



تبلیغات اینترنتی

همچنان که طرفداران کاندیداها خیابان‌ها را شلوغ کرده بودند، در خیابان‌های فضای مجازی هم حساسی غوغا بود / عکس: جواد مقیمی

موج نوی تبلیغات انتخاباتی بیشتر از همه مدیون اینترنت است

وعده‌ها: پای چت!

زهره شکیب مهر

تا قبل از این عادت کرده بودیم که تبلیغ یعنی کاغذ یواری کردن شهر با پوستری نامزدهای انتخاباتی و در خلاقانه‌ترین حالت هادر دوره قبل ژست‌های مختلف مد شد. اما این روزها دیگر فضای مجازی حرف اول را می‌زند و بازار تبلیغات اینترنتی حساسی داغ شده. ملت قبل از هر چیز روزی صد بار ای میل، فیس بوک، وبلاگ و سایت‌ها را چک می‌کنند تا نکند خدای نکرده از اخبار عقب بمانند. در کنار کمبود اطلاعات رسمی و خطر مز‌های یاد و پیچیده و فضای غیر شفاف اطلاع‌رسانی رسمی، خیلی‌ها به سمت فضای اینترنتی کشیده شدند تا از دریای اطلاعات ریز و درشت و البته صریح‌و‌بوی پرده آن استفاده کنند. اگر چه هیچ کدام از این اطلاعات قابل استناد نبود اما در دسترس بودن هر گونه اطلاعات در باره هر چیزی و راحتی دسترسی به آن، اینترنت راب یک گزینۀ جذاب برای دریافت خبر هانبدیل کرد. اینها اصلی‌ترین منابع خبری در اینترنت بودند که موج اصلی تبلیغات رابه عهده داشتند.

از فیلم مناظره‌ها یا مستندهای کاندیداها را هم بعد از پخش به فاصله کمی می‌توانستید در یوتیوب ببینید. یوتیوب متعلق به گوگل است و سایتی برای اشتراک فیلم‌هاست. با این فیلم‌های حداکثر ۱۰ دقیقه‌ای همه جهان دیدند که در روزهای داغ انتخاباتی در ایران چه گذشت.

فیس بوک

تب فیس بوک بین ایرانی‌ها فقط چند هفته قبل از انتخابات شروع شده بود. ملت یکی پس از دیگری عضو می‌شدند و برای دوستانشان دعوتنامه عضویت می‌فرستادند. در صفحه خودشان نوشته‌ها، موسیقی، فیلم یا هر چیزی را که دوست داشتند، با دوستانشان به اشتراک می‌گذاشتند. گروه‌های طرفدار شخصی یا موضوع خاصی تشکیل می‌دادند و برای خودشان عضو جمع می‌کردند. هر چه روز رای گیری نزدیک‌تر می‌شد، تبلیغ طرفداران هم بیشتر می‌شد. جو کلی انتخابات با تمام اتفاقات ریز و درشت‌اش کاملاً در فیس بوک انعکاس داشت. عضویت در گروه‌های حمایت از نامزدهای مختلف، به اشتراک گذاشتن مطالب طنز و کاریکاتورها، مطالب جدی و دلایل طرفداری از یک نامزد و مخالفت با نامزد دیگر، همه از موضوعات نوشته‌های اعضای فیس بوک در انتخابات بود.

دانلود

بازار دانلود در فضای انتخابات هم تقریباً گرم بود. چند نرم افزار مثل ارسال انبوه پیامک طرفدارانی پیدا کرد. برنامه به این صورت بود که می‌توانستید نسخه رایگان این برنامه را دانلود کنید یا آن را از شرکت‌های مربوطه تهیه کنید. با این برنامه می‌توانستید به اندازه بودجه‌تان به بی‌نهایت شماره، پیامک تبلیغاتی بفرستید. خیلی از فیلم‌های سخنرانی‌های کاندیداها، برنامه‌های طرفدارانشان، کلیپ‌های تبلیغاتی و موسیقی‌شان و برنامه‌ها و آمارهای نامزدها هم قابل دانلود کردن بودند. نرم افزارهایی هم برای موبایل طراحی شده بودند که با دانلود آنها می‌توانستید زمان پخش برنامه‌های کاندیداها را روی موبایل تان داشته باشید.

