

تلویزیون جهانی

بین المللی تا محلی

جوزف استرابهار

ترجمه‌ی سیدرضا حسینی



www.ketab.ir

Straubhaar, Joseph D.

استرانهار، جوزف دی

تلویزیون جهانی: بین‌المللی تا محلی / ترجمه‌ی سیدرضا حسینی، تهران:
انتشارات ایران، ۱۳۹۳، ۱۷۹ ص، ۱۴/۵×۲۱/۵، س.م.

ISBN 978-600-5347-52-4

۲۴۰،۰۰۰ ریال

فهرست نویسی براساس اطلاعات فیبا.

World Television: From Global to Local, 2007

عنوان اصلی:

کتابنامه، نمایه

۱. تلویزیون - ۲. جنبه‌های اجتماعی ۲. هویت گروهی ۳. حسینی، سید
رضا، ۱۳۲۸ -، مترجم.

الف ۵ ت ۸ / ۶ / ۱۹۹۲ / ۵۵ / ۳۸۴

کتابخانه‌ی ملی ایران: ۳۷۰۰۹۱۱

۱۳۹۳



تلویزیون جهانی؛ بین‌المللی تا محلی

جوزف اسرهار

ترجمه‌ی سیدرضا حسینی

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۴، شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

دبیر مجموعه: داریوش دل‌آرا، طراح جلد: مهدی دوابی

شابک ۴-۵۲-۵۳۴۷-۶۰۰-۹۷۸: بها: ۲۴۰,۰۰۰ ریال

حقوق چاپ و نشر برای مؤسسه‌ی انتشاراتی روزنامه‌ی ایران محفوظ است.

تهران، خیابان خرمشهر غربی، پلاک ۲۰۸، مؤسسه‌ی فرهنگی مطبوعاتی ایران.

تلفن: ۸۸۵۴۸۸۹۲ و ۸۸۷۶۱۷۲۰، صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۳۸۸

۹	مقدمه‌ی مترجم
۱۳	جهان چندلایه‌ی تلویزیون: مروری اجمالی
۶۳	دورگه‌سازی و خاستگاه‌های بازارهای فراملی، جغرافیایی - فرهنگی و فرهنگی - زبان‌شناختی
۱۰۳	خلق تلویزیون ملی و منطقه‌ای و صنایع فرهنگی
۱۴۳	خلق فضاهای تلویزیونی فراملی، آمریکایی و جهانی
۱۹۷	پیچیدگی فزاینده؛ فناوری خلق فضاهای تلویزیونی جهانی و ملی
۲۳۱	تولید برنامه‌های تلویزیونی ملی، جهانی - محلی و محلی
۲۹۱	صادرات تلویزیونی؛ از امپراتوری آمریکایی تا بازارهای فرهنگی - زبان‌شناختی
۳۳۷	نزدیکی‌های چندگانه بین ژانرها و مخاطبان برنامه‌های تلویزیون
۳۸۱	درک معنای تلویزیون جهانی؛ دورگه‌سازی یا هویت‌های فرهنگی چندلایه؟
۴۳۹	مراجع و کتاب‌شناسی
۴۵۷	نمایه‌ی موضوعی
۴۶۵	اعلام

مقدمه‌ی مترجم

در گذشته‌ای نه‌چندان دور، تعداد کانال‌های تلویزیونی که در یک کشور یا حوزه‌ی جغرافیایی در دسترس قرار داشتند بسیار کم‌شمار بودند. برنامه‌های همین کانال‌های محدود، محدود بودند به چند ژانر کم‌هزینه، و البته پربیننده‌ترین برنامه‌ها که عموماً فیلم‌های سینمایی بودند، از صنعت و رسانه‌ای دیگر، سینما، به تلویزیون راه پیدا می‌کردند. همچنین، مخاطبان این رسانه‌ی قدرتمند در یک تقسیم‌بندی ساده و ابتدایی اساساً به دو گروه بزرگسال و کودک تقسیم می‌شدند. در دو سه دهه‌ی اخیر، اوضاع به کلی دگرگون شد و تحولات در حوزه‌ی تلویزیون چنان سریع روی دادند و آن‌قدر چشمگیر و شگرف بودند که انگار این رسانه در همین مدت کوتاه قرنی را از سر گذرانده است.

