

# سوالات درس سوم فصل دوم تحلیل فرهنگی

درس سوم

نقش رسانه‌ها در تحولات فرهنگی



سوالات:

چه عواملی زمینه دستیابی به جامعه جهانی را فراهم آورده است؟

۲- کدام عنصر در دگرگونی‌های فرهنگی و اجتماعی نقش آفرینی می‌کند؟

۳- چرا عصر حاضر را عصر ارتباطات نام نهاده‌اند؟

۴- چگونه از عصر ارتباطات وارد عصر اطلاعات شدیم؟

۵- در مورد دهکده‌ی جهانی چه می‌دانید؟

۶- رسانه‌ها در فرایند ارتباطات چه نقشی دارند؟

۷- چرا امروزه رسانه‌های الکترونیکی به رسانه‌های فردی تبدیل شده‌اند.

۸- چرا نقش رسانه‌ها یک کنش فرهنگی محسوب می‌شود؟

۹- نقش رسانه‌ها را در خلق جهان فرهنگی را بنویسید؟

۱۰- آشنایی با کارکرد رسانه مستلزم چیست؟

۱۱- منظور از سواد رسانه چیست؟

۱۲- چهار مورد از تحولاتی که رسانه در زندگی فردی و اجتماعی ایجاد کرده است را نام ببرید؟

۱۳- چند مورد از فناوری‌های نوین ارتباطی - اطلاعاتی را نام ببرید؟

۱۴- منظور از جامعه‌ی شبکه‌ای چیست؟

## خلاصه مباحث:

\* کارکرد فرهنگی رسانه‌ها چیست؟

دنیای امروز به ارتباط متقابل میان مردمی که بسیار درو از هم هستند وابسته است. اگر انسانها تا این اندازه به ارتباط از راه دور وابسته نمیشدند، تعلیم و تربیت بصورت همه گیر و جهانی نه ضروری بود و نه ممکن.

در فرهنگهای قدیمی بخش اعظمی از دانش، به شکل <محلی> بود. و انتشار و انتقال فرهنگ، طولانی، کند و ناپیوسته بود..

اما امروزه ارتباط الکترونیکی، فرایند انتشار و انتقال فرهنگی را بسیار سرعت بخشیده است.. و تغییرات و ابداعات در حوزه انتشار اطلاعات بخشی از روند توسعه جوامع امروزی است. در عصر حاضر میزان و چگونگی ارتباط انسانها باهم و نیز ارتباط جهان‌های فرهنگی با هم، در بستر رسانه‌ها صورت میگیرد.

◆ اختراع ماشین چاپ و انتشار کتاب و روزنامه و بدنبال آن اختراع رسانه‌های صوتی و تصویری زندگی بشر را دگرگون ساخت.

اما بعد از انقلاب صنعتی و گسترش سریع شبکه‌های بین‌المللی جوامع وارد فاز جدیدی از ارتباطات <<عصر اطلاعات>> شدند که در آن ارتباط افراد باهم، هم در تعولات رودرو و هم در ارتباطات از راه دور، اشکال متنوعی بخود گرفت و سایر جنبه‌های حیات آدمی را نیز متأثر ساخت.

\* نقش رسانه‌ها در خلق و ایجاد جهانهای فرهنگی

◆ تعریف جهان فرهنگی :

جهان فرهنگی شبکه‌ای از قواعدی است که به شکل پیش فرض هستند و مانند پیش زمینه‌ای بحث ناپذیر و تحلیل ناپذیر و بصورت کلی در پس آگاهی افراد قرار میگیرد.

◆ رسانه‌ها و فرهنگ : ۱\_ رسانه‌ها رکن اساسی جوامع و عامل جهانی شدن هستند.