مدار کی در رد یا تایید حرف‌هایش منتشر می‌شد؛ اسناد حرف‌هایی که هر کس ممکن بود سال‌ها پیش زده باشد و حتی یادش هم نیاید، با مرجع و منبع دقیقش برای تعداد زیادی از کاربران فرستاده می‌شد؛ بعد نوبت طرف مقابل بود که از بازی عقب نماند و چیز جدیدی رو کند.

یوتیوب

فرقی نمی‌کرد، در تجمعات خیابانی یا برنامه‌های سازمان‌دهی شده حامیان نامزدها، هر طرف را که نگاه می‌کردید یک نفر با موبایل فیلم برداری می‌کرد. فیلم برداری با موبایل که دیگر برای همه عادی شده، این دفعه ملت دیدند موبایل جواب نمی‌دهد و با دوربین فیلم برداری خانگی شان وارد صحنه شدند تا کیفیت فیلم‌ها بالا برود. عده زیادی هم پایشان که به خانه می‌رسید این فیلم‌ها را در یوتیوب می‌گذاشتند. قسمت‌هایی

ای میل
باکس‌های پست‌های الکترونیکی پر بود از ای میل‌های تبلیغاتی. این ای میل‌ها بیشتر از هر چیز جنبه اطلاع‌رسانی داشتند و آخرین اخبار را برای مخاطبان شناخته و ناشناخته‌شان می‌فرستادند؛ از نامه‌هایی که حامیان کاندیداها نوشته بودند، بگیرید تا زندگینامه‌های نامزدها و کارنامه‌های کاری‌شان. بعضی‌ها که از قبل انتخابات فعالیتشان را شروع کرده بودند از همان روزهای اول در سایت‌هایشان عضو پذیرفتند و تقریباً هر روز برنامه‌هایشان را برای مشترکانشان میل کردند. آدرس ستاد‌هایشان را می‌دادند و هوادار جمع می‌کردند یا برای هوادارانشان دعوتنامه برنامه‌هایشان را می‌فرستادند. گاهی هم که یک نامزد یا تیمش در سخنرانی‌ها حرفی می‌زدند که به مذاق بعضی‌ها خوش نمی‌آمد یا بعضی‌ها را خیلی سر ذوق می‌آورد، چند ساعت نمی‌گذشت که اسناد و



عکس: جواد مقیمی



عکس: علی رفیعی



عکس: مهر

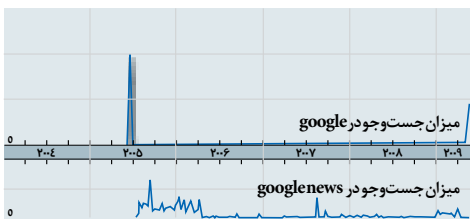
آمار جست‌وجوهای اینترنتی، نتایج جالبی دارد

بگرد تا بگردد

منصوره مصطفی‌زاده

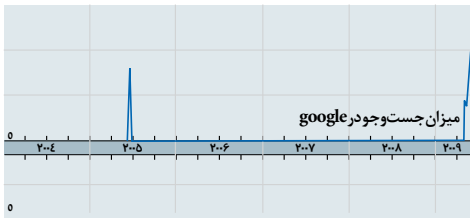
اولین قدم برای وارد شدن به دنیای اخبار انتخابات برای خیلی‌ها جست‌وجوی عبارات مربوط به آن است. گوگل به عنوان عمومی‌ترین موتور جست‌وجوی فارسی، اطلاعات خوبی در این باره دارد. اگر چه نمی‌شود تعداد دقیق سایت‌ها یا مراجع به سایت‌ها را تخمین زد اما تعداد دفعات جست‌وجو، تعداد نتایج و اولین نتایج حاصل از جست‌وجوی هر کلمه را می‌شود از طریق Google Trends فهمید.

