

عنوان مقاله:

راهبردهای مبتنی بر رسانه در مدیریت بحران

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی مدیریت بحران و HSE در شریان های حیاتی، صنایع و مدیریت شهری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

مریم امیر شکاری - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه شهید چمران اهواز

محمدرضا احمدنیا - دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری شهرسازی دانشگاه تهران

نجف راه نورد - کارشناسی ارشد عمران سازه های هیدرولیکی دانشگاه علوم و تحقیقات هرمزگان

خلاصه مقاله:

بحرانها جزء جدایی ناپذیر زندگی اجتماعی به شمار میروند و روز به روز بر تعداد و تنوع آنها افزوده میشود بحران در صورت فقدان مدیریت صحیح میتواند آسیبهای غیر قابل جبرانی پدید آورد رسانه ها با نقش و مسئولیت خطیری که بر عهده دارند، موظفند هر حظه، از کار عمومی جهان را از شرایط حاکم بردنای پیرامون و اثرات بحرانهای مختلف آگام سازند از سوی دیگر، رسانه های جمعی نیز در چند دهی اخیر از چنان رشد و تأثیری در جوامع برخوردار شده اند، که به بخش جدایی ناپذیری از زندگی بشر مبدل گردیده اند شیوه عملکرد رسانه ها در بحران ها به نحوه مدیریت و راهبری آنها بر میگردد به عبارتی دیگر این مدیریت رسانه ها است که با اتخاذ راهبری مشخص در قبال بحران عملکرد رسانه را در قبال آن رقم میزند پژوهش حاضر بر آن است که با پرداختن به علل چرایی وجود بحرانها و تشریح انواع راهبردهای رسانه های به تبیین نقش رسانه ها و اطلاع رسانی در زمینه مدیریت بحران و نقش راهبردی رسانه ها در دوره های مختلف پیش از وقوع، هنگام وقوع و پس از وقوع بحران بپردازد بنابراین هدف آن دستیابی به درکی عمیق و درست از بحران و دیدگاههای مرتبط با آن و همچنین نق مهم رسانه ها در این زمینه است در این پژوهش سعی شده است با استفاده از روش مطالعات کتابخانهای و بهره گیری از سایندها و مطالب مرتبط موضوع مورد بررسی قرار گیرد بنابراین پرسش های اصلی به این صورت مطرح میشود 1- نقش رسانه ها در رویارویی با وضعیت بحران چیست؟ 2- ایفای این نقش مستلزم اتخاذ چه نوع تدابیر و سازوکارهایی در مراحل مختلف بحران می باشد؟ و در پایان راهکارهای مناسبی که بایسته های فعالیت رسانه ای را رقم می زند ارائه گردیده است

کلمات کلیدی:

راهبرد ، رسانه ، بحران ، مدیریت بحران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/362829>

