

رسانه و سیاست در دنیای در حال جهانی شدن

الکسا رابرتسون

مترجم: محسن گودرزی

www.ketab.ir



- سرشناسه : رابرتسون، الکسا Robertson, Alexa
- عنوان و نام پدیدآور : رسانه و سیاست در دنیای در حال جهانی شدن/نویسنده الکسا رابرتسون؛ مترجم محسن گودرزی.
- مشخصات نشر : تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۷.
- مشخصات ظاهری : ۴۱۰ص
- شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۲-۱۴۷-۵
- وضعیت فهرست نویسی : فیپا
- یادداشت : عنوان اصلی: Media and politics in a globalizing world
- موضوع : رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های سیاسی
- Mass media -- Political aspects
- Press and politics : مطبوعات و سیاست
- (Elite Social sciences) : نخبگان
- Globalization : جهانی شدن
- موضوع : جهانی شدن
- شناسه افزوده : گودرزی، محسن، ۱۳۶۳ - ، مترجم
- شناسه افزوده : پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- رده بندی کنگره : P۹۵/۸/۲۵۰۹۷
- رده بندی دیویی : ۲/۱۰
- شماره کتابشناسی ملی : ۵۰۷۴۳۴

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

نویسنده: الکسا رابرتسون

مترجم: محسن گودرزی

طراح جلد: عباس صفایی مهر

صفحه‌آرا: زهرا رحیمی - حسین آذری

نوبت چاپ: اول - زمستان ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۳۲۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۲-۱۴۷-۵



همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.

در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

فهرست مطالب

۱		سخن ناشر
۳		مقدمه مترجم
۵		سرآغاز
۷		زمینه پژوهش
۱۰		درباره کتاب، این دستگاه، بیری
۱۱		راهنمای خوانندگان

بخش اول

فصل اول: مقدمه

۲۱		جهانی شدن و سیاست
۲۸		رسانه چیست؟
۳۳		مقایسه کردن
۳۶		پیوستگی و تغییر
۳۸		سیاست در خیابان و صفحه نمایش
۴۱		تأملات بیشتر

فصل دوم: قدرت در نهادهای رسانه‌ای

۴۷		فهم قدرت
۴۹		قدرت رسانه‌ای: نقش‌های سه‌گانه
۵۷		نقش‌های رسانه‌ای و قدرت در جریان
۵۸		تغییر ویژگی‌های نقش بازگویی اطلاعات
۵۹		محیط‌های در حال تغییر حوزه عمومی
۶۱		«نقش سوم» در جریان
۶۲		فهم ویکی لیکس
۶۵		تأملات بیشتر

بخش دوم

فصل سوم: نخبگان سیاسی

۷۲		نکات عالمانه برای رهسپار شدن
----	-------	------------------------------

۷۵	مشکلاتی که نخبگان سیاسی با آن مواجهه‌اند
۷۶	جمعیت‌های پیچیده
۷۷	منطق رسانه‌ای و اشخاص بانفوذ
۸۱	جریان‌های اطلاعات
۸۳	راهبرد نخبگان برای کنترل
۸۴	راهبردهایی برای کنار آمدن با مردم سخت‌گیر و قدرت رسانه‌ای
۸۹	راهبردهایی برای کنترل جریان اطلاعات
۹۳	تأملات بیشتر

فصل چهارم: روزنامه نگاران

۱۰۱	چه کسی؟ چه چیزی؟ رسیدن به درکی مفهومی
۱۰۴	فرهنگ‌ها، حرفه‌ای
۱۰۶	عینی‌گرایی، سوگیری
۱۰۹	چرا؟ مشکلات پیش روی روزنامه‌نگاران
۱۰۹	مشکلات مرتبط با بیرون‌افزایی رسانه
۱۱۱	مشکلات برآمده حوزه سیاست
۱۱۴	مشکلات اقتصادی
۱۱۷	کجا؟ تنوع فرهنگی
۱۲۰	چرا؟ پیوستگی و تغییر
۱۲۳	تأملات بیشتر

