

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کلیه آموزش‌ها، کاربردی، علمی و پژوهشی در زمینه مدیریت بحران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

نقش رسانه‌های اجتماعی در مدیریت بحران

محمد محسن حائری زاده^a
دکترای تخصصی مدیریت رسانه^a

چکیده: تحقیق حاضر با هدف نقش رسانه‌های اجتماعی در مدیریت بحران و اطلاع‌رسانی از نوع کاربردی می‌باشد، روش بکار گرفته شده در این تحقیق توصیفی-پیمایشی می‌باشد. تعداد خبرگان حوزه رسانه بعنوان جامعه مورد مطالعه ۲۶۰ نفر می‌باشد که به روش نمونه‌گیری تصادفی تعداد ۱۵۲ نفر انتخاب گردید. برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به مبانی نظری و استخراج عوامل و شاخص‌های اولیه از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی شامل کتب، مقالات و مطالعات موردی استفاده شده است. جهت گردآوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از پرسش‌نامه دارای روایی و پایایی استفاده شد و به منظور بررسی فرضیه‌های تحقیق نرم‌افزار تحلیل آماری SPSS مورد ارزیابی قرار گرفت. در این تحقیق به دو روش توصیفی و استنباطی به تحلیل داده‌های به دست آمده از محل پرسش‌نامه پرداخته می‌شود. پیش‌بینی بحران‌ها مهم است. تعیین احتمال وقوع؛ انجام اقدامات پیشگیرانه، مطالعه، تجزیه و تحلیل و آگاهی از علل ریشه‌ای وقوع آنها. تهیه فهرستی از ارتباطات و جایگزین‌ها؛ برنامه‌ریزی و بهره‌مندی از تجربیات کشورهای دیگر و پیش‌بینی حوادث مشابهی که ممکن است در جامعه ما رخ دهد. نحوه برخورد با بحران‌ها و مقایسه امکانات موجود و استفاده از داستان‌های موفقیت در تهیه طرح‌ها و شناسایی و رسیدگی به حوزه‌های عدم تعادل و آسیب‌پذیری، علاوه بر مشارکت بخش خصوصی و گروه‌های جوانان است.

کلمات کلیدی: بحران‌ها، مدیریت بحران، رسانه‌های اجتماعی

۱. مقدمه

۱. مدیریت بحران، یک کارکرد سازمانی حیاتی است که شامل برنامه‌ریزی و واکنش پویا به موقعیت‌هایی است که اغلب به روش‌های غیرقابل پیش‌بینی رخ می‌دهند. اثرات آشناری یک بحران آشکار می‌تواند توانایی یک کشور را برای عملکرد مؤثر تضعیف کند و ممکن است به مردم، ساختارها، دارایی‌ها و شهرت آن آسیب جدی وارد کند.

۲. ظهور انبوهی از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی، چشم‌انداز مدیریت بحران را به طور قابل توجهی در سال‌های اخیر تغییر داده است و امکان اقدام اجتماعی اکنون به واقعیت تبدیل شده است. با ابزارهای نرم‌افزاری در دسترس مانند پلتفرم‌های گفتگوی آنلاین و جمع‌آوری‌کننده‌های اخبار، مثل اینستاگرام، تلگرام، واتساپ ..

سازمان‌ها اکنون می‌توانند اطلاعات را به طور کارآمدتر و جامع‌تری منتشر، کسب و تجزیه و تحلیل کنند. در حالی که رسانه‌های اجتماعی توانایی جلوگیری از خارج شدن بحران از کنترل را دارند، سازمان‌ها نمی‌توانند توانایی آن را در تشدید وضعیت بحرانی در حال گسترش نادیده بگیرند.

۳. شورش بریتانیا در سال ۲۰۱۱ نمونه‌ای از این موارد بود. این سوال که چگونه یک اعتراض کوچک علیه خشونت آشکار پلیس در تاتنهام می‌تواند جرقه شورش‌ها و خرابکاری‌ها را در مناطقی مانند هادرسفیلد ایجاد کند، نیاز به بررسی سوالات مرتبط با نحوه تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر شورش‌های بریتانیا را ایجاد کرده است. نقش رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یک کاتالیزور غیرقابل انکار است، زیرا گزارش‌های متعدد روش‌هایی را که آشوبگران و ناظران از رسانه‌های اجتماعی برای سازماندهی و برقراری ارتباط استفاده می‌کردند، تأیید می‌کنند. اغتشاشگران در جاهایی که مناطق محافظت نشده بودند با یکدیگر اشتراک می‌کردند و در یک نمونه به آنجا نقل مکان می‌کردند. سرعت و تأثیر رسانه‌های اجتماعی در ابتدا مقامات را تحت تأثیر قرار داد.