برای تبلیغ نامزد دموکرات خود فعالیتند. سایت های فرنا، شفاف و فرار و از جمله این سایتها هستند و برخی کارشناسان معتقدند با توجه به نوع و چینش اخباری که از سوی سایت مشرق نیوز منتشر می شود این سایت نیز قالیباف و جلیلی را نسبت به دیگر نامزدها ترجیح می دهد.