

عنوان مقاله:

جهانی شدن رسانه

محل انتشار:

ششمین همایش بین المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و علوم اجتماعی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

هادی محمدی - دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین الملل قشم

شهناز هاشمی - استاد گروه علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین الملل قشم و مدرس دانشگاه علمی کاربردی، مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۴۱

خلاصه مقاله:

این مقاله به بررسی جهانی شدن رسانه، دلایل آن نظرات مثبت و منفی جهانی شدن و همچنین بررسی پیامدهای آن می پردازد. روش مطالعه به صورت کتابخانه ای است و منابع و مقالات پژوهشهای مرتبط با تحقیق استفاده شده است از منابع و کتاب های مرتبط با موضوع تحقیق استفاده شده است. در بحث جهانی شدن باید گفت در حوزه های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نتایجی به بار آورده است که در هیچ کجای تاریخ تاکنون سابقه نداشته است. سلسله مراتب اقتدار و لایه لایه شدن جامعه بر اثر آن که از عوامل اصلی تبعیض ها و توزیع نامتناسب دانش و معلومات و تشریک مساعی در تصمیمات (از طریق شکستن محدودیت های جغرافیایی) به شمار می رفت، اکنون از طریق رسانه های جهانی و اینترنت شکسته شده است. جهانی شدن رسانه های جمعی را می توان ناشی از تحولات تکنولوژی ارتباطات، جهانی شدن سرمایه (اقتصاد)، جهانی شدن سیاست و پایان نظام دو قطبی دانست که تقریر کنندگان این فرایند نیز NGOها و دولت-ملت هاهستند و خود جهانی شدن ارتباطات نیز نشأت گرفته از عرضه بین المللی پول، تحولات بدیع در حمل و نقل و نشر اطلاعات در اشکال الکترونیکی و تصویری و اخیرا هم باز ترکیب سخت افزارهای ارتباطی داخلی- تلفن، VCRها، رادیو، تلویزیون و کامپیوترهای شخصی می باشد.

کلمات کلیدی:

جهانی شدن، رسانه، جهانی شدن رسانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1434094>

