

# معرفی کتاب

روزنامه‌نگاری و روزنامه‌داری  
حسین انتظامی

روزنامه‌نگاری و روزنامه‌داری / نویسنده: حسین انتظامی / قطع: رقعی / چاپ اول: ۱۳۸۷ /  
شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه / تعداد صفحات: ۱۶۰ / قیمت: ۲۰۰۰ تومان / پخش: دفتر مطالعات و  
توسعه رسانه‌ها، انتشارات دستان

۲۲۷

کتاب روزنامه‌نگاری و روزنامه‌داری نوشته حسین انتظامی، مقدمه‌ای بر مدیریت رسانه و اقتصاد  
مطبوعات است که پنج فصل و یک پیوست تدوین یافته است، منتشر شد.

مدیریت مطبوعات و اقتصاد رسانه‌ها، از مباحث اصلی مربوط به حوزه رسانه‌هاست که با  
تأخیر نظر بسیاری را به خود جلب کرده است. این مباحث که در دهه‌های اخیر جای خود را  
در دانشگاه‌های کشورهای پیشرفته باز کرده است، در ایران کمتر مورد توجه بوده است. این  
کتاب یکی از معدود آثار جایی فارسی درباره مدیریت مطبوعات و اقتصاد رسانه‌هاست.  
نویسنده کتاب که خود یکی از مدیران موفق کشور است، تجربیات خود را برای بهره‌مندی  
علاقه‌مندان در این حوزه جمع و بازگو کرده است.

این کتاب حاوی پنج فصل و یک پیوست است. عناوین فصل‌های پنج‌گانه کتاب به شرح زیر  
است:

فصل ۱. آسیب‌شناسی مطبوعات

فصل ۲. اقتصاد مطبوعات

فصل ۳. منابع انسانی

فصل ۴. بررسی موردی

فصل ۵. تجربیات

و در پایان پیوست‌ها به شرح زیر قرار دارد:

۱. جدول تحولات زمانی روزنامه جام‌جم

۲. جدول تحولات موضوعی روزنامه همشهری

۳. جدول فهرست تفصیلی تحولات موضوعی روزنامه همشهری
۴. شیوه‌نامه درج عناوین و اسامی در روزنامه همشهری
۵. نحوه تعامل روزنامه، مجلات و ضائم همشهری و آنلاین
۶. آیین‌نامه آرشیو عکس

## رسانه‌ها و بازنمایی

سید محمد مهدی‌زاده

سید محمد مهدی‌زاده / تعداد صفحات: ۱۸۱ / قطع: رقعی / چاپ اول: ۱۳۸۷ / قیمت: ۲۰۰۰ تومان / شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه  
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۹۳۴-۱۲-۹

رسانه‌ها بر شناخت و درک عموم از جهان تأثیر می‌گذارند، به این معنا که آگاهی و ذهنیت مردم نسبت به جهان بستگی به محتوایی دارد که از رسانه‌ها دریافت می‌کنند؛ زیرا رسانه‌ها واسطه و میانجی بین آگاهی‌های فردی و ساختارهای گسترده‌تر اجتماعی و سازنده معنا هستند. رسانه‌ها همچون آینه برای انعکاس واقعیت عمل نمی‌کنند، بلکه بر ساخت اجتماعی واقعیت تأثیر می‌گذارند. بر این اساس، بازنمایی، ساخت رسانه‌ای واقعیت است. بازنمایی نه انعکاس و بازتاب معنای پدیده‌ها در جهان خارج، که تولید و ساخت معنا براساس چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است. لذا، بازنمایی رسانه‌ای معناسازی خشی و بی‌طرف نیست، چراکه هرگونه بازنمایی ریشه در گفتمان و ایدئولوژی‌ای دارد که از آن منظر بازنمایی صورت می‌گیرد.

به عبارتی، واقعیت براساس بازنمایی‌های رسانه‌ای شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود. هیچ امر فرازبانی، فراگفتمانی و فراتاریخی وجود ندارد که به نحو عینی و شفاف انعکاس یابد؛ بلکه هرگونه فهم و شناختی از واقعیت، امری است که در زیان و گفتمان ساخته می‌شود. معنا نه اکتشافی طبیعی، که برساخته‌ای اجتماعی است. معانی و بازنمایی رسانه‌ای اگرچه برساخته‌ای اجتماعی و فرهنگی است، اما ایدئولوژی و گفتمان سعی می‌کند آن معانی و بازنمایی را امری "طبیعی" و فراگفتمانی و فرازبانی جلوه دهد. به عبارتی، یکی از استراتژی‌هایی که در ایدئولوژی و گفتمان به‌کار گرفته می‌شود تا در قالب عقل سلیم درآید، "طبیعی‌سازی" است.

کتاب حاضر پس از طرح مباحث نظری در خصوص بازنمایی و نسبت زبان، گفتمان و ایدئولوژی با بازنمایی و نهایتاً بازنمایی رسانه‌ای در فصل اول، به سه حیطه بازنمایی یعنی بازنمایی "مذهب"، بازنمایی "جنسیت" و بازنمایی "نژاد" در سه فصل بعدی می‌پردازد. فرض بنیادین کتاب این است که بازنمایی‌ها و معناسازی‌های رسانه‌ای، امری ذاتی و طبیعی نیست، بلکه برساخته‌ای اجتماعی، فرهنگی، زبانی و گفتمانی است. بازنمایی، مبتنی بر گفتمانی است که مولد نوع خاصی از دانش و معرفت است و بر آن اساس، مبادرت به تولید معنا می‌کند.

چنان‌که گفتمان استعماری غرب، شرقی‌ها و مسلمانان را، گفتمان پدرسالاری، زنان را و گفتمان نژادپرستی، سیاه‌پوستان را به نحو خاصی بازنمایی می‌کند. علائم و نشانه‌های زبانی و رسانه‌ای که بازنمایی به واسطه آنها صورت می‌گیرد معصوم و بی‌طرف نیستند بلکه بر گفتمان و مناسبات و روابط قدرت دلالت می‌کنند. رویه‌های دلالت، همان رویه‌های قدرت است. این کتاب از ۴ فصل، نتیجه، واژگان و اصطلاحات فارسی - انگلیسی و منابع به شرح زیر تشکیل شده است:

۱. بازنمایی: زبان و بازنمایی؛ گفتمان و بازنمایی؛ ایدئولوژی و بازنمایی؛ ایدئولوژی، زبان و قدرت؛ بازنمایی رسانه‌ای؛ رسانه، گفتمان و قدرت.
۲. گفتمان استعماری غرب: سیاست بازنمایی شرق: صورت‌بندی گفتمانی - تاریخی شرق‌شناسی؛ بازنمایی اسلام و مسلمانان در رسانه‌ها.
۳. گفتمان پدرسالاری: بازنمایی جنسیت: جنسیت و بازنمایی؛ بازنمایی زنان در رسانه‌ها؛ بازنمایی زنان در تبلیغات تجاری؛ هرزه‌نگاری و بازنمایی تن زنان.
۴. گفتمان نژادپرستی: بازنمایی نژاد و نژاد و بازنمایی؛ بازنمایی سیاه‌پوستان در رسانه‌ها؛ ابهامات موجود در بازنمایی نژاد.

### تصحیح

در شماره قبل رسانه (شماره ۷۱) مقاله «آمار در اخبار» ص ۱۸۹، نوشته جان رایت و ترجمه مهناز دری‌منش به اشتباه، نوشته مهناز دری‌منش درج شده بود که بدین وسیله اصلاح می‌گردد.



پروشکاه علوم انسانی ومطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی