

رسانه‌ها در صف اول انتخابات

رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی با شکل‌گیری، جهت‌دهی و سوگیری افکار عمومی هر عمل و شیوه رفتاری را با هدف اقناع مخاطبان و تثبیت درک‌ها و تجربیات به مردم القا کرده و با جلب اعتماد عمومی مشارکت حداکثری مردم در پای صندوق‌های رای را تحقق می‌بخشند.

به گزارش ایرنا، انتخابات مظهر مردم سالاری دینی، پشتیبان امنیت ملی و نماد اقتدار سیاسی و اجتماعی کشور است و رسانه نیز در جایگاه رکن چهارم دموکراسی نقش مهمی در افزایش سطح آگاهی، تنویر افکار عمومی، ایجاد شور و شوق انتخابات و تشویق مردم برای مشارکت در انتخابات را دارد.

در ادوار گذشته رسانه‌ها تحکیم پیوندهای اجتماعی را با وحدت و یکپارچگی در عرصه‌های مختلف به ویژه عرصه سیاسی و انتخابات رقم زده و هم‌اکنون نیز نقش موثری در تحولات جوامع، پدیده‌های سیاسی، مطالبه‌گری اجتماعی و مشارکت حداکثری مردم در پای صندوق‌های رای و آگاهی بخشی مردم را بر عهده دارند. از مهم‌ترین نقش و رسالت‌های رسانه‌های جمعی علاوه بر نقش خبری، تفسیری، آموزشی و تفریحی، تبیین و روشن‌گری در بین افراد جامعه است که باید در کنار دیگر مولفه‌ها در ایام انتخابات پررنگ‌تر شود تا مردم نامزدهای مورد نظر خود را با کسب اطلاعات لازم از رسانه‌ها به صورت صحیح و درست انتخاب کنند.

رسانه‌های استان اردبیل در آستانه دوازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی و ششمین دوره خبرگان رهبری کم و بیش فعالیت‌های انتخاباتی خود را شروع کرده‌اند و در تلاش برای گرم کردن تدریجی و ایجاد شور و شوق فضای انتخاباتی به طرق مختلف هستند.

در عین حال برخی از فعالان رسانه‌ای استان اردبیل، نقش رسانه‌ها بر بسیج افکار عمومی در انتخابات را بی‌بدیل دانسته و بر رعایت اصل بی‌طرفی، اخلاق حرفه‌ای، پرهیز از اخبار جعلی و نادرست و معرفی افراد کارآمد و توانمند به مردم در انتخابات تاکید می‌کنند.

نقش پررنگ رسانه‌های پر مخاطب در بالابردن مشارکت مردم

محمد نادری، روزنامه‌نگار و فعال رسانه‌ای استان اردبیل در گفت و گو با خبرنگار [ایرنا](#) با بیان اینکه در مقطع فعلی مردم بیشترین تاثیرپذیری را از رسانه‌های پر مخاطب دارند، گفت: ستادهای فیزیکی انتخابات به دلیل بالا بودن هزینه‌های جاری نمی‌توانند به اندازه

صفحات مجازی در شلوغ کردن انتخابات تاثیرگذار باشند.

وی افزود: البته ایجاد شور و شوق انتخاباتی دارای شرایط خاصی است که معمولا نامزدها به آن توجهی ندارند، تبلیغات سیاسی به ویژه تبلیغات در فضای رسانه‌ای فنون و رموزی دارد که می‌تواند در صورت عدم رعایت به ضدتبلیغ تبدیل شده و تاثیر معکوس داشته باشد.

نادری اظهار کرد: با توجه به اینکه تبلیغات رسانه‌ای به راحتی می‌تواند ضریب بگیرد و در صورت تولید محتوای فنی به سرعت منتشر شود، بنابراین در صورت رعایت شروط لازم می‌تواند در افزایش مشارکت مردمی نقش موثری ایفا کند.

وی با بیان اینکه کارکرد برخی رسانه‌های رسمی به دلایل مختلف متأسفانه تا حدودی کمرنگ شده است، افزود: مردم عموماً برای دریافت اطلاعات مختلف سراغ این رسانه‌ها نمی‌روند یا اگر در معرض پیام‌های رسانه‌های رسمی قرار گرفتند با پذیرش توأم با ابهام از سوی مخاطب مواجه می‌شوند.

