

عنوان مقاله:

نقش شبکه های اجتماعی در مدیریت بحران

محل انتشار:

فصلنامه روزنامه نگاری الکترونیک، دوره 3، شماره 1 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسنده:

فاطمه همایونی مقدم - دانشجوی دکتری ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

خلاصه مقاله:

مقاله کوششی است برای بررسی نقش شبکه های اجتماعی در مدیریت بحران که سعی شده با بررسی برخی از تعاریف و دیدگاهها در حوزه بحران با آن بیشتر آشنا شویم و در مراحل بعد با بررسی مراحل بحران و نقش شبکه های اجتماعی در این مراحل و آرایه مثال ها به موضوع پرداخته شود. باید گفت مرحله بحرانی، نقطه عطف و حادثه سرنوشت ساز است و درباره مدیریت بحران باید گفت: سبک انفعالی در مدیریت است که به جای تاکید بر برنامه ریزی و تدوین راهبردهای بلند مدت، به حل و فصل مشکلات آنی و کوتاه مدت (هنگام بروز) توجه زیادی می کند. اهداف مدیریت بحران را می توان از تعاریف بحران و مدیریت آن استخراج کرد؛ به طور کلی جلوگیری از وقوع بحران (پیشگیری)، کنترل بحران، کاهش خسارات و تلفات، تامین ارزش ها و منافع اساسی در اوضاع بحرانی، بازگرداندن امور به اوضاع پیش از بحران و غیره از جمله اهداف عمومی مدیریت بحران است. یقینا اهداف بحران، تابعی از راهبردهای بحران است؛ به عبارت دیگر، با تاثیر پذیری از راهبرد بحران، برخی مواقع ممکن است برای مدیریت بحران، بحرانی دیگر ایجاد شود. از این رو بحران زایی یا بحران زدایی، کوچک نمایی یا بزرگ نمایی، سکوت و بی اعتنایی به بحران یا برجسته سازی آن و غیره متاثر از نوع راهبرد اتخاذ شده در بحران، می توانند از جمله اهداف مدیریت بحران باشند. انتظار می رود رسانه ها و به خصوص رسانه های نوین در دوران بحران تأثیرات گسترده ای بر مخاطبان و جامعه داشته باشند. که در این میان شبکه های اجتماعی می توانند در وضعیت بحرانی نقش مهمی در ایجاد ثبات، صلح و آرامش داشته باشند. شبکه های اجتماعی میتوانند نقش بسیار پررنگی در وضعیت پیش از بحران داشته و در مواقعی از به وجود آمدن بحران جلوگیری کنند. آن هم به دلیل نقش تاثیر گذاری که در سالهای اخیر پیدا کرده اند.

کلمات کلیدی:

بحران، مدیریت بحران، شبکه های اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/707349>