فصل پنجم: سرادی که قیلاً مخاطب بودند

۱۲۹	درباره من صحبت می‌کنید؟
۱۲۹	شهروندان و رأی‌دهندگان
۱۳۴	مخاطبان و مصرف‌کنندگان
۱۳۵	اثرگذاری رسانه‌ای
۱۳۷	جستجوگران خوشنودی
۱۳۸	مخاطبان فعال
۱۴۰	افراد به‌عنوان مشارکت‌کنندگان: روزنامه‌نگاران شهروندی و تولیدکنندگان-مصرف‌کنندگان
۱۴۳	مخاطبان به‌عنوان کالا و کارگر
۱۴۴	یک گل سرخ با هر اسمی؟
۱۴۵	مردمان قدرتمند؟
۱۴۹	تأملات بیشتر

فصل ششم: فعالان

۱۵۴	چه چیز و در کجا در حال وقوع است؟
۱۵۵	اعتراض‌های رسانه‌ای شده در طول تاریخ
۱۵۶	اعتراض‌های رسانه‌ای شده در سراسر دنیا
۱۶۱	مطالب پژوهشی درباره فعالیت‌های سیاسی رسانه‌ای شده
۱۶۲	تعامل و مشارکت سیاسی
۱۶۴	ساختار فرصت رسانه‌ای

۱۶۶.....	از کنش جمعی تا کنش ارتباطی
۱۷۲.....	آیا مقاطع زمانی تغییر کرده‌اند؟
۱۷۴.....	تأملات بیشتر

بخش سوم

فصل هفتم: نیردهای رسانه‌ای شده

۱۸۳.....	تاریخ مختصر روابط رسانه - نظامی‌گری
۱۹۰.....	چشم‌اندازهای پژوهشی
۱۹۰.....	نخبگان و پیش‌داوری
۱۹۲.....	مطالب نوکش گرایان از نفوذ
۱۹۳.....	دیدگاه‌ها، افقه - سیاسی
۱۹۵.....	ناظر رسانه‌ای
۱۹۸.....	به خاطر سپرده جنگ
۱۹۹.....	تأملات بیشتر

فصل هشتم: اطلاعات - سرگرمی

۲۰۸.....	تصویر سیاست
۲۰۹.....	افراد مشهور و سیاست
۲۱۱.....	موسیقی رسانه‌ای و انواع آن
۲۱۳.....	درام مستند و تلویزیون واقع‌نما
۲۱۶.....	کمدی و هجویات
۲۱۹.....	درام
۲۲۱.....	علمی - تخیلی و فانتزی
۲۲۴.....	تلاش‌های نظری برای فهم اطلاعات - سرگرمی
۲۲۶.....	امکان‌های سرگرم‌کننده
۲۲۹.....	تأملات بیشتر

فصل نهم: رسانه‌ای شدن

۲۳۵.....	درباره این مفهوم
۲۳۸.....	رسانه‌ای شدن در نظریه و تاریخ
۲۴۱.....	چشم‌اندازهای نظری مختلف، توضیحات متفاوت
۲۴۲.....	اقتصاد سیاسی
۲۴۳.....	قدرت
۲۴۶.....	گفتمان
۲۴۹.....	فناوری
۲۵۱.....	تأملات بیشتر

فصل دهم: آزادی رسانه‌ها

۲۵۷.....	نظریه‌های آزادی رسانه‌ها
۲۵۸.....	نگاه از بالا
۲۶۰.....	نگاه از خطوط مقدم

۲۶۵.....	در حوزه خصوصی.....
۲۶۷.....	در سمت تاریک.....
۲۶۹.....	تفاوت‌های فرهنگی.....
۲۷۵.....	تأملات بیشتر.....

فصل یازدهم: نتیجه‌گیری

۲۸۰.....	آنچه می‌بینید به جایی که ایستاده‌اید بستگی دارد.....
۲۸۳.....	پیوستگی و تغییر.....
۲۸۶.....	فهم جهانی شدن رسانه‌ها و مسائل آن.....
۲۸۸.....	و سرانجام.....