حالا تنها در آسمان کشور ما سیگنال‌های بیش از یازده هزار کانال تلویزیونی سرگردانند و به دام انداختن شان تنها با یک دستگاه کوچک گیرنده‌ی امواج ماهواره‌ای میسر شده است. ژانرهای برنامه‌های تلویزیونی متنوع و پرشمار شده‌اند و گروه‌های مختلف و متعدد مخاطبان نه فقط برنامه‌ها، که کانال‌های مختص به خود را دارند.

سرعت سرسام‌آور و گستره‌ی وسیع تغییرات، تلویزیون را به پدیده‌ای بسیار پیچیده مبدل کرده است و درک آن دیگر تنها با توسل‌جستن به رشته‌های گوناگون، از مطالعات فرهنگی گرفته تا ارتباطات بین‌المللی و قوم‌شناسی تا جهانی‌شدن و نظریه‌های متعدد در حوزه‌های ارتباطات، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، روان‌شناسی و دیگر رشته‌های علوم انسانی امکان‌پذیر است.

کتاب «تلویزیون جهانی؛ بین‌المللی تا محلی»، با ارائه‌ی ارزیابی تازه‌ای از وابستگی متقابل تلویزیون و سایر پدیده‌های فرهنگی و جامعه‌شناختی در فرهنگ‌ها، جوامع و کشورهای مختلف، جدیدترین تحقیقات و نظریه‌ها را در این زمینه به دست می‌دهد.

جوزف دی. استرابهار در دیپارتمان «رادیو، تلویزیون و سینما»ی دانشگاه تگزاس در آستین ایالات متحده استاد ارتباطات بین‌المللی است و در حوزه‌های رسانه‌های جهانی و نظریه‌ی فرهنگی، رسانه‌ها و مهاجرت، رسانه‌های دیجیتال و شکاف دیجیتال در آمریکا و کشورهای دیگر به تدریس، تحقیق و تألیف اشتغال دارد. او درباره‌ی رسانه‌های جهانی، پیچیدگی دیجیتال، تلویزیون در برزیل، رسانه‌های آمریکای لاتین، تحلیل‌های تطبیقی در خصوص فناوری‌های جدید و نیز جریان و فرهنگ رسانه‌ها مقالات متعددی در نشریات معتبر علمی به چاپ رسانده است.

استرابهار با بررسی تحولات اخیر در نظام جهانی تلویزیون و نیز چند نظریه درباره‌ی فرهنگ، صنعت، ژانر و مخاطب درک و بینش تازه‌ای از این مبحث مهم فراهم می‌آورد. وی معتقد است تلویزیون دارد همزمان جهانی، منطقه‌ای، ملی و حتی محلی می‌شود و در این کتاب با بهره‌گیری از دیدگاه‌های ارتباطات بین‌المللی و مطالعات فرهنگی، از روند تحولات تلویزیون الگوی جدیدی ارائه می‌کند که از مشاجرات فعلی درباره‌ی امپریالیسم فرهنگی و جهانی‌شدن فراتر می‌رود. او با مقایسه‌ی گذشته و آینده‌ی تلویزیون، کاربست‌های فناوری‌ها، جریان‌ها و الگوهای ساخت و تولید برنامه‌های تلویزیونی در ژانرهای مختلف،

تعامل بین تهیه‌کنندگان و مخاطبان و نیز الگوهای انتخاب‌های مخاطبان را از بین بدیل‌هایی که دارند مطرح می‌شوند بررسی می‌کند.

استرابطار همچنین در این کتاب به بررسی نحوه‌ی سازمان‌دهی مخاطبان این اشکال رو به تکامل می‌پردازد و تأثیرات این عوامل یا الگوهای تلویزیونی را بر شکل‌های فرهنگی و هویت‌های فردی بیان می‌کند.

امید است کتاب به درک متخصصان، پژوهش‌گران، مدیران و دیگر دست‌اندرکاران حوزه‌ی تلویزیون از این رسانه‌ی بسیار تأثیرگذار که ابعاد و وجوه متعددی یافته کمک کند.

مترجم بر خود فرض می‌داند از مسئولان و ویراستاران مؤسسه‌ی انتشاراتی ایران که با تلاش و همت خود به افزوده‌شدن این کتاب به گنجینه‌ی منابع و مراجع فارسی درباره‌ی تلویزیون یاری رساندند، به‌ویژه آقای داریوش دل‌آرا که با تعهد و صمیمیت، ترجمه و چاپ کتاب را از ابتدا تا انتها پی‌گیری و تشویق کرد، صمیمانه سپاسگزاری کند.

سیدرضا حسینی

زمستان ۱۳۹۳