(نمودار پایینی، نشان دهنده حضور عبارت در اخبار است) در این دوره هم نسبت به بقیه کاندیداها خیلی کمتر جست‌وجو شده که احتمالاً به خاطر این است که بعد از ۴ سال دیگر چیز مجهولی برای جست‌وجو درباره احمدی‌نژاد وجود ندارد.



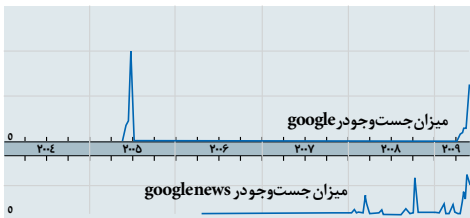
محسن رضایی

جست‌وجوی اسم محسن رضایی ۷۶۲ هزار نتیجه دارد که مهم‌ترینش وب‌سایت شخصی اوست. بعد از آن هم صفحه ویکی‌پدیا و سپس سایت حامیانش است. جست‌وجوی اسم محسن رضایی یک بار در دوره قبل به صورت ناگهانی زیاد شده و بعد متوقف شده تا دوباره در این دوره. تعداد دفعات جست‌وجوی اسم محسن رضایی از موسوی و کروبی کمتر است.



مهدی کروبی

نتایج جست‌وجوی کروبی هم تقریباً با محسن رضایی برابر است؛ حدود ۷۰۴ هزار تا. نتایج برتر گوگل هم به جز ویکی‌پدیا، سایت شخصی کروبی است و صفحه اصلی حزب اعتماد ملی. اسم کروبی هم در طول دوره قبل تا این دوره جست‌وجو نشده اما در خبرها زیاد بوده. دلیلش هم حزب خودش است و هم اینکه او بالاخره نسبت به ۲ کاندیدای دیگر از نظر سیاسی فعال‌تر است.

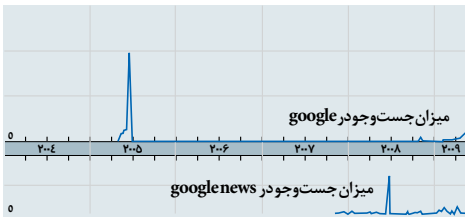


«م»

کافی است حرف «م» را توی نوار جست‌وجوی گوگل بزنید تا عبارت‌هایی که بیشترین جست‌وجو را داشته‌اند به شما بدهد: عبارت «منظره الف و ب» (به جای الف و ب طبق قانون جبر به ترتیب اسم کاندیداها را بگذارید) تمام ۱۰ گزینه اول است.

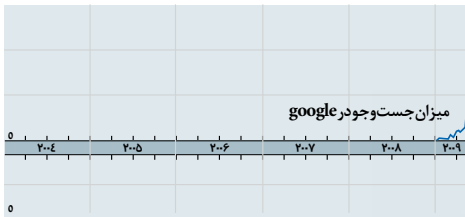
انتخابات ریاست جمهوری

جست‌وجوی این کلمه ۲ میلیون و ۳۵۰ هزار نتیجه را نشان می‌دهد که در صدرشان آخرین اخبار انتخابات ریاست جمهوری دهم است. جالب اینجاست که با تایپ کردن این عبارت، از ۱۰ نتیجه برگزیده گوگل که همگی مال همین انتخاباتند (با اضافه شدن کلماتی مثل دوره دهم یا ۸۸) به جز یکی؛ انتخابات ریاست جمهوری افغانستان! اولین سایت‌هایی که در جست‌وجوی گوگل با این عبارت نشان داده می‌شوند، سایت‌های ویژه‌ای هستند که در همین چند ماهه اخیر و مخصوص اخبار انتخابات ساخته شده‌اند و حالا تبدیل به پربیننده‌ترین سایت‌های فارسی شده‌اند. سایت قطره که صرفاً لینک‌های مربوط به اخبار را ارائه می‌دهد هم در صدر این جست‌وجوست. نکته جالب وجود یک سایت خصوصی حامی یکی از کاندیداهاست که به عنوان پشتیبان مالی، اسمش در تبلیغات گوگل می‌آید. گوگل ترندز نشان می‌دهد جست‌وجوی کلمه انتخابات ریاست جمهوری تازگی‌ها دوباره صعود کرده.



