

عنوان مقاله:

تاثیر شبکه های اجتماعی بر رفتار انتخاباتی

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی روانشناسی و علوم اجتماعی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

الهام اعتمادی نسب - دانشجوی دکتری رشته علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد میبد

مهناز هاشمی - دکترای علوم ارتباطات اجتماعی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

خلاصه مقاله:

بحث مشارکت سیاسی و تاثیر رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی در ترغیب شهروندان به مشارکت در فرایندهای سیاسی جامعه، همواره مورد توجه اندیشمندان بوده است. بسیاری از پژوهشگران حوزه سیاست و ارتباطات قابلیت های شگرف رسانه های اجتماعی را برای مشارکت سیاسی و اجتماعی تحسین کرده اند. دولت ایالات متحده آمریکا و دیگر کشورهای دموکراتیک در جهان، برنامه ها و ابتکار عمل هایی را برای درگیر ساختن شهروندان و رای دهندگان جوان با رسانه های اجتماعی اجرا کرده اند. مسیله اصلی پژوهش، تاثیر شبکه های اجتماعی بر رفتار انتخاباتی است؛ به عبارت دیگر، پژوهش حاضر به دنبال آن است تا تاثیر استفاده از فیس بوک، اینستاگرام و تلگرام را بر نحوه مشارکت سیاسی شهروندان مورد مطالعه و ارزیابی قرار دهد. در این پژوهش از روش سنتز پژوهی استفاده شده است؛ که در آن محققان از میان جامعه آماری که شامل 35 تحقیق در حوزه تاثیرات سیاسی شبکه های اجتماعی بود، تعداد 15 نمونه را به صورت هدفمند انتخاب نمودند و به استخراج ابزارها، مولفه ها و روش های ارزشیابی به کار برده شده در این تحقیقات پرداخته و با تحلیل این موارد چهارچوبی برای ارزشیابی تاثیرات سیاسی شبکه های اجتماعی ارائه دادند. یافته های این پژوهش شامل مولفه ها، ابزارها و روش های به کار رفته در ارزشیابی تاثیرات سیاسی شبکه های اجتماعی در تحقیقات مختلف و ارائه چهارچوبی جامع در این باب است.

کلمات کلیدی:

انتخابات، شبکه های اجتماعی، رفتار انتخاباتی، تلگرام، اینستاگرام

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/676251>

