

تأثیر جلیلی و زاکانی در انتخاب پزشک‌های بنام رئیس‌جمهور منتخب

نتایج یک تحقیق نشان می‌دهد که ۴۸ درصد اساتید دانشگاه‌های یزد معتقدند، محمد جواد ظریف و سید محمدخاتمی با ۴۲ درصد در پیروزی مسعود پزشک‌های نقش کلیدی داشته‌اند و بعد از آن افرادی مانند آذری جهرمی بی‌تأثیر نبوده‌اند.

به گزارش خبرنگاران گروه جامعه گزارش خبر، نتایج یک تحقیق نشان می‌دهد که ۴۸ درصد اساتید دانشگاه‌های یزد معتقدند، محمد جواد ظریف و سید محمدخاتمی با ۴۲ درصد در پیروزی مسعود پزشک‌های نقش کلیدی داشته‌اند و بعد از آن افرادی مانند آذری جهرمی بی‌تأثیر نبوده‌اند.

امیر ترقی نژاد (مدرس رشته امور فرهنگی و رسانه) با همکاری و راهنمایی راحله السادات میرحسینی (دانشجوی مقطع دکتری علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اصفهان، واحد خوراسگان) و آرزو زینلی (دانشجوی مقطع دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه واحد علوم تحقیقات تهران) در تحقیقی با عنوان «نقش گروه‌های مرجع در پیروزی دکتر مسعود پزشک‌های در چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری از نگاه اساتید دانشگاه‌های یزد» انجام شده است که بر اساس نتیجه و هدف از نوع تحقیقات کاربردی و نیز از نظر روش، جزو تحقیقات توصیفی و از حیث گردآوری داده‌ها از شاخه پیمایشی است.

با توجه به حجم نمونه، ۳۱ عدد پرسشنامه تهیه و جهت جمع‌آوری اطلاعات در اختیار اساتید دانشگاه‌های یزد قرار گرفت و با تجزیه و تحلیل‌های انجام شده بر اساس داده‌های گردآوری شده با استفاده از تکنیک‌های آماری نتایج آن حاصل شده است. این روزها بحث داغ، تحلیل شیوه رأی‌دهی و چرایی رأی‌دهی مردم به کاندیدهاست.

فضای علمی و آکادمیک هم دهه هاست درباره انتخابات و رفتار رأی‌دهی و نوع برخورد مردم با همه‌پرسی به تحقیق پرداخته و کتاب‌های اگرچه نه‌چندان زیاد، اما مفیدی در این باره منتشر شده است. بر همین اساس کنکاش پیرامون عوامل مؤثر بر رفتارهای انتخاباتی مردم در انتخابات چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران امری ضروری است.

بخش دیگر تحقیق نشان می‌دهد که ۵۲ درصد معتقدند: شبکه اجتماعی اینستاگرام در پیروزی مسعود پزشک‌های نقش اساسی داشته است.

اما نکته جالب‌تر از آن، نقش پررنگ شبکه‌های اجتماعی داخلی بوده که سهم آن ۳۹ درصد است. یوتیوب پایین‌ترین سهم را در این میان به خود اختصاص داده و نقش تلگرام و توئیتر در مقایسه با اینستاگرام و شبکه‌های اجتماعی داخلی کم می‌باشد.

در بخشی از این تحقیق یادآوری شده است که گروه‌های مرجع در هر جامعه‌ای نقش مهمی را بر عهده دارند و به دلیل منزلت و جایگاهی که دارند و مقبولیت میان افکار عمومی در تغییرات سیاسی & اجتماعی جامعه تأثیرگذارند، خود آنان الگو و سرمشق برای مخاطبان جامعه هدف محسوب می‌شوند و در افزایش اعتماد عمومی و مشارکت اجتماعی و سیاسی از جمله انتخابات تأثیر قابل ملاحظه‌ای دارند و بالاخره آنکه گروه‌های مرجع بر سبک زندگی و حتی رفتارهای روزمره کنش‌گران تأثیر می‌گذارند.

در چند دهه اخیر عوامل مختلفی همچون؛ رشد سریع جمعیت، مهاجرت‌های گسترده و توسعه شهرنشینی، توسعه ارتباطات اجتماعی، تنوع و تکثر رسانه‌ها و تحولات فرهنگی & اجتماعی جوامع و دگرگونی دیدگاه‌ها و ارزش‌ها، تأثیرات جدی در جا به جایی گروه‌های مرجع داشته است.

منبع: آرمان