

عنوان مقاله:
ارتباطات در بحران

محل انتشار:
فصلنامه پژوهش های مدیریت انتظامی، دوره 6، شماره 2 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسنده:
محمود تشکری - عضو هیئت علمی دانشگاه علوم انتظامی امین

خلاصه مقاله:

زمینه و هدف: بحران به طور ناگهانی به وقوع می پیوندد و برای ساخت های زیربنایی و یا ارزش ها و هنجارهای اساسی یک نظام تهدیدی جدی است از این رو مستلزم واکنش سریع می باشد. با توجه به نقش اطلاع رسانی و ارتباطات در بحران، هدف اصلی این پژوهش، یافتن روش های دستیابی به نحوه ارتباطات در بحران می باشد. روش: در این مطالعه مروری توصیفی، با جست و جو در بانک های اطلاعاتی الکترونیکی معتبر مانند SID، و Magiran و با استفاده از کلمات کلیدی مرتبط و نیز بررسی فهرست منابع و جست و جوی مقالات و آثار کارشناسان بحران، مقالات و منابعی که به بررسی نتایج ارتباطات در بحران پرداخته بودند انتخاب و تحلیل شدند. یافته ها: قبل، هنگام و بعد از بروز بحران، مدیریت بحران می بایست در خصوص ارتباط و اطلاع رسانی به مردم، گروه ها، مسئولین، نهادها و غیره اقداماتی را در دستور کار خود قرار داده و در این خصوص طرح یا طرح هایی را تدوین و متناسب با شرایط مختلف بحران به مرحله اجرا در آورد. نتیجه گیری: برای کنترل و مقابله با بحران به طور عمده دو رویکرد و راهبرد وجود دارد: مستقیم (کاربرد قوه قهریه) و غیرمستقیم (کاربرد روش اقناع و مقابله نرم). در هر دو راهبرد، مدیران بحران می بایست به طور مستمر با مخاطبین خود اعم از رهبران مدیریت بحران، مردم، نیروهای خودی و مقامات و مسئولین ارتباط برقرار و ضمن افشای ماهیت اغتشاشگران و اطمینان دادن به مسئولین و مردم و ایجاد آرامش و رفع نگرانی ها، حمایت و همکاری آن ها را جلب نموده و رهبران بحران و اغتشاشگران را وادار به تسلیم یا تعدیل خواسته ها و روش های خود نمایند.

کلمات کلیدی:

مدیریت بحران Crisis management، ارتباطات در بحران Communication in crisis، پیام اقناعی Satisfying messages، رسانه Media

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1315745>

