

نقش تحریریه خبری رسانه شنیداری در مدیریت خبر به هنگام بحران سیاسی

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۰/۰۶

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۱/۱۰

کد مقاله: ۶۱۸۳۱

فرحناز مصطفوی کهنگی^۱

چکیده

خبر، محصول اصلی رسانه جمعی خبری محسوب می‌شود و مدیریت سازمان رسانه بویژه رسانه شنیداری در فرآیند تولید خبر باید بر اساس ویژگی‌های سازمان رسانه به‌عنوان تولیدکننده و مقتضیات محیط باشد. به عبارت دیگر مدیریت در رسانه مبتنی بر متریایی همچون سازماندهی، برنامه‌ریزی تصمیم‌گیری، هماهنگی و نظارت است که درمجموع تحقق‌دهنده اهداف خبری و پیام‌رسانی سازمان رسانه بر حسب نوع رویداد، شرایط عمومی و اقتضایی جامعه و نیازهای مخاطبان است. سازمان رسانه در عرصه اطلاع‌رسانی خبری با اهداف تولید و توزیع اطلاعات و اخبار به منظور آگاهی جامعه از وقایع و رویدادها یا موضوعات مختلف می‌باشد. در شرایط وقوع بحران سیاسی در جامعه، مدیریت تولید خبر با دشواری‌های مختلف مواجه می‌شود و باید فرآیند تولید خبر از مرحله انتخاب سوژه خبری تا مرحله اعلام یا پخش خبر، از برنامه‌ریزی متناسب با بحران برخوردار گردد. بدین صورت که در هنگام بحران سیاسی باید مقابله لازم با شایعات و ابهامات خبری به منظور رفع ناامنی روانی و زمینه‌های بروز بحران با تصمیم‌گیری‌های سریع در یک محدودیت زمانی به انجام برسد. همچنین خبر به صورت هدف‌مند در جهت هدایت افکار سیاسی و مقابله با جنگ روانی عرضه شود. رسانه به عنوان تولید و توزیع‌کننده پیام در قالب واحد مدیریت‌کننده ارتباطات و اطلاعات در داخل و بیرون سازمان و پل ارتباطی آن با محیط پیرامون، نقش مهمی در حفظ تعادل جامعه در وضعیت بحرانی بر عهده دارند. بنابراین سازماندهی خبررسانی از تعیین وظایف و مسئولیت‌های خبرنگاران در گردآوری، پردازش و توزیع اطلاعات خبری و همچنین به عنوان هماهنگ‌کننده ارتباطات درون و برون سازمانی، بیان‌کننده مدیریت تبادل اطلاعات بین سازمان و محیط پیرامون است، بحران سیاسی نیز بیان‌کننده موقعیت ناامن می‌باشد که تحت تأثیر عوامل داخلی یا خارجی در یک کشور به وقوع می‌پیوندد.

واژگان کلیدی: سازماندهی رسانه، خبر، بحران سیاسی، مدیریت خبر