میرحسین موسوی

اسم میرحسین موسوی با یک میلیون و ۳۰۰ هزار نتیجه، بیشترین نتیجه را در جست‌وجوی گوگل دارد. بعد از صفحه میرحسین موسوی در ویکی‌پدیا، سایت کلمه و سایت قلم‌نویز که حامیان موسوی در انتخابات بوده‌اند، در جایگاه بالاتری قرار دارند. همان‌طور که می‌بینید تا همین چند وقت پیش که گفته شد موسوی پا به عرصه انتخابات می‌گذازد، هیچ اثری از جست‌وجوی اسم او نیست. اما در همین فرصت کم، آمار جست‌وجوی خیلی بالا رفته. احتمالاً تازه بودن چهره موسوی هم در این امر بی‌تاثیر نیست.



محمود احمدی‌نژاد

جست‌وجوی این کلمه ۸۱۹ هزار نتیجه دارد که رتبه دوم را دارد. رتبه‌های اول جست‌وجو بعد از ویکی‌پدیا، سایت شخصی احمدی‌نژاد و سایت حامیان اوست. جست‌وجوی اسم احمدی‌نژاد از دوره قبل تا این دوره تقریباً متوقف شده بوده. اگر چه که در اخبار اسمش زیاد آمده بوده

انیمیشن و کلیپ

کلیپ‌های آماری جذابیت زیادی داشت. موسیقی و کیفیت تصویری بالای آنها حامیان دیگر نامزدها را به تکاپوی کلیپ‌سازی انداخت. سایت‌های مرکزی که مسؤولیت نظم دادن به این ساخته‌ها را داشتند بانک ایده را راه‌انداختند تا بهترین ایده‌ها را اجرایی کنند و بتوانند از فرصت کم‌بهترین استفاده را کنند.

خیلی‌ها هم سرودهای انقلاب را بازسازی کرده بودند و برای آنها هم کلیپ‌های پر شور ساختند و هم کلیپ‌های توهین‌آمیز. کلیپ‌هایی هم بود که با کنار هم آوردن حرف‌های نامزدها آنها را با هم مقایسه کرده بودند.

بعضی‌ها که خلاق‌تر بودند با متن سخنرانی‌ها موسیقی درست کردند یا بعضی هنرمندها با الهام گرفتن از فیلم‌های انتخاباتی آن ور آبی، چندتا بازیگر ردیف کردند و این‌طوری فیلم تبلیغاتی ساختند. بعضی‌ها هم انیمیشن‌های خارجی تبلیغاتی را ایرنیزه کردند.

وبلاگ‌ها و سایت‌ها

وبلاگ‌ها حرکت خودجوش خود را داشتند و وبلاگ نویس‌ها همیشه در اتفاقات انتخاباتی حضور فعال داشتند. بعضی از وبلاگ‌نویس‌های شهرستانی خودشان گزارش روزانه تهیه کرده و همیشه وبلاگشان را به روز می‌کردند. بعضی‌ها هم فقط منتظر بودند ببینند وبلاگ‌های طرفداران رقیب چه می‌گویند که آنها تکذیب کنند و موج جدید راه بیندازند. در این بین وبلاگ‌هایی هم فقط مدح کاندیدای موردنظر و دم رقیب را می‌گفتند.

