

## عنوان مقاله:

بررسی و تحلیل بیانات انتخاباتی مدیریتی روسای جمهور

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، علوم انسانی و رفتاری در ایران و جهان اسلام (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

میلاذ افراشته - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه صنعتی مالک اشتر

مرتضی افراشته - کارشناس ارشد علوم سیاسی، دانشگاه فردوسی مشهد

ابراهیم بنی مسنی - کارشناس تاریخ، دانشگاه یاسوج

## خلاصه مقاله:

هدف: هدف از مطالعه حاضر، بررسی و تحلیل بیانات انتخاباتی مدیریتی روسای جمهور در رقابت های انتخاباتی در سه دهه اخیر بوده است که در قالب ۴ مقوله (گفتمان های استعاری ساختاری، جهتی، وجودی، انتقادی) دسته بندی و ارائه شده است. روش: این مطالعه از نوع تحلیلی توصیفی بوده و با توجه به روش اجرا، مطالعه فرا ترکیب تلقی می گردد. جامعه آماری این مطالعه تمام مقالات معتبر قابل دسترس در سایت های الکترونیکی "گوگل"، "مگیران"، "ساینس دایرکت" در بازه زمانی ۱۹۹۴ تا ۲۰۱۸ بوده که محقق با استفاده از روش فرا ترکیب بازنگری دقیق و عمیق در موضوع انجام داده است و برای این منظور از میان انبوه مقالات اولیه، تعداد ۴۹ مقاله مناسب شناسایی شدند. به منظور تحلیل مقالات منتخب، مفاهیم تشکیل دهنده، ابعاد و مولفه های تاثیر گذار، از روش تحلیل محتوا و شاخص کاپا و همچنین جهت اولویت بندی شاخص ها از روش آنالیز شانون استفاده شد. یافته ها: تحقیقات نشان دادند که در رقابت های انتخاباتی نامزدها از ترفندهای تبلیغاتی مختلفی برای تشریح و توجیه ایده های خود استفاده می کنند و یکی از ضروریات اصلی جهت پیروزی در انتخابات ریاست جمهوری توجه کامل به روش، سبک و تاکتیک هایی است که نامزدها می توانند بکار برند. نتایج نتایج حاکی از آنست که استفاده از کلام استعاری توسط نامزدهای انتخاباتی نه تنها وسیله برای بیان نظرات و پیشنهادات و اهداف آنها می باشد بلکه تاثیر مستقیمی بر ذهن مردم جهت انتخاب و رای دادن به کاندید مورد نظر دارد. همچنین برای تصمیم گیری قابل اتکا پیشنهاد می شود تحقیقات بیشتری با روش تحقیق مناسب انجام گیرد.

## کلمات کلیدی:

گفتمان، استعاره ساختاری، جهتی، وجودی، انتقادی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1385794>

