

عنوان مقاله:

چالش مولود رسانه های نوین ارتباط جمعی در ایران انتخاب خودگزین "عدم مشارکت"

محل انتشار:

فصلنامه روزنامه نگاری الکترونیک، دوره 4، شماره 4 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

نسرین وزیری - دانشجوی دکتری ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

افزایش اقبال عمومی به شبکه های اجتماعی به ویژه شبکه های موبایلی همزمان با نارضایتی مخاطبین رسانه های جمعی همچون صداوسیما، به دلیل تفاوت نگاه این دو نوع رسانه به مخاطب است. رسانه های جمعی عموماً مخاطب را منفعل دانسته و پیامی واحد را به توده مخاطبین ارسال می کنند و تصور تاثیر تزریقی در ذهن آنان را دارند. اما در شبکه های اجتماعی، نه تنها مخاطبین فعال و پویا هستند، که در جریان ارتباطات خودگزین، هم تولید کننده محتوا هستند و هم مصرف کننده آن. مخاطبین این شبکه ها از میان انبوه پیام های رسانه های مختلف، خوانش مختص خود را خواهند داشت و آن را به اشتراک می گذارند. ارتباطات و انتخاب خودگزین در فرایندهای سیاسی همچون انتخابات لزوماً مطابق آنچه که از سوی رسانه ملی منتشر می شود، نیست. از سوی دیگر شبکه های اجتماعی موبایلی هم کارکردی شبیه به حوزه عمومی می توانند بیابند و کاربران به واسطه بحث و فعالیت در آن، به مشارکت سیاسی فعالانه و حضور در انتخابات روی می آورند و هم می توانند کاربران را به جماعتی بیرون ایستاده از نظم رسانه های رسمی و یا «کناره گیران از حوزه عمومی» بدل کنند.

کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی، مخاطب، ارتباطات خودگزین، مشارکت سیاسی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1142206>

