

## عنوان مقاله:

بررسی تأثیر رسانه های جمعی بر مشارکت انتخاباتی مطالعه موردی: شهروندان 81 سال و بالاتر تهران

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی علوم اجتماعی و جامعه شناسی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

هادی رازقی مله - کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه مازندران /

صبح متولیان - کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه مازندران

## خلاصه مقاله:

در تحقیق حاضر تلاش شده است تا به این پرسش اساسی پاسخ دهند که رسانه هایی از قبیل تلویزیون، ماهواره و رادیو چه تأثیری بر میزان مشارکت در انتخابات افراد به جای می گذارند؟ جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه شهروندان تهرانی تشکیل میدهند که در بازه زمانی تحقیق (بهار 92) دارای حداقل 18 سال سن بوده اند. روش نمونهگیری در این تحقیق روش نمونهگیری خوشهای چند مرحلهای بوده است. در این تحقیق 700 پرسشنامه مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفت. همچنین برای جمع آوری اطلاعات تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. یافته های تحقیق نشان می دهد که میزان تاثیرگذاری تلویزیون (336,0) (بر مشارکت انتخاباتی بیشتر از میزان تاثیر رادیو (157,0) (بر مشارکت انتخاباتی است. میزان تأثیر گذاری ماهواره بر مشارکت انتخاباتی در مقایسه با تلویزیون و رادیو، در پایین ترین حد خود (154,0) قرار دارد. لازم به ذکر است که تأثیر رسانه های مذکور بر مشارکت انتخاباتی مثبت می باشد.

## کلمات کلیدی:

انتخابات، مشارکت انتخاباتی، ارتباط سیاسی، رسانه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/550852>

