



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

رسانه های سرگرمی، قدرت فرهنگی و پس از جهانی شدن:  
مورد گسترش رسانه های بین المللی چین و گفتمان قدرت نرم

عنوان انگلیسی مقاله :

Entertainment media, cultural power, and  
post-globalization: The case of China's international media  
expansion and the discourse of soft power



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل  
با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



## بخشی از ترجمه مقاله

### Conclusion: post-globalization?

In this article, I have sought to make two key arguments. First, I have argued that while the concept of soft power has had a substantial influence in thinking about the cultural and communications dimensions of international relations, the term itself is over-extended and at risk of becoming a synonym for all state-led activities in the international realm that do not involve military force. Insofar as the concept of soft power draws upon communication and cultural studies, particularly in terms of how it understands cultural influence and the relationship between exposure to ideas and cognitive processes, it has generally worked with models derived from the mid-20th century mass communications theory. Little consideration is given to contemporary debates about the active audience or relational power that derive from cultural studies or to rethinking the transmission model of communication that once dominated the field, which has been the subject of extensive critique form within communication studies since the 1970s.

### نتیجه گیری: پس از جهانی شدن؟

در این مقاله، من به دنبال ایجاد دو استدلال کلیدی بودم. اولاً من استدلال کردم که در حالی که مفهوم قدرت نرم تأثیر قابل توجهی بر تفکر در مورد ابعاد فرهنگی و ارتباطی روابط بین المللی داشته است، این اصطلاح به خودی خود بیش از حد گسترش یافته و در معرض خطر تبدیل شدن به یک مترادف برای همه فعالیت های دولت محور در حوزه بین المللی قرار دارد که نیروی نظامی را شامل نمی شود. تا جایی که مفهوم قدرت نرم بر مطالعات ارتباطی و فرهنگی به ویژه از لحاظ چگونگی درک نفوذ فرهنگی و ارتباط بین قرار گرفتن در معرض ایده ها و فرآیندهای شناختی متمرکز است، این مفهوم به طور کلی با مدل های بدست آمده از نظریه ارتباطات جمعی در اواسط قرن بیستم سروکار دارد. به بحث های معاصر در مورد مخاطب فعال یا قدرت ارتباطی که از مطالعات فرهنگی حاصل شده است و همچنین به تفکر دوباره در مدل انتقال ارتباطات غالب در آن زمان، که از دهه ۱۹۷۰ موضوع انتقادی گسترده در مطالعات ارتباطی بوده است، توجه کمی شده است.



### توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت

ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.