

درستی ۲۰۸۸۹۷۱

امپراطوری رسانه

سوزان مقصودی

www.ketab.ir

انتشارات اطلاع‌رسانان

۱۳۹۸

سرشناسه	: مقصودی، سوزان، ۱۳۴۶ -
عنوان و نام پدیدآور	: امپراطوری رسانه / سوزان مقصودی.
مشخصات نشر	: تهران: موسسه فرهنگی هنری دیدار نو، انتشارات اطلاع رسانی، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۲۰۸ ص.
شابک	: 978-600-677520-3 : ۳۳۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: رسانه های گروهی -- جنبه های سیاسی
موضوع	: Mass media -- Political aspects
موضوع	: رسانه های گروهی -- جنبه های اجتماعی
موضوع	: Mass media -- Soical aspects
موضوع	: رسانه های گروهی و فرهنگ
موضوع	: Mass media and culture
موضوع	: تبلیغات -- جنبه های سیاسی
موضوع	: Propaganda -- political aspects
موضوع	: امپریالیسم
موضوع	: Imperialism
رده بندی کنگره	: ۳۹۸/۸
رده بندی دیویی	: ۳۰۷/۲۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۳۳۷۰

امپراطوری رسانه

مؤلف: سوزان مقصودی

چاپ اول: ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۷۷۵-۲۰-۳

قیمت: ۳۳۰۰۰۰ ریال

ناشر: اطلاع رسانی

تلفکس: ۸۸۸۳۶۲۹۱

کدپستی: ۱۵۷۸۶۴۴۳۱۹

صندوق پستی: ۹۱۱۳ - ۱۵۸۷۵

پست الکترونیک: ettelarasanan@yahoo.com

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

فهرست مطالب

پیش گفتار.....	۵
فصل ۱ / مفاهیم و کلیات.....	۹
فصل ۲ / امپریالیسم فرهنگی و ارتباطی.....	۲۵
فصل ۳ / امپریالیسم و کشورهای در حال توسعه.....	۷۹
فصل ۴ / امپریالیسم جدید.....	۹۹
فصل ۵ / رسانه، جهانی شدن و امپریالیسم.....	۱۲۵
فصل ۶ / نظریه های امپریالیسم.....	۱۴۵
فصل ۷ / مطالعات پسااستعماری.....	۱۸۳
مآخذ و منابع.....	۲۰۷

پینتر گفتار

مطالعات فراپسیکس، محققان و کارشناسان در حوزه‌های مختلف علوم سیاسی، اجتماعی، ارتباطات و ... در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، در باره امپراطوری رسانه، عدم تادل ارتباطات و اطلاعات جهانی، استعمار جدید فرهنگی و امپریالیسم خبری و ارتباطی انجام داده اند. به‌ویژه از اواخر دهه ۱۹۶۰، به‌دنبال عمیق‌تر شدن رزات استقلال طلبی جهان اسلام، موج انتقادگری وسیعی در زمینه ارتباطات پدید آمد که تنها شیوه‌های مطالعات و تحقیقات غربی ارتباطی، بلکه سبک‌های روزنامه‌نگاری و نیز روش‌های انتقال اخبار بین‌المللی و انعکاس رویدادهای کشورهای غیرغربی، در وسایل ارتباط جمعی جهانی نیز، مورد انتقاد قرار گرفتند.

امپریالیسم فرهنگی، نشان دهنده نوعی نفوذ اجتماعی است که از طریق آن، کشوری اساس، تصورات، ارزش‌ها، معلومات و هنجارهای رفتاری و نیز روش‌های زندگی خود را به کشورهای دیگر تحمیل می‌کند. در این مسیر، شرایطی پدید می‌آید که شکل‌های فریبده‌تر و پنهان‌تر هجوم فرهنگ سلطه‌جو را برتری می‌بخشد و ملی کردن سبک‌ها و الگوها که محور اصلی تولیدات فرهنگی امپریالیستی را شکل می‌دهند، مورد توجه قرار می‌برد. امپریالیسم

یعنی استفاده سلطه جهانی از تمام ابزار فرهنگی برای سلطه خود. به دنبال امپریالیسم فرهنگی که وابستگی فرهنگی (فرهنگ مصرف گرایی می‌آورد وابستگی اقتصادی به وجود می‌آید و وابستگی اقتصادی منجر به وابستگی سیاسی می‌شود. یعنی وابستگی کشورهای جهان سوم به کشورهای مرکز مد نظر است. امپریالیسم خبری بخشی از کارکرد امپریالیسم رسانه‌ای به شمار می‌آید، زیرا در این بخش به طور تخصصی امپریالیسم بر روی حجم، نوع، محتوا، کیفیت، کمیت، زمان و مکان یک خبر کار می‌کند. اما در بحث امپریالیسم رسانه‌ای، شبکه‌ای از رسانه‌های مکتوب و غیرمکتوب، همچون مجلات، شرکت‌های تبلیغاتی و چاپ‌رانش، شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، ماهواره، اینترنت و مطبوعات زنجیری وجود دارد که تحت سیطره یک فرد یا یک ایدئولوژی خاص اداره می‌شود و کارکرد آن علاوه بر بیرون راندن رقبای، اثرگذاری بر مخاطبان جهانی و القای آر و دیدگاه‌های خاص است.

امپریالیسم خبری، سیاه را سفید و سفید را سیاه جلوه می‌دهد. کارکرد امپریالیسم خبری به نحوی است که از عطا اطلاعاتی مخاطبان خود در کشورهایی که از ضعف اطلاع رسانی رنج می‌برند سود می‌برد و برای او مشخص می‌کند که به چه چیز فکر کند؟ از چه واقع‌ها اطلاع داشته باشد؟ چه چیز بپوشد و بخورد و چگونه رفتار کند. رسانه‌ها، جمعی در غرب و به ویژه امریکا مظاهر آزادی تصویر می‌شوند. اما در واقع، رسانه‌ترین نقش آن‌ها، بسیج حمایت مردمی برای منافع خاص خارجی و گاهی داخلی آن است که بر دولت و بخش خصوصی حاکم است. گرایش خبری مثبت اینگونه خبرگزاری‌ها، متوجه حکومت‌هایی است که تأمین کننده منافع کشورشان در گوشه و کنار دنیا هستند. برعکس در مقابل کشورهایی که به طریقی با سیاست خارجی امریکا و منافع آن در تقابل هستند، با واکنش‌های منفی، مخرب و مغرض از سوی وسایل ارتباط جمعی امریکا روبه‌رو می‌شوند.