



رسانه های نوپدید و تهدید پایبندسازی اطلاعاتی

چکیده

رسانه های نوپدید دستاورد دیجیتال شدن و گوگل، آمازون و فیس بوک نمونه هایی از آن هستند. این پژوهش به تحلیل استعمار اطلاعاتی ایران توسط رسانه های یاد شده می پردازد

مقدمه

رسانه های نوپدید مفهوم های نوینی چون پایبند سازی و کالای دانشی را ایجاد کردند. این رسانه ها، «داده را به نفت امروز» تبدیل و جهانی نو ساختند که جز آمریکا، دولتی به آن راه ندارد. گوگل نمونه ای است که به مغز جهان بدل شده و دولت ها به رایگان و بدون درگیری، خوراک این مغز را فراهم می کنند که از پیدایش استعمار اطلاعاتی خبر دارد

نتیجه گیری و جمع بندی

ایجاد پلتفرم، موتور جستجو، جامعه های اطلاعاتی و حساب کاربری، از جمله مفهوم های استعمار اطلاعاتی هستند. حساب کاربری در بخش دسترسی محدود تعریف میشود. در مفهوم واسط مسلط، شبکه های اجتماعی را داریم. فیسبوک با دست یافتن به جمعیتی سه بلیونی، به بزرگترین کشور و سازمان ثبت احوال جهان تبدیل شده است. در استاندارد اختصاصی، گوگل با موتور جستجوی قدرتمندش، امتداد مغز جهان را شکل داده است. هر کنش انسان، با دریافت اطلاعات از مغز شروع میشود. حال اگر بنا به هر دلیلی اطلاعات مغز درست نباشد چاره چیست؟ یا اگر روزی مغز جهان از فعالیت بازایستد و یا از سرویس دادن به ایران خودداری کند، آیا اندام ایران میتواند به زیست خود ادامه دهد؟

امیر مختاری

کارشناس ارشد مدیریت رسانه، تهران، دانشگاه تهران

amir.mokhtari96@yahoo.com

مبانی نظری

پایبندسازی به سه مفهوم دسترسی محدود واسط مسلط و استاندارد اختصاصی بخش میشود. در دسترسی محدود، دسترسی رقیب به مشتری و مشتری به رقیب محدود میشود. در واسط مسلط، سازمان تنها پل میان تامین کننده و مصرف کننده است. در استاندارد اختصاصی کالا و خدمت سازمان به بخش ذاتی کسب و کار تبدیل می شود

روش پژوهش

روش پژوهش کیفی و ابزار پژوهش مطالعه موردی چندگانه است برای گردآوری داده از مصاحبه و برای تحلیل از تحلیل محتوای کیفی استفاده شد

ای کسانی که ایمان آوردید، هیچگاه یهودی و نصرانی را ولی (تکیه گاه) خود نگیرید. المانده، ۵۱