نادری اظهار کرد: از طرفی این فقدان مرجعیت، میدان را برای فیک نیوزها و تحلیل‌های سفارشی باز می‌کند و اینجاست که ممکن است مخاطب با چالش‌های شناختی مواجه شود.

اعتماد عمومی نسبت به شبکه‌های اجتماعی خدشه‌دار شده است

نادری با بیان اینکه رسانه‌های اجتماعی تا مقطع فعلی کمکی به افزایش میزان اعتماد مردم در شناخت نامزدها نداشته‌اند، افزود: باید قبول کرد که اعتماد عمومی نسبت به اخبار و تحلیل رسانه‌ها به ویژه شبکه‌های اجتماعی دچار خدشه شده است.

وی افزود: شبکه‌های اجتماعی در تبلیغات سیاسی نقش یک شمشیر دولبه را ایفا می‌کنند، هم برای نامزدها و هم برای افکار عمومی. مثلاً درباره نامزدها کافی است یک شعار یا موضع‌گیری با درصد خطای بالا توسط یک نامزد تولید و منتشر شود، همین شعار و خطای محتوایی بر اساس "نظریه شلیک" می‌تواند پایان کار آن نامزد را رقم بزند کما اینکه در این مدت شاهد برخی خطاهای فاحش از سوی آنها بوده‌ایم.

نادری ادامه داد: رسانه‌ای در افزایش مشارکت مردم در انتخابات موفق است که مطابق رسالت اصلی خویش با رعایت مصالح عمومی گزینه‌های شاخص و کارآمد را در اختیار مردم قرار دهند تا مردم در

بین آنها اصلح‌ترین را انتخاب کنند.

تنوع نامزدها با هر گرایش سیاسی منجر به افزایش مشارکت می‌شود

وی با بیان اینکه در کنار رسانه‌ها، تنوع نامزدها با هر گرایش سیاسی منجر به افزایش مشارکت می‌شود، افزود: هرچه تنوع دیدگاه‌ها و نامزدها از طیف‌های مختلف سیاسی پررنگ‌تر شود امکان افزایش مشارکت نیز به همان نسبت بالاتر می‌رود.

این فعال رسانه‌ای معتقد است افزایش میزان مشارکت زمانی اتفاق می‌افتد که یک وفاق همگانی و خیزش عمومی اتفاق بیفتد تا منجر به شلوغی ستادهای انتخاباتی و نهایتاً افزایش ملموس مشارکت مردمی شود.

نادری بیان کرد: البته که نخبگان و اهالی رسانه می‌توانند نقش بسزایی در تحقق این مشارکت داشته باشند به شرطی که خودشان به این نقطه برسند که باید مردم را تشویق به حضور در عرصه مشارکت انتخاباتی بکنند.

وی ادامه داد: میزان مشارکت تابعی از وضعیت کلی حاکم بر فضای عمومی جامعه است، فضای عمومی هم معمولاً متأثر از معدل اتفاقات منتهی به نزدیک‌ترین زمان به برگزاری انتخابات است.

برخی رسانه‌ها اصل بی‌طرفی را در انتخابات رعایت نمی‌کنند

سجاد ناصر آزاد، مدیر مسئول نشریه آسمان اردبیل نیز در این باره با اشاره به نقش رسانه‌ها در افزایش مشارکت مردم در انتخابات گفت: رعایت اصل بی‌طرفی یکی از کارکردهای اصلی رسانه‌ها در انعکاس اخبار و رویدادهای جامعه است و هر رسانه در فضای انتخاباتی بدون حب و بغض، صادقانه و دقیق، اخبار را در اختیار افکار عمومی قرار دهد بیشتر مورد توجه قرار گرفته و از اعتبار و اعتماد خاصی در بین مخاطبان خود برخوردار خواهد بود.

