

## عنوان مقاله:

پیش بینی نقش رسانه ها در میزان تمایل شهروندان اصفهان به شرکت در انتخابات ریاست جمهوری سال 1396

## محل انتشار:

دوفصلنامه دانش سیاسی، دوره 12، شماره 24 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

## نویسندگان:

محمودرضا رهبرقاضی - استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان

حسین مسعودنیا - دانشیار گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان

حمید نساج - استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان

## خلاصه مقاله:

این پژوهش، به بررسی تاثیر انواع مختلف رسانه ها بر روی تصمیم گیری افراد در مورد احتمال شرکت یا عدم شرکت در انتخابات ریاست جمهوری سال 1396 در اصفهان پرداخته است. در این راستا، در حالی که تاثیر رسانه ها بر روابط سیاسی بسیار مورد توجه بوده است، تحقیقات تجربی بسیار ناچیزی به منظور بررسی تاثیرات انواع مختلف رسانه ها بویژه در ارتباط با عرصه انتخابات ریاست جمهوری وجود دارد. بنابراین، مطالعه حاضر، با تقسیم رسانه ها به پنج نوع روزنامه ها و مطبوعات، تلویزیون، اخبار ماهواره ای، سایت های خبری اینترنتی و بحث های سیاسی درون شبکه های اجتماعی مجازی قصد دارد به پیش بینی تاثیرات این رسانه ها بر تصمیم گیری افراد در مورد احتمال شرکت یا شرکت نکردن در انتخابات ریاست جمهوری سال 96 بپردازد. جامعه آماری این پژوهش شهروندان شهر اصفهان در فروردین و اردیبهشت سال 1395 می باشد که فرضیات پژوهش با حجم نمونه 350 نفری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج پژوهش نشان می دهد که تنها سه رسانه شبکه های خبری ماهواره ای، سایت های خبری اینترنتی و بحث های سیاسی درون شبکه های اجتماعی مجازی به عنوان متغیرهای پیشین بر روی تمایل به مشارکت در انتخابات ریاست جمهوری سال 96 تاثیر داشتند و دو متغیر مطبوعات و اخبار تلویزیونی تاثیر معنی داری برای شرکت در انتخابات نداشتند. از سوی دیگر نتایج نشان می دهد در حالی که ماهواره ها باعث کاهش احتمال شرکت شهروندان در انتخابات می شوند، اما سایت های خبری اینترنتی و شبکه های اجتماعی مجازی باعث افزایش احتمال مشارکت مردم در انتخابات می شود.

## کلمات کلیدی:

مطبوعات، اخبار تلویزیونی، اخبار ماهواره ای، سایت های خبری اینترنتی، شبکه های اجتماعی مجازی و انتخابات ریاست جمهوری سال 1396

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/832970>