ضمیمه: راهنمای پژوهش

۲۹۳.....	پژوهش: بود و طراحی کنید.....
۲۹۴.....	علاقه و مسائل پژوهشی.....
۲۹۵.....	مسئله و هدف پژوهش.....
۲۹۷.....	رویکرد تحلیلی.....
۲۹۸.....	بحث علمی (نظریه).....
۲۹۹.....	موضوعات پژوهشی.....
۲۹۹.....	پژوهش درباره رسانه‌ها و جهان شدن.....
۳۰۳.....	پژوهش درباره قدرت رسانه‌ها.....
۳۰۴.....	پژوهش درباره نخبگان سیاسی.....
۳۰۷.....	پژوهش درباره روزنامه‌نگاران.....
۳۰۹.....	پژوهش درباره جوامع و مخاطبان.....
۳۱۱.....	پژوهش درباره فعالان.....
۳۱۳.....	پژوهش درباره نبرد رسانه‌ای شده.....
۳۱۳.....	پژوهش درباره اطلاعات-سرگرمی.....
۳۱۶.....	پژوهش درباره رسانه‌ای شدن.....
۳۱۷.....	پژوهش درباره آزادی رسانه‌ها.....
۳۱۸.....	یادداشت‌ها.....
۳۲۳.....	آزادی رسانه‌ها.....
۳۲۳.....	نتیجه‌گیری.....

۳۲۵.....	فهرست منابع.....
----------	------------------

۳۸۷.....	نمایه.....
----------	------------

پژوهشگاه فرهنگ، هنر، ار، اطاب با هدف رفع نیازهای پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نزدیک به دو دهه است که با رویکرد مسئله‌محوری به دنبال شناخت مشکلات حوزه فرهنگ و هنر، شناسایی قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها و ارائه راهبردها و راهکارهای مناسب برای حل مشکلات و توسعه قابلیت‌ها در مسیر تعالی فرهنگی کشور است.

این پژوهشگاه، با سه پژوهشکده فرهنگ، پژوهشکده هنر و پژوهشکده ارتباطات در تعامل و همکاری با صاحب‌نظران و اندیشمندان حوزه فرهنگ و هنر، ضمن اجرا و نظارت بر طرح‌های پژوهشی مورد نیاز، اقدام به برگزاری نشست‌ها، نمایش‌های علمی، جلسات نقد و گفتگو و نیز جشنواره پژوهش فرهنگی سال می‌نماید.

علاوه بر این، دفتر طرح‌های ملی پژوهشگاه نیز، به عنوان یکی از اجام مطامعات فرهنگی و اجتماعی در سطح ملی، ضمن اجرای نظرسنجی‌های مورد نیاز، به اجرای پیمایش‌های ملی نظیر پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان؛ مصرف کالاهای فرهنگی؛ سواد رسانه‌ای؛ وضعیت فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی جامعه ایران و سنجش سرمایه اجتماعی کشور اقدام می‌نماید.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تلاش دارد تا مجموعه دستاوردهای پژوهشی خود را با هدف تحقق عدالت فرهنگی و دسترسی همه پژوهشگران و سیاست‌گذاران فرهنگی کشور، منتشر نماید. از این رو انتشارات پژوهشگاه طی مدت فعالیت خود تاکنون، آثار پژوهشی متعدد و متنوعی را در قالب «کتاب»، «گزارش پژوهش»، «گزارش نظرسنجی» و «گزارش راهبردی»

منتشر کرده است. پژوهشگاه همچنین، انتشار فصلنامه علمی پژوهشی «مطالعات فرهنگ ارتباطات» و نیز چاپ آثار برگزیده جشنواره فرهنگی سال را در کارنامه خود دارد. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ضمن استقبال، تعامل، همکاری و همفکری با استادان، نخبگان و پژوهشگران حوزه فرهنگ، هنر و رسانه، امیدوار است با انتشار دستاوردهای پژوهشی خود بتواند به «مرجع پژوهش» در حوزه فرهنگ و هنر ایران و نیز پایگاهی برای اندیشمندان و دلسوزان این عرصه تبدیل شود.