۱۵- تأثیرات مثبت و منفی فضای مجازی در ارتباطات را بنویسید؟

۱۶- اعتیاد اینترنتی چیست؟

۱۷- ویژگی های شاهره های اطلاعاتی را بنویسید؟

۱۸- نقش شاهره های اطلاعاتی را در ارتباطات را بنویسید؟

۱۹- نقش سواد رسانه را در جامعه بنویسید؟

۲۰- مایه داری غرب چگونه سعی در یکسان سازی فرهنگی سایر ملل دارد؟

۲۱- چرا غرب برای رسیدن به اهداف خود تسلط بر شبکه ارتباطی را انتخاب کرده است؟

۲۲- منظور از استبداد اطلاعاتی چیست؟

۲۳- چرا جنگ رسانه ای به عنوان بر جسته ترین جنبه

جنگ نرم مورد توجه امپریالیسم رسانه قرار گرفته است؟

۲۴- سربازان جنگ رسانه ای چه کسانی هستند؟

۲۵- هدف جنگ رسانه ای چیست؟

۲۶- یک نمونه از جنگ رسانه ای را مثال بزنید؟

۲- با شکل گیری شخصیت فردی و اجتماعی سبب خلق و گسترش جهانهای اجتماعی و فرهنگی میشوند.

۳- میتوانند هنجارها و ارزشهای جدید خلق نمایند

۴- زمینه تبادل و تعامل افکار و اندیشه ها را فراهم می آورند..

۵- شرایط و زیر ساختهای فکری برای پیشرفت و توسعه را از طریق اشاعه و تبلیغ فرهنگ کار، قانون محوری، نظم و... را مهیا میسازند

بنا به دلایل فوق، رسانه ها خود بعنوان یک <کنش فرهنگی> محسوب میشوند.

\* رسانه ها دارای کارکردهای مختلفی هستند نظیر : کارکردهای آشکار و پنهان. کارکردهای مثبت و منفی.

آشنایی با العاد مختلف کارکردها و پیامدهای رسانه ها نیازمند دانش ویژه ای بنام <سواد رسانه ای است.>

✳ سواد رسانه ای و تحولات فرهنگی :

◆ تعریف سواد رسانه ای : مجموعه مهارتهای مربوط به توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل و ایجاد پیامهای رسانه ای و کشف اهداف پیامهای پیچیده است که کمک میکند افراد از حالت مصرف کننده صرف رسانه ای به مخاطبی هوشمند تبدیل شوند. (برای سواد رسانه ای در کتب و منابع مختلف تعاریف دیگری هم عنوان شده که با اختلاف اندکی همگی یک مضمون دارند)

پیامهای رسانه ای افکار، نگرشها و حتی اقدامات ما در زندگی را تحت تاثیر قرار میدهند و اغراق نیست اگر گفته شود که به افکار و اعمال ما شکل میدهند.

صاحبان و سازندگان رسانه برای انتقال پیامها و فرهنگ مورد نظر خویش، به طرق مختلف و در قالب برنامه های متنوع، تلاش میکنند. و افراد جوامع نیز بر اساس اعتقادات، تجارب و سطح تحصیلات، طبقه اجتماعی و اقتصادی و سیاسی متفاوت خود، پیامها را بصورت متفاوت تعبیر مینمایند، از یک رسانه و یک پیام تعبیر مختلفی بوجود می آید. لذا داشتن حدی از سواد رسانهای برای افراد جامعه لازم و ضروری است.

✳ امپریالیسم رسانه ای :

امپریالیسم واژه ای سیاسی است و در کل به معنای کنترل کشوری از سوی کشور دیگر در ابعاد : فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، علمی و... است. فرایند تحمیل اراده کشوری بر کشورهای دیگر است.

◆ منظور از امپریالیسم رسانه ای این است که کشورهای قدرتمند و ثروتمند میتوانند با در اختیار داشتن ابزارهای رسانه ای، مهار اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دیگر کشورها را در دست داشته باشند.

◆ مارشال مک لوهان اولین بار بصورت منسجم تحلیلی پدیدار شناسانه از <دهکده جهانی> را مطرح نمود که به بررسی نقش و سیر فزاینده رسانه در زندگی مردم جهان میپردازد.

او معتقد است رسانه ها <<چگونه بودن در جهان >> را تعیین میکنند.

