

# تأثیر صدا و سیما در جریان انتخابات

صدا و سیما به عنوان بزرگترین و پرنفوذترین رسانه جمعی کشور، نقش عظیمی در شکل دهی به افکار عمومی دارد. تغییر و تحولات دو دهه اخیر در گرایش‌ها و آگاهی‌ها و رفتارهای مردم در ایران و به ویژه در نسل جوان عمیقاً متأثر از صدا و سیما است. نمونه بارز این تأثیر، انتخابات اخیر ریاست جمهوری است. نظرسنجی‌ها درباره تأثیر صدا و سیما نشان دهنده آن است که نقش صدا و سیما در مقایسه با سایر وسایل شکل دهنده افکار عمومی از قبیل مطبوعات و آشنایان و ارتباطات چهره به چهره، تأثیر بیشتری دارد. به گونه‌ای که بیش از دو سوم افراد در تهران از طریق صدا و سیما با نامزدهای انتخابات آشنا شده‌اند و این میزان در سایر وسایل ارتباطی بسیار کمتر از این است.

این نگاه مثبت به رسانه تازه نیست و تأثیر مستقیم رسانه در فرایند تصمیم‌سازی در افکار عمومی در سالهای اخیر مشهود است و نگاه دقیق‌تر به پیام‌های رسانه و تحلیل محتوای کیفی و عمیق آنها می‌تواند همبستگی مثبت میان پیام رسانه - نه فقط برنامه‌های سیاسی - و رفتار عامه را نشان دهد. در هر حال انتخابات اخیر یک بار دیگر بر مسئولیت سنگین برنامه‌سازان و مدیران سازمان تأکید می‌کند. در شماره حاضر برای بررسی بیشتر این مسأله و نیز مقایسه آن با سایر کشورها مقاله‌ای درباره نگاه منفی نسبت به تبلیغات انتخابات ریاست جمهوری در رسانه‌های آمریکا آمده است و یک مصاحبه نیز درباره تبلیغات نامزدهای انتخاباتی با دکتر حسینی قائم مقام شبکه سراسری رادیو انجام شده است که امید است مفید فایده واقع شود.

سر دبیر