وی افزود: اگر رسانه‌ها بر اساس رسالت واقعی خود اخبار را به درستی و بدون کم و کاستی منتشر کنند و از ارائه اطلاعات نادرست و تخریب نامزدهای دیگر خودداری کنند و همچنین به حقوق همه نامزدها احترام بگذارند، اعتماد مردم نسبت به آنها افزایش یافته و قطعاً بر افزایش مشارکت مردم هم تاثیر بسزایی خواهند داشت.

ناصر آزاد ادامه داد: بی‌اعتمادی مردم نسبت به رسانه‌ها ناشی از

کنشگری‌های غیر واقعی و به دور از مطالبه‌گری‌های بحق مردم است ، رسانه‌هایی را در همین استان خودمان دیدیم که با تیترها و محتوای اغوا کننده به نفع یا علیه یک نامزد یا جریان‌ی فعالیت می‌کنند و به راحتی اعتماد مردم را از دست می‌دهند.

تاثیر رسانه‌ها بر مشارکت در انتخابات به شرط اعتمادسازی

وی اظهار کرد: اگر رسانه‌ها با بیان نقطه نظرهای مختلف و بدون جانبداری، نامزدهای انتخاباتی را به صورت شفاف و علنی معرفی کنند و اطلاعات کاملی را درباره آنها ارائه دهند، اعتماد مردم نسبت به آنها افزایش یافته و تاثیر قابل‌توجهی را در فرآیند انتخابات و نتیجه آن خواهد گذاشت.

ناصر آزاد بیان کرد: بدون‌شک در سایه یک فضای سیاسی شفاف و عدالت محور است که مردم، نخبگان و فعالان سیاسی و رسانه‌ای به صورت گسترده وارد انواع کارزارهای ملی شده و در نهایت بر اعتبار، اقتدار و عزت ایران و ایرانی می‌افزایند.

وی افزود: اگر بخواهیم وارد بحث شویم باید بگوییم فضای سیاسی جامعه ما امروزه به خصوص پس از حوادث سال گذشته، تغییرات چشمگیری داشته و بسیار تاثیرپذیر از رسانه‌ها شده و بهتر است بگوییم مردم به شدت رسانه‌ای شدند.

وی گفت: تحت تاثیر این فضا است که می‌بینیم اغلب افراد در مواجهه با رویدادها، بدون اینکه توانایی تحلیل از خود داشته باشند صرفاً راوی عقاید و نظرهای دیگران میشوند و این انفعال، آفت بزرگی برای جامعه است.

مدیر مسئول نشریه آسمان اردبیل ادامه داد: مسلط شدن به سواد رسانه اینجا به ما کمک خواهد کرد که در مواجهه با اخبار و رویدادها تحلیل درستی از وقایع داشته باشیم و خود را در معرض تاکتیک‌های اغوا کننده انواع رسانه‌ها قرار ندهیم.

وی ادامه داد: رسانه‌ها برای رسیدن به آینده‌ای درخشان باید با بررسی نقاط ضعف و قوت رویکردهای گذشته را مورد مذاقه قرار داده و از آن تجربه‌ها برای پیشرفت امور بهره بگیرد.

ناصر آزاد گفت: امیدواریم این دوره از انتخابات با مشارکت گسترده و انتخاب‌های شایسته زمینه پیشرفت و آبادانی میهن عزیزمان و رفاه

و آرامش ملت بزرگ ایران را فراهم کند.

رسانه‌ها هنوز نتوانسته‌اند شور شوق انتخاباتی ایجاد کنند

تیمور حسین نژاد، مدیر مسئول نشریه شمالغرب هم در این باره به خبرنگار ایرنا گفت: با توجه به اینکه کمتر از ۲ ماه به برگزاری انتخابات دوازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی باقی مانده تاکنون شور و شوق انتخاباتی چندانی مشاهده نمی‌شود و با این وضعیت نقش نخبگان جامعه، فعالان سیاسی و مدنی نمی‌تواند در جذب حداکثری و افزایش مشارکت نمود داشته باشد.

حسین نژاد با بیان اینکه مطبوعات به عنوان رکن چهارم دموکراسی از بدو تولد تاکنون در توسعه و تحولات سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی نقش داشته است، افزود: رسانه‌ها به عنوان یک ابزار آگاهی‌دهی برای مردم مورد وثوق قرار گرفته‌اند و در شرایط کنونی به لحاظ پیشرفت تکنولوژی و توسعه شبکه‌های اجتماعی و دسترسی آسان به آن شبکه‌ها اکثر مردم اطلاعات خود را از این شبکه‌ها کسب می‌کنند.

