

تبلیغ یا فریب؛ حرکت تبلیغاتی اشتباه اکتیویژن در توییتر جریان ساز شد - دیجیاتو

شایان ضیایی | دوشنبه، ۲۰ مهر ۱۳۹۴

10 صبح روز 29 سپتامبر سال جاری میلادی، خبری از سوی Current Events Aggregate (یا به اختصار Agg.) در شبکه ی اجتماعی توییتر منتشر شد که حکایت از یک انفجار و زنجیره ای از اتفاقات ناگوار در کشور سنگاپور می داد.

این اولین خبری بود که از واقعه ی مذکور منتشر می شد و بعد، با آپدیت های بیش تر، اخبار بیش تری درباره ی آن اعلام شد. به نظر می رسید که خبرگزاری مورد نظر، اطلاعاتی اختصاصی درباره ی ماجرا دارد.

اما مسئله اینجا بود که این خبر حقیقت نداشت. هیچ اتفاق غیرمعمولی در سنگاپور رخ نداده بود و همه چیز عادی بود. هیچ محیط قرنطینه شده ای در سنگاپور به وجود نیامده بود و گروه های نظامی، کاری نکرده بودند. در سنگاپور هیچ گونه حکومت نظامی به راه نیفتاده بود.

Current Events Agg. تا پیش از این هیچ خبری در توییتر منتشر نکرده و توییت مذکور، اولین خبر آن ها بود که در واقع، به سری بازی کال آو دیوتی ارتباط داشت. برخی از کاربران توییتر با کمی دقت پی بردند که داستان انفجار در سنگاپور، توسط سازندگان بازی کال آو دیوتی منتشر شده است؛ چرا که آن ها نام اکانت و بیوگرافی خود را با اهداف تبلیغاتی تغییر داده بودند و کل ماجرا، تنها به یکی از وقایع داستان بازی Black Ops 3 ارتباط داشت.

اما بحثی که باقی می ماند این است که چرا حرکت تبلیغاتی اکتیویژن اشتباه بوده و چرا نباید بازی سازان دست به چنین حرکاتی بزنند؟

در ادامه با [دیجیاتو](#) همراه باشید.



پلتفرم توییتر به یکی از فعال ترین شبکه های اجتماعی برای انتقال یا تولید خبر تبدیل شده. از این شبکه برای ارسال خبرهای مهم جهان و صحبت و تبادل نظر درباره ی آن ها استفاده می شود. خبرهایی که به گوش مخاطبان حاضر در سراسر جهان خواهند رسید.

سازندگان با هدف آن که توجه ها را به سمت بازی Call of Duty: Black Ops 3 جلب کنند، که

مطمئناً بدون نیاز به چنین خبرهای تقلبی و مسخره ای چندین میلیون نسخه خواهد فروخت، دست به چنین کاری زده اند. آن ها خبری تخیلی را در شبکه ی اجتماعی توییتر قرار داده اند تا نیازهای تبلیغاتی بازی را برطرف کنند. بسیاری از کاربران توییتر بعد از آن که پی بردند این کار با هدف تبلیغاتی انجام شده بسیار متعجب و وحشت زده شدند.

برخی از کاربران توییتر نوشتند:

▪ خب، پس صفحه ی @CallofDuty به دو میلیون مشترک رسیده است و حالا شروع کرده به انتشار اخبار نادرست که ممکن است افراد نا آگاه را نگران کند. وحشتناک است.

Tauriq Moosa -

▪ این حيله ی @CallofDuty خیلی بد است. خیلی غیر مسئولانه است.

Mark Lawson

▪ این عمل کابوسی برای شبکه های اجتماعی به حساب می آید. هرکسی که دو هفته در اینترنت گذرانده باشد می داند که چقدر این حرکت احمقانه بوده است.

LavenderTownMarowak

مخاطبان چنین عملی چه کسانی بودند؟ با توجه به این که در چند وقت اخیر هیچ خبری از محتویات جدید بازی منتشر نشده است و سازندگان در صدر اخبار نبوده اند، دست به ساخت خبری فوری و جعلی زده اند تا توجه مخاطبین بیش تری را به عنوان خود جلب کنند. امروزه خبرها و کلا محتویاتی که در توییتر قرار می گیرند، پیش از هر چیز، نیازمند بازبینی هستند تا از مقاصد آن باخبر شویم.

با توجه به این که خبر انفجار در سنگاپور کاملاً ساختگی بود و مطمئناً برای افرادی که به این سری بازی علاقه داشته اند و صفحه ی آن را دنبال کرده اند فرستاده شده، توییت تنها زمانی می توانست به عنوان خبر فوری شناخته شود که مخاطبان از ماهیت آن با خبر می بودند.

در غیر این صورت، این امکان وجود دارد که تعداد ری توییت های محتوای ارسالی به حدی برسد که افرادی را که بستگانشان در سنگاپور هستند را نگران کند. بدون اطلاع از این مسئله که خبر جعلی است، داستان ساخته شده می توانست باعث انتقال اطلاعات نادرست به افرادی که خانواده هایشان در سنگاپور هستند شود و آن ها را نگران سازد.

با توجه به پاسخ های فرستاده شده از سوی مخاطبان، می توان به این نتیجه گیری رسید که اکثریت مردم، تغییر ماهیت اکانت را سرکوب کرده اند و از آن راضی نیستند. در این حالت، چیزی که قرار بود به عنوان تبلیغ مورد استفاده قرار گیرد، به تولید کننده ی آن آسیب زد. سو استفاده از احساسات مردم هنگام انتشار اخبار فوری و سر کار گذاشتن آن ها با اطلاعات غلط، کاری نیست که بتوان در مقام دفاع اش برآمد.

به عنوان کسی که کوچک ترین اطلاعی از داستان بازی کال آو دیوتی ندارد، نمی توانم بگویم که فریب Current Events Agg. سبب شده که اطلاعات بیش تری درباره ی داستان بازی کسب کنم

یا نسبت به آن علاقه مند شوم. در عوض، این حرکت به عنوان یک شکست تحقیرآمیز در امر تبلیغات و بازاریابی به حساب می آید. تلاشی ناموفق برای جلب توجه مخاطبان؛ آن هم زمانی که بسیاری از نقاط جهان، درگیر فعالیت های نظامی واقعی هستند. در حالی که این مطلب نوشته می شود و شما آن را می خوانید، به نظر نمی رسد که وجهه ی بازی Black Ops 3 چندان از بین رفته باشد.

در واقع این مسئله، به همان افسانه ی قدیمی که می گوید «چیزی به نام تبلیغات منفی وجود ندارد» اشاره می کند. چرا که به هر شکل، اکتیویژن توانسته خود را به صدر اخبار بازگرداند. و این لزوماً برای آن ها چیز بدی نیست.

بعد از این اتفاق، اکانت مورد نظر بار دیگر به حالت قبلی خود بازگشت و به فعالیت های رایج و مرسوم خود می پردازد. آن ها حتی توییتی جدید ارسال کردند تا مسئله ی به وجود آمده را رفع کنند. در این توییت نوشته شده:

استفاده از یک کشور غیر خیالی به عنوان تبلیغ برای یک داستان تخیلی که در آینده به وقوع می پیوندد، از مرزهای هرگونه منطق عبور می کند. این کار ایده ی بدی بود و نباید هیچ وقت به وقوع می پیوست.

[دیجیاتو](#)