

عنوان مقاله:

نقش رسانه ها در مدیریت بحران

محل انتشار:

کنگره ملی تحقیقات بنیادین در مدیریت اقتصاد و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

مریم عزیزی نیا - دانشجوی دکتری مدیریت مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان (خوراسگان)

راضیه فیاض - دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان (خوراسگان)

خلاصه مقاله:

مشقت و سختی به یک مجموعه یا جامعه انسانی می گردد. مدیریت بحران به شیوه های گوناگون قابل انجام است. از آنجا که رسانه ها می توانند بعنوان ابزاری توانمند، شرایط بحرانی را مدیریت کنند؛ مقاله حاضر با استفاده از روش کتابخانه ای و با هدف ارزیابی نقش رسانه ها در مدیریت بحران تدوین شده است. این مقاله به بررسی نقش رسانه در مدیریت بحران پرداخته است و مفاهیم بحران و مدیریت بحران و رسانه را بیان نموده است. در ادامه به نقش رسانه در مراحل سه گانه بحران پرداخته شده است. در پایان پیشنهاداتی به منظور مدیریت هرچه بهتر رسانه ها در شرایط بحرانی ارائه گردیده است

کلمات کلیدی:

بحران ، مدیریت بحران ، رسانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/949870>

