

عنوان مقاله:

ارزیابی مدیریت رسانه ای و نقش آن در عملکرد افکار رهبران فکری در جامعه

محل انتشار:

دومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

وحیده منوچهری - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی پردیس سیرجان، ایران

خلاصه مقاله:

بحران سازی و بحران زدایی یکی از کارکردهای رسانه ها با کمک گرفتن از ابزارها و اهرم های نوین می باشد. رسانه ها با استفاده از راهبردها و فراراهبردها در ایجاد شرایط بحرانی می توانند در تحولات سیاسی اجتماعی و فرهنگی جدید در گستره وسیعی نقش آفرینی کنند و موجب شکل دهی افکار عمومی گردند. چرا که امپراتور رسانه ای با بهره گیری از امکانات سرشارموجب شکل گیری نوعی استبداد اطلاعاتی از طریق گزینش و انتشار اطلاعات و اخبار انحصاری، تراست های خبری و اطلاعاتی و کارتل های رسانه ای در پرتو انقلاب اطلاعاتی شده است. همچنین استبداد رسانه ای که روا گسترده ای پیدا کرده است، با استفاده از ابزارها و اهرم ها و با اتکا به فناوری افکار عمومی جهان را به سوی خود جلب کرده و به ارایه چهره ای مخدوش از برخی از نظام های سیاسی، فرهنگ ها، قوم ها و یا دین های رقیب پرداخته است. چنین رسانه هایی به شکلی نظام مند نسبت به جهت دهی افکار عمومی، گرایش ها، عقاید و نگرش ها و رفتارها تلاش مضاعفی را به کار می بندد. به گونه ای که برخی همون آلوین تافلر و هایدی تافلر از آن به جنگ جهانی فرهنگی اطلاعاتی تعبیر کرده اند و به نقش اطلاعات در عرصه جهانی اذعان دارند

کلمات کلیدی:

رسانه، رهبری، افکار عمومی، رهبری فعال

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/597565>

