

عنوان مقاله:

تحلیل جایگاه رسانه‌های اطلاعاتی- ارتباطی سنتی و جدید در مشارکت حداکثری مردم

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره 18، شماره 67 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

زهرا احمدی پور - دکترای جغرافیای سیاسی، دانشیار دانشگاه تربیت مدرس

طهمورث حیدری موصلو - کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی، دانشگاه تربیت مدرس

سلیمان انصاری زاده - دانشجوی دکترای جغرافیای سیاسی، دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

با پیشرفت و توسعه رسانه‌های ارتباطی و الکترونیکی، بسیاری از مباحث علمی در حوزه سیاست و مشارکت دستخوش دگرگونی شده و مفاهیمی همچون، دموکراسی الکترونیکی در کانون توجه پژوهشگران قرار گرفته است. هدف پژوهش حاضر، مطالعه تأثیر رسانه‌های سنتی و جدید بر مشارکت مردم در امر انتخابات بوده است. روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی- تحلیلی است. در این تحقیق، مشارکت مردم در دو بعد رسانه‌های سنتی و جدید مورد مطالعه قرار گرفته است. جامعه آماری مورد استفاده در این پژوهش شامل 175 نفر از دست‌اندرکاران انتخابات کشور، از جمله احزاب و گروه‌های سیاسی، روزنامه‌نگاران، استانداران، فرمانداران و مسئولان ستادهای انتخاباتی در دوره‌های انتخاباتی مختلف در استان تهران بوده است. نتایج نشان می‌دهد، امکاناتی نظیر پیامک‌های تلفن همراه، تبلیغات اینترنتی و ماهواره‌ای، رأی‌گیری و نظرسنجی الکترونیکی، سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری الکترونیکی، افراد یک ملت را به سرعت از تحولات کشور خود آگاه می‌کند و با بالا بردن آگاهی و درک سیاسی، زمینه مشارکت حداکثری شهروندان را از تمام نقاط کشور فراهم می‌آورد.

کلمات کلیدی:

ارتباطات، دموکراسی، دموکراسی الکترونیکی، رسانه، فضای سایبر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1133716>

