

نقش رسانه های اجتماعی در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ آمریکا - دیجیاتو

حمید مقدسی | دوشنبه، ۱۷ آبان ۱۳۹۵

در سال میلادی جاری و طی انتخابات ریاست جمهوری 2016 ایالات متحده، شبکه های اجتماعی نقشی محوری را در معرفی کمپین ها و نامزدها به رأی دهندگان ایفا کرده اند. درجه نفوذ این رسانه ها در انتخابات به حدی رسیده که حتی ویکی پدیا نیز صفحه ای اختصاصی را به بررسی نقش این رسانه بر انتخابات اختصاص داده.

اوایل سال جاری، تحقیقی روی بزرگسالان آمریکایی صورت گرفت که نشان داد 44 درصد از آنها از طریق رسانه های اجتماعی با انتخابات آشنا شده اند. یعنی تقریباً نیمی از افراد واجد شرایط برای آگاهی از بزرگ ترین انتخابات کشورشان، به شبکه های اجتماعی رجوع کرده اند.

با در نظر گرفتن این نکته، به راحتی می توان گفت که انتخابات 2016 اولین انتخابات واقعی مبتنی بر شبکه های اجتماعی به شمار می رود.



آمار و ارقام نشان می دهند فیسبوک در حال حاضر بیش از 1.7 میلیارد کاربر فعال ماهیانه دارد که در مقایسه با انتخابات قبلی در سال 2012 بیش از 60 درصد رشد داشته. پایگاه کاربری توئیتر نیز نسبت به انتخابات پیشین بیش از 185 میلیون نفر بیشتر شده و کاربران فعال آن در ماه به بیش از 385 میلیون نفر می رسد.

این رشد بی سابقه در رسانه های مورد بحث، باعث شده که حضور نامزدها در آنها نیز به امری اجتناب ناپذیر و ضروری بدل گردد. در واقع آنها بدون صرف هزینه و نیروی اضافه، می توانند پیام های کمپین تبلیغاتی خود را به بخش عظیمی از جمعیت بزرگسال ایالات متحده آمریکا ارائه کنند، و همان طور که می بینیم چه کلینتون و چه ترامپ، تقریباً هر روز چندین پیام را به سمع و نظر طرفدارانشان می رسانند.



در همین رابطه شرکت های آماری اعلام کردند مردم آمریکا در مجموع بیش از 1284 سال زمان صرف خواندن محتوای شبکه های اجتماعی داند ترامپ نموده اند، در حالی که کسب همین مقدار توجه از طریق تبلیغات تجاری هزینه ای بالغ بر 380 میلیون دلار خواهد داشت.

در مقابل، استفاده هیلاری کلینتون از خدمات رایگان شبکه های اجتماعی معادل با رقمی 100 میلیون دلاری است، که نشان می دهد رقیبش در این زمینه عملکرد بسیار بهتری داشته.

گزارشات اخیر نیز نشان می دهند یکی از مواردی که دانلد ترامپ را در رقابت با کلینتون نگه داشته، استفاده فوق العاده از فیسبوک و علی الخصوص ارائه محتوای ویدیویی است:



در همین رابطه، وال استریت ژورنال نیز صفحه ای اختصاصی را برای انتشار آمار زنده فعالیت توئیتری کلینتون و ترامپ ساخته که آمار و ارقام مربوط به این دو نامزد و محبوب ترین پیام هایشان را نشان می دهد:



موضوع دیگری که باید بدان توجه کرد، نقش پلتفرم شبکه های اجتماعی در ترغیب کاربران برای ثبت نام و شرکت در انتخابات است. فیسبوک از تاریخ 28 اکتبر (هفتم آبان) کمپینی را برای ثبت نام کاربران در سرتاسر آمریکا آغاز کرده تا آگاهی و مشارکت در انتخابات را افزایش دهد.

به هر تقدیر، این طور به نظر می رسد که شبکه های اجتماعی نقش بزرگی را در خوراندن اهداف سیاسی به آحاد جامعه ایفا می کنند. به راحتی می توان پیش بینی کرد که این نقش در آینده ای نزدیک بسیار پررنگ تر خواهد شد، و اعلام نتایج رسمی انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده طی روزهای آتی، می تواند مهر تأییدی بر این فرضیات بزند.

[دیجیاتو](#)