

انتخابات و مرجع‌سازی اطلاع‌رسانی

انتخابات مجلس شورای اسلامی در اسفندماه سال ۱۴۰۲ در تاریخ سیاسی ایران اسلامی فصل دیگری را باز خواهد کرد. برای برگزاری مطلوب آن عوامل متعددی باید در انجام وظایف دقت بیشتری داشته باشند. بدون شک رسانه‌های جمعی در این راستا می‌توانند نقش تأثیرگذاری ایفا نمایند.

رسانه‌ها عامل مهمی در مشارکت حداکثری مردم در پای صندوق‌های رأی محسوب می‌شوند. رسانه‌ها در انتخابات، وظیفه مهم و خطیر اطلاع‌رسانی را برعهده دارند. رسانه‌ها با حضور فعال در صحنه و ارائه اطلاعات و آگاهی‌های لازم به مردم کمک می‌کنند تا در انتخاب اصلح و شناخت لازم از نامزدها موفق عمل نمایند.

رسانه‌ها اگر وظیفه اطلاع‌رسانی خود را به‌درستی انجام دهند منبع قابل‌اعتمادی برای مردم خواهند بود. برای یک‌رسانه هیچ‌چیز مهم‌تر و باارزش‌تر از اعتماد مردم نبوده و نخواهد بود.

رسانه‌ها با بسیج همه امکانات در ایام منتهی به برگزاری انتخابات با رویکرد آگاهی‌بخشی، ایجاد نشاط سیاسی و افزایش مشارکت اجتماعی نقش آفرین می‌شوند.

برخی از جریان‌های سیاسی با نزدیک شدن به انتخابات، تلاش می‌کنند که شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های خاص را به‌عنوان مرجع اصلی اطلاع‌رسانی برجسته کنند و نظر مردم را به سوی آن‌ها جلب نمایند.

این‌که رسانه، استقلال‌اش را به خاطر یک جریان به حراج بگذارد و به بلندگوی یک جناح و یا یک فرد تبدیل بشود با روح مطالبه‌گری کاملاً در تضاد است. رسانه‌ای که خود را در صف مردم و مدافع حقوق جامعه تلقی می‌کند چگونه با هواداری تمام‌عیار از یک جریان سیاسی می‌تواند کنار بیاید.

تبدیل شدن به تریبون خاص در برخی از موارد، رسانه را به انتشار اخبار جعلی و گمراه‌کننده مجبور می‌کند و یا دست‌اندرکاران رسانه با تخریب چهره‌ها به برهم زدن فضای ثابت سالم رقابت‌ها اقدام می‌نمایند و یا بساط تبلیغات زود هنگام و قبل‌از‌موعود مقرر قانونی را پهن می‌کنند.

فراهم کردن فضایی مناسب و اطلاع‌رسانی بی‌طرفانه و صادقانه یکی از اصلی‌ترین وظایف رسانه‌ها در رویدادهای مهم جامعه از جمله انتخابات می‌باشد. تبدیل شدن به مرجعی خاص در انتخابات از جمله انتخابات مجلس دور از روح استقلال و حقیقت‌طلبی و بی‌طرفی رسانه محسوب می‌شود.