\* در عصر معاصر هم دانشمند و نظریه پرداز فرانسوی، ژان بودریار در چندین کتاب و مقاله به تبیین نقش رسانه ها در ایجاد جامعه جدید پرداخته است. از نظر وی رسانه ها با استفاده از تکنولوژی بسیار پیشرفته با ابزار تبلیغات توانسته اند یک دنیای مجازی و وانموده بسازند که در آن معانی واقعی زندگی محوشده و معانی جدیدی را که صاحبان قدرتمند و ثروتمند این رسانه ها میخواهند، به خورد مردم جهان میدهند.

✱ امپریالیسم رسانه ای \_ قسمت دوم

◆ مهندسی ذهن : یعنی تغییر باورها، اندیشه ها، گرایشها و فرهنگ دیگران. و در مرحله بعد، آنان را در مسیری قرار دهند که مورد پسند خودشان است. و به این ترتیب با صرف هزینه های کم، در بلند مدت سود سرشاری را نصیب خود نمایند.

◆ ابزار مهندسی ذهن در رسانه : یافته های علمی\_ پژوهشهای گسترده\_ دستاوردهای تکنولوژیکی مربوط به حوزه رسانه ای و استفاده از فنون تبلیغاتی .

◆ کارتل و تراست، اصطلاحاتی اقتصادی هستند که مربوط به شرکتهای تجاری یا تولیدی فراملی و بین المللی هستند و اغلب به شکل انحصاری به فعالیت مشغول هستند.

کتاب درسی تولید کنندگان مواد و مفاد رسانه ای در سطح بین الملل را به شرکتهای اقتصادی بسیار سود آور بین المللی، تشبیه نموده است.

ابتدا با تبلیغات فرهنگهای بومی و مذهبی و حکومتهای سیاسی رقیب را در نزد افکار عمومی شان، تحقیر مینمایند و سپس افکار عمومی آنها را مطابق اهداف سودجویانه خویش، شکل دهی مینمایند.

✱ امپریالیسم رسانه ای / قسمت سوم : جنگ رسانه ای :

◆ تعریف جنگ رسانه ای : جنگی آرام و تمیز و بدون خونریزی است

◆ ویژگی : .هم در شرایط جنگ نظامی اتفاق می افتد و هم در شرایط صلح، در بین کشورها بصورت غیر رسمی، اتفاق میافتد.

◆ طراحان : متخصصان تبلیغات، استراتژیستهای تبلیغات بین المللی و دست اندرکاران و صاحبان رسانه های فراملی و بین المللی و حتی علمای دانشگاهی و آکادمیکی هستند.

◆ صحنه جنگ؛ : صفحات روزنامه ها، میکروفن رادیوها، صفحات تلویزیونها، صفحات اینترنت، شبکه های اجتماعی و نظایر اینها است.

◆ بمب باران رسانه ای : نوعی جنگ پنهان در عرصه فرهنگی بشمار می آید. مشخصه بمباران رسانه ای این است که اغلب اوقات افراد بمباران شده، از وجود جنگ و بمبهای رسانه ای بیخبر هستند. اهداف مورد نشانه این به اصطلاح بمبها : فرهنگ، باورها، گرایشات و رفتار های افراد است. در ظاهر امر در این نوع جنگها، هدف خود را دولتها عنوان مینمایند. اما حقیقت این است که طراحان چنین جنگهایی در اصل افکار عمومی و ملتها را مورد هدف قرار میدهند تا با ایجاد تغییر نگرش آنان، خود ملت بر دولتها و حکومتهایشان فشار بیاورند و آنان را در مسیری که طراحان و سودجویان بین الملل میخواهند، قرار دهند. (تحلیل این نوع جنگها و تبیین آنها کار بسیار سختی است و به سواد و دانش و مهارت بالایی نیاز دارد. زیرا طرف مقابل یعنی طراحان جنگ، بسیار آموزش دیده و کاربلدند و همچنین از پشتوانه آکادمیک برخوردارند. اگر کشوری بخواهد در مقابل جنگ رسانه ای شکست نخورد دو راه دارد : ۱\_ خود را به ابزار و تکنولوژی پیشرفته رسانه ای برون مرزی و داخلی مجهز نماید. آکه مستلزم هزینه هنگفتی است [ ۲\_ بتواند فرهنگ داخلی را غنا بخشیده و پاسخگوی نسلهای نو باشد.)