برخی از کاربران فضای مجازی موجب سردرگمی مردم می‌شوند

وی ادامه داد: رسانه‌های رسمی به سمت تحلیل و تولید محتوا سوق داده شده و شبکه‌های اجتماعی هم بیشتر در نقش پخش اخبار تولید شده کارکرد دارند اما گاهی افراد فاقد سواد رسانه‌ای به عنوان کاربران فضای مجازی با تولید اخبار کذب موجب سردرگمی مردم می‌شوند.

حسین نژاد بیان کرد: این کار سبب شده که اعتماد عمومی نسبت به محتوای رسانه‌ها از بین برود و در این دوره از انتخابات بیشتر محتوای تولید شده در راستای منفعت شخصی و گروهی است و تاکنون نتوانسته‌اند چندان برای افزایش مشارکت نقش ایفا کنند هرچند که تنها گروه فعال انتخاباتی رسانه‌ها هستند.

رسانه‌ها تبلیغات نادرست نامزدها را افشاگری کنند

مدیر مسئول نشریه شمالغرب اقناع مخاطبان را از کارکردهای اصلی رسانه‌ها دانست و گفت: برخی نامزدها با پول‌پاشی و ارائه عملکرد و رزومه نادرست، افکار عمومی را فریب می‌دهند که متأسفانه برخی از رسانه‌ها به سبب وابستگی مالی، از افشای چنین اقدامات نامزدها امتناع می‌ورزند.

حسین نژاد بیان کرد: برخی رسانه‌ها در انعکاس اخبار با افراد

موجسوار همکاری می‌کنند اما باز تنها ابزار آگاهی دهی انتخاباتی و ترغیب و تشویق کننده مردم به سمت برخی واقعیات همان رسانه‌ها بوده و حرف شنوی مردم از رسانه‌ها و تحلیل‌های درست بیش از سایر ابزار تبلیغاتی است.

برخی نامزدها شبکه‌های اجتماعی را تطمیع می‌کنند

مدیر مسئول نشریه شمالغرب با بیان اینکه برخی نامزدها شبکه‌های اجتماعی را تطمیع می‌کنند، افزود: بیشک همه نامزدها در هر گرایش سیاسی صرفاً دنبال منافع شخصی بوده و برای موفقیت خود نیز در تلاش هستند تا شبکه‌های اجتماعی را تطمیع کنند.

وی افزود: رسانه‌های رسمی صرفاً در تولید محتوا متمرکز شده‌اند و نامزدهای انتخاباتی و حتی مسوولان ذیربط به خاطر دیده شدن و انعکاس اخبار غیرواقعی از خود در شبکه‌های اجتماعی رغبت چندانی در همکاری با رسانه‌های رسمی نشان نمی‌دهند.

حسین نژاد ادامه داد: شبکه‌های اجتماعی صرفاً به معرفی افراد و برجسته کردن داوطلبانی که از آب گل‌آلود ماهی می‌گیرند و در پول‌پاشی و ارائه کارکرد سفارشی فعال هستند می‌پردازند، چنین تبلیغاتی به خاطر وجود برخی اخبار نادرست نمی‌تواند در انتخاب افراد اصلح کمک کند، گرچه در شرایط کنونی و کم‌کاری رسانه ملی و رسانه‌های مکتوب بیشتر گرایش‌ها به سمت شبکه‌های اجتماعی معطوف است.

استان اردبیل دارای پنج حوزه انتخاباتی اردبیل، نیر، سرعین و نمین، خلخال و کوثر، پارس‌آباد، بيله‌سوار و اصلاندوز، مشگین‌شهر و گرمی مغان بوده و هفت نماینده در مجلس شورای اسلامی دارد.

انتخابات دوازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی روز جمعه ۱۱ اسفند همزمان با انتخابات ششمین دوره مجلس خبرگان رهبری برگزار خواهد شد.