محمدسلگی

رئیس پژوهشگاه

مقدمه مترجم

نویسنده کتاب، خانم الکسا رابرتسون، استاد علوم ارتباطات و رسانه دانشگاه استکهلم سوئد است. وی رساله دکتری خود را در دانشکده علوم سیاسی به رشته تحریر درآورد و به علت دغدغه‌های پژوهشی، به دانشکده مطالعات رسانه دانشگاه استکهلم رفت. خانم رابرتسون به پژوهش و تدریس در زمینه نقش سیاسی رسانه‌ها، ذیل جهانی شدن و نقش فرهنگ در سیاست مشغول است. مسنده اصلی وی، بررسی چگونگی درک و اثرگذاری بازنمایی رسانه‌ای در جهانی متنوع و با جریان‌های فراملی است. ازجمله کتاب‌های مهم رابرتسون: جهان‌شهرگرایی رسانه‌ای شده (۲۰۱۰)، اخبار جهانی گزارش مناقشه‌ها و جهان‌شهرگرایی (۲۰۱۵) و رسانه و سیاست در نیای در حال جهانی شدن (۲۰۱۵) است.

کتاب رسانه و سیاست در نیای در حال جهانی شدن، در سه بخش و ۱۱ فصل تدوین شده است. بخش اول، شفاف‌سازی مفاهیمی، نظیر رسانه و سیاست است. بخش دوم، به بررسی و تبیین نقش کنشگران مختلف عرصه رسانه و سیاست می‌پردازد. در این بخش نقش نخبگان میاسی، روزنامه‌نگاران، کاربران و فعالان سیاسی تبیین شده است. در بخش سوم، برخی مفاهیم و ایده‌ها در رابطه رسانه-سیاست، تبیین شده است. نبردهای رسانه‌ای شده، اطلاعات-سرگرمی، رسانه‌ای شدن و آزادی رسانه‌ای، عنوان‌های فصل‌های بخش سوم است. نویسنده در نتیجه‌گیری

(فصل آخر) چارچوبی کلی از همه نظریات مطرح شده در کتاب را ارائه و در ضمیمه نیز به زبانی ساده اصول اساسی پژوهش (رسانه‌ای) را بیان کرده است. این کتاب به دنبال خلق فضایی برای فهم رابطه پیچیده، مبهم و چندبعدی رسانه-سیاست است؛ بنابراین مملو از مثال‌های عینی و به قول نویسنده شاه‌کلیدهایی است که سعی در شفاف‌سازی بیشتر موضوع اصلی (رسانه و سیاست در دنیای امروز) دارد. نویسنده، ضمن استفاده از این شاه‌کلیدها به انبوهی از مفاهیم، دیدگاه‌ها و نظریات حوزه‌های علوم ارتباطات، مطالعات رسانه، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و فلسفه اشاره کرده است. خوانندگان، با حجم انبوهی از مثال‌های عینی، اسامی و نظریات روبه‌رو خواهند شد که هرکدام از آن‌ها به‌تنهایی پرسش‌ها و ایده‌های مختلفی را به ذهن جای می‌کند؛ بنابراین احتمالاً استفاده از این کتاب به‌سادگی دیگر کتاب‌های نظری حوزۀ علوم ارتباطات و علوم سیاسی نیست. این اثر مناسب علاقه‌مندان، دانشجویان و پژوهشگران حوزه رسانه و سیاست است و بهترین روش استفاده از آن، مراجعه‌گزینی به فصل‌های مختلف برای آشنایی با مباحث نظری و تجربی و یافتن ایده‌های پژوهشی و تحقیقاتی است.

محسن گودرزی
آبان ۱